

16+

ISSN 1818-4936

АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В. Н. ТАТИЩЕВА
ASTRAKHAN TATISHCHEV STATE UNIVERSITY

ГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

HUMANITARIAN RESEARCHES

JOURNAL OF FUNDAMENTAL
AND APPLIED RESEARCHES

2025

№ 4 (96)

Журнал издаётся с 2000 г.

Published since 2000

*Журнал включён в перечень изданий, утверждённых ВАК
для публикации основных результатов диссертационных
исследований по отраслям науки:*

- 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки);
- 5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки);
- 5.9.3. Теория литературы (филологические науки);
- 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки);
- 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки);
- 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки);
- 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева
Astrakhan Tatishchev State University
2025

ББК 65
Г93

Рекомендовано к печати редакционно-издательским советом
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева

Recommended by the Editorial and Publishing Board
of Astrakhan Tatishchev State University

ГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

HUMANITARIAN RESEARCHES

2025

№ 4 (96)

Главный редактор

Л. Ю. Касьянова

доктор филологических наук, профессор
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева.

Editor-in-Chief

L. Yu. Kasyanova

D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University.

Ответственный секретарь

Ю. А. Васильева

кандидат филологических наук, доцент
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева.

Executive secretary

Yu. A. Vasileva

Cand. Sc. (Philology), Associate Professor,
Astrakhan Tatishchev State University.

Редакционная коллегия

З. Р. Аглеева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева;
Н. Ф. Алефиренко, д-р филол. наук, проф.
Белгородского государственного университета,
заслуженный деятель науки РФ;
А. А. Боровская, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева;
Е. Н. Галичкина, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева;
О. Г. Егорова, д-р филол. наук, проф.
Московского государственного лингвистического университета;
Е. Е. Завьялова, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева;
С. А. Кибальник, д-р филол. наук, ведущий научный сотрудник
Института русской литературы Российской академии наук,
проф. Санкт-Петербургского государственного университета;
Э. А. Китанина, д-р филол. наук, проф.
Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина;

М. Л. Лаптева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева;
И. П. Лысакова, д-р филол. наук, проф.
Российского государственного педагогического университета
имени А. И. Герцена;
М. Г. Меркулова, д-р филол. наук, проф.
Московского городского педагогического университета;
С. В. Ракитина, д-р филол. наук, проф.
Волгоградского государственного социально-педагогического университета;
Г. В. Файзиева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева;
Е. Н. Шеховцева, д-р филол. наук, проф.
Астраханского государственного университета имени В. Н. Татищева.

Editorial Board

Z. R. Agleeva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
N. F. Alefirenko, D. Sc. (Philology), Professor,
Belgorod State University, Honored Science Worker of the Russian Federation;
A. A. Borovskaya, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
E. N. Galichkina, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
O. G. Egorova, D. Sc. (Philology), Professor,
Moscow State Linguistic University;
E. E. Zavyalova, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
S. A. Kibalnik, D. Sc. (Philology), Leading Researcher
Institute of Russian literature of the Russian Academy of Sciences,
Professor, St. Petersburg State University;
E. A. Kitanina, D. Sc. (Philology), Professor,
Pushkin State Russian Language Institute;
M. L. Lapteva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
I. P. Lysakova, D. Sc. (Philology), Professor, Herzen University;
M. G. Merkulova, D. Sc. (Philology), Professor,
Moscow Sity University;
S. V. Rakitina, D. Sc. (Philology), Professor,
Volgograd State Pedagogical University;
G. V. Fayzieva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University;
E. N. Shekhovceva, D. Sc. (Philology), Professor,
Astrakhan Tatishchev State University.

Журнал выходит 4 раза в год
The journal is published 4 times a year

© Астраханский государственный университет
имени В. Н. Татищева, 2025
© Скоблев В. Д., оформление обложки, 2025
© Astrakhan Tatishchev State University, 2025
© Skoblev V. D., cover design, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

С. И. Агаюлова, Л. В. Мосиенко

Сравнительная характеристика цветообозначений
во фразеологии французского и английского языков..... 5

И. В. Архипова

Таксисный потенциал немецких девербативных существительных:
семантико-деривационный аспект 13

Е. Н. Галичкина, Е. В. Илова

Лингвистические модели сценического поведения
в виртуальном социальном пространстве 20

В. А. Буряковская, Н. А. Емельянова

Нарративный приём cliffhanger:
семантика и структура в кинематографическом тексте..... 27

И. В. Лысикова, Г. В. Файзиева

Тематическая типология гендерно маркированной субстандартной
лексики в современном русском и английском языках..... 35

Г. Е. Попова, М. И. Свешникова, Е. И. Сернова

Проблема сохранения культурно-исторического контекста
в переводах русских поэтических произведений на французский язык 42

Н. Г. Складорова, Ю. М. Фокина

Лингвоаксиологические ориентиры в социальной рекламе
для молодёжи (на материале английского языка)..... 52

Е. Н. Шеховцева, И. В. Кожухова

Стратегии манипулирования в дискурсе инфобизнесменов..... 61

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

О. Г. Егорова, Е. В. Кузнецова

Гайто Газданов в диалоге культур: синтез русской
и французской традиций в прозе первой волны эмиграции 69

Е. Е. Завьялова, Э. Д. Кайжигитов

«В чёрной оглобле и сбруе»:
концепт «конь» в поэзии Велимира Хлебникова 77

А. В. Млечко

Дом и дорога: мифопоэтика пространства
в тетралогии Б. Зайцева «Путешествие Глеба»..... 86

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 95

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ 100

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 5–12.
Humanitarian Researches. 2025;3(95):5–12.

Научная статья
УДК 81-26

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ
ВО ФРАЗЕОЛОГИИ ФРАНЦУЗСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ**

Светлана Исламовна Агаюлова¹✉, Людмила Васильевна Мосиенко²

¹Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия

²Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

¹Azazel4@mail.ru ✉

²lvmosienko@yandex.ru

Аннотация. В данной статье проводится сравнительная характеристика цветообозначений во фразеологии английского и французского языков для выявления существующих способов выражения соответствующего значения в исследуемых языках с учётом наличия или отсутствия лексемы цветообозначения. Предметом исследования являются фразеологические единицы с компонентом цвета в сопоставительном аспекте. Цель данной работы – провести комплексный сопоставительный анализ фразеологизмов с компонентом цвета во французском и английском языках, выявив структурные, семантические и межъязыковые особенности их функционирования. Для исследования практического материала использовался метод сплошной выборки (96 французских фразеологизмов и 96 их английских соответствий), для классификации типов эквивалентности применялся сопоставительный анализ, а для определения семантики цветоименований – компонентный и контекстуальный анализ. Результаты работы показали, что структурно французские фразеологизмы доминирующе представлены глагольными словосочетаниями, а их цветовые компоненты в большинстве случаев обладают уникальными коннотативными значениями. Анализ эквивалентности показал, что фразеологические аналоги (37 %) и частичные эквиваленты (28 %) преобладают в английском языке. Ключевым результатом является установление того, что в 61 % случаев цветовой компонент утрачивается в английском эквиваленте, замещаясь иными лексическими средствами. Стратегии перевода распределились практически поровну: использование идентичного цвета (35 %), замена другой лексемой (33 %) и полное отсутствие цветообозначения (32 %). Выводы исследования подтверждают, что, несмотря на универсальность цветовосприятия, символические и коннотативные значения цветов в идиоматике этноспецифичны. Преобладание фразеологических аналогов и частый отказ от цветового компонента в английском языке свидетельствуют о различиях в образном строе двух лингвокультур. Таким образом, фразеологизмы с цветовым компонентом служат маркером культурной специфики и требуют учёта не только прямого значения, но и сложного комплекса ассоциаций при межъязыковом взаимодействии.

Ключевые слова: фразеологизм, цвет, компонент, цветообозначение, лексическая единица

Для цитирования: Агаюлова С. И., Мосиенко Л. В. Сравнительная характеристика цветообозначений во фразеологии французского и английского языков // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 5–12.

Original article

COMPARATIVE ANALYSIS OF COLOR TERMS IN ENGLISH AND FRENCH PHRASEOLOGY

Svetlana I. Agagyulova^{1✉}, Lyudmila V. Mosiyenko²

¹Astrakhan Tatischev State University, Astrakhan, Russia

²Russian State Social University, Moscow, Russia

¹Azazel4@mail.ru✉

²lvmosienko@yandex.ru

Abstract. This study offers a comparative analysis of color-based idioms in French and English, investigating how different cultures encode meaning through chromatic expressions. The main aim of the research is to compare the structural units, semantic peculiarities, and cross-linguistic equivalence of chosen phrases. The methodological corpus includes 192 units, comprising 96 French idioms and their English counterparts. The analysis involved comparing their structural models, classifying their levels of equivalence, and examining the semantic shifts of the color terms. Findings indicate a strong preference for verbal constructions in French color idioms (65 %). Semantically, color terms in these phrases frequently develop unique, non-literal meanings specific to each expression. When translated into English, a majority of French idioms do not have direct, word-for-word equivalents. Instead, the most common translation strategy involves using a different, synonymous idiom (a phraseological analogue), which accounts for 37 % of cases. Actually, in 61 % of instances, the English equivalent completely omits the color component, replacing it with other lexical means to convey the same underlying concept. The strategies for handling color are nearly evenly split: preserving the color (35 %), replacing it with a different word (33 %), or removing it entirely (32 %). The implications of this research are relevant for several fields, including translation studies, cross-cultural communication, language teaching, and cultural linguistics. In conclusion, the study demonstrates that color is a universal human experience; its symbolic and expressive function in fixed phrases is deeply rooted in specific linguistic and cultural contexts.

Keywords: phraseology, color component, linguoculture, lexical unit, words expressing color

For citation: Agagyulova S. I., Mosiyenko L. V. Comparative Analysis of Color Terms in English and French Phraseology. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96):5–12 (In Russ.).

Фразеологизмы, будучи неотъемлемой частью любого языка, представляют собой яркое отражение культуры, менталитета и исторического опыта народа. Особый интерес представляют фразеологические единицы с компонентом цвета, поскольку цветовая лексика обладает мощным символическим и эмоциональным потенциалом. Сопоставительное изучение таких фразеологизмов в разных языках позволяет выявить как универсальные, так и национально-специфические черты в восприятии мира [1].

Фразеологические единицы, включающие цветовые компоненты, образуют специфическую группу устойчивых языковых единиц. Подобные выражения не ограничиваются передачей прямого значения, они также воплощают культурные и символические смыслы, зачастую существенно отличающиеся от буквального прочтения.

Согласно позиции многих исследователей, цвет и его языковые обозначения представляют собой значимый культурный компонент лингвокультуры. Это объясняется тем, что для лексических единиц, называющих цвет, характерно универсальное денотативное значение (объективные характеристики), однако стоит отметить, что на уровне контекстуальной коннотации имеются существенные различия. Анализ подобных различий позволяет выявить специфику восприятия цвета в различных лингвокультурах [7].

Цветовые номинации, интегрированные во фразеологизмы, наделяются определёнными значениями и выполняют специфические функции. В составе фразеологической единицы лексемы, обозначающие цвет, приобретают особую семантику и реализуют различные функции. Именно исследование цветowych обозначений в фразеологизмах позволяет учёным обосновать их лингвокультурную значимость. Подобная специфика обусловлена межкультурными различиями в символике цвета, и эта уникальность возникает из-за того, что каждый этнос обладает собственным восприятием цветов и не существует универсального языка для описания цветowych впечатлений.

Ряд исследователей подчёркивает социокультурную значимость цветowych обозначений в составе фразеологических единиц. В частности, С. Г. Тер-Минасова в своей монографии посвятила отдельный раздел теме «Социокультурный аспект цветообозначений». Она отмечает, что даже базовые цветowych наименования демонстрируют расхождения в значениях между разными языками, а их семантика во фразеологических единицах отличается ещё сильнее [9].

Проблему социокультурной обусловленности фразеологизмов также рассматривают А. П. Василевич и Л. К. Попова. По их мнению, восприятие цвета у различных народов определяется его социальной и узальной функцией. Это явление напрямую связано с устоявшимися социолингвистическими традициями конкретного социума. Исследователи заключают, что цвет выступает неотъемлемым элементом образности, который отражает национальную специфику каждого фразеологизма [4].

Данное исследование посвящено анализу и сопоставлению фразеологизмов с компонентом цвета во французском и английском языках. Для практической части была сформирована выборка из 192 единиц, включающая 96 французских фразеологизмов и их эквиваленты на английском языке.

Сопоставление проводилось по нескольким параметрам: структурные особенности, критерий эквивалентности, наличие / отсутствие цветowego компонента в английском эквиваленте, стратегии замены цветообозначений и семантика цвета. Анализ фразеологических единиц французского языка осуществлялся с точки зрения их структурных характеристик и семантики цветообозначений.

Структурный анализ выявил доминирование глагольных словосочетаний, которые составляют 65 % от общего числа. Наиболее продуктивными глаголами являются *avoir* и *être*, выполняющие связующую функцию, которые служат для характеристики предмета или лица (*être rouge de colère* – быть в сильном гневе, *avoir la main verte* – быть хорошим садоводом). Идиомы с глаголами *voir* (видеть всё в мрачном свете), *faire* (потерпеть неудачу) и *manquer* (переживать трудные времена) также являются весьма распространёнными. Эти глаголы обозначают действие или состояние, а цветовой компонент конкретизирует его характер или интенсивность.

Именные словосочетания занимают значительную долю выборки – 25 %. В таких конструкциях цветовой обозначение служит для характеристики существительного, причём часто приобретает метафорическое значение. Примерами служат *une bête noire* (букв. «чёрный зверь», но в переносном смысле «козёл отпущения») и *une peur bleue*, обозначающее сильный страх. Компаративы, составляющие 5 % выборки, применяются для усиления выразительности, как в случае *rouge comme une écrevisse* (красный как рак). Фразеологизмы, оформленные как предложения, встречаются в 4 % случаев и служат для описания более широких ситуаций, например *la nuit, tous les chats sont gris* (ночью все кошки серы).

Семантический анализ показал, что цветообозначения во французских фразеологизмах крайне редко используются в прямом значении. Лишь в 3 % случаев (например, в компаративных конструкциях) цвет указывает на внешний вид. Большая часть фразеологических единиц (97 %) демонстрирует использование цвета в переносном смысле, при этом 40 % этих переносных значений зафиксированы в словарях (например, *noir* как мрачный в *broyer du noir* – предаваться мрачным мыслям), а 57 % – являются уникальными коннотативными значениями, возникающими только в контексте конкретного фразеологизма. Например, *blanc* в выражениях *un coup blanc* (тщетная попытка) или *saigner à blanc* (исчерпать силы) означает «пустой, безуспешный». Однако во фразеологизме *être connu comme le loup blanc* (быть на виду) это же слово приобретает значение «выделяющийся, не такой как все», которое и не отмечено в словарях.

Анализ других цветов выявил схожую картину:

Noir передаёт пессимизм (*broyer du noir*), а в *manger son pain noir* приобретает значение «бедный, тяжёлый».

Vert может означать сильную эмоцию (*être vert de jalousie* – позеленеть от зависти), а в *employer le vert et le sec* (делать всё возможное и невозможное) – «все средства».

Bleu обозначает «интенсивность чувства» (*avoir une peur bleue*), а в *détenir le ruban bleu* (быть на первом месте) – «почётный, высший».

Rouge чаще всего характеризует эмоциональное состояние через внешний вид (*être rouge de honte* – покраснеть от стыда), но в *tirer à boulets rouges* (жестоко нападать) передаёт значение агрессии.

Jaune в *colère jaune* («яростный гнев») означает «ярость», а в *rire jaune* («смеяться натянуто») – «фальшивый, натянутый».

Таким образом, семантика цвета во французских фразеологизмах в основном служит для характеристики эмоционального состояния, образа действия и внутренних качеств человека.

При сопоставлении французских фразеологизмов, содержащих цветовой компонент, с английским языком целесообразно использовать классификацию типов межъязыковой эквивалентности. Традиционно под межъязыковой эквивалентностью понимается соответствие значений фразеологических единиц в разных языках. Д. О. Добровольский выделяет следующие классы межъязыковой эквивалентности:

- полные эквиваленты – фразеологизмы, идентичные в сопоставляемых языках по значению, лексической и синтаксической структуре;
- частичные эквиваленты – выражения, совпадающие по значению, но различающиеся по лексическому составу и синтаксической организации;
- фразеологические аналоги – единицы, различающиеся формой, но обладающие схожими значениями;
- безэквивалентные фразеологизмы – выражения, не имеющие соответствий в сопоставляемом языке [5].

Анализ английских эквивалентов французских фразеологизмов показал, что они передаются всеми четырьмя способами:

1) фразеологический аналог (37 %) – английский фразеологизм имеет схожее значение, но иную структуру и лексическое наполнение, например *manger son pain blanc* («проходить светлый этап в жизни») переводится как *to enjoy good times*, а *broyer du noir* («предаваться мрачным мыслям») – как *to be black as hades*;

2) частичный эквивалент (28 %) – структура совпадает, но некоторые лексемы различаются, например *blanc comme un linge* («белый как полотенно») – *white as a sheet* («белый как простыня»); *avoir des idées noires* – *to have gloomy thoughts*;

3) полный эквивалент (24 %) – наблюдается полное совпадение по структуре и лексике. Это характерно для интернационализмов (*carton rouge* – *red card*), терминов (*marché gris* – *grey market*) и универсальных выражений (*la nuit, tous les chats sont gris* – *all cats are grey at night*);

4) безэквивалентные фразеологизмы (11 %) – для французского выражения не найден устойчивый английский аналог, и оно передаётся описательным переводом, например *n'y voir que du bleu* («ничего не понимать») переводится как *don't understand what's going around*, а *être blanc-bleu* («иметь безупречную репутацию») – как *to have an impeccable reputation*.

Большое количество фразеологических соответствий указывает на то, что английский язык склонен выражать схожие с французским значения, опираясь на уникальные, культурно обусловленные образы, характерные именно для английской лингвокультуры.

Ключевым аспектом сопоставления стал анализ сохранения цветового компонента при переводе с французского на английский. Были выявлены три основные стратегии:

1. Отсутствие цветообозначения в английском эквиваленте (61 %) – 'то наиболее частотная стратегия. Цвет выражается через подбор синонимов или описательных оборотов, несущих дополнительный смысловой оттенок:

passer une nuit blanche → *to have a sleepless night* (беспокойная ночь);

faire chou blanc → *to hit a brick wall* (потерпеть неудачу);

être vert de rage → *to be absolutely furious* (быть в ярости).

2. Стратегия использования компонента того же цвета (34 %) оправдана в случаях, когда цвет несёт общепринятое значение или когда фразеологизм является заимствованием:

donner le feu vert → *to give the green light* (дать зелёный свет);

une bête noire → *the black sheep* (паршивая овца, букв. – чёрная овца);

voir rouge → *to see red* (прийти в ярость);

matière grise → *grey matter* (серое вещество).

3. Наличие компонента другого цвета (5 %) – наименее распространённая стратегия, обусловленная различиями в культурных ассоциациях:

voir la vie en blanc → *to look at life through rose-tinted glasses* (смотреть на жизнь сквозь розовые очки);

être jaune de jalousie → *to be green with envy* (позеленеть от зависти);

franchir la ligne jaune → *to cross the red lines* (перейти красную черту).

Завершающий этап анализа был посвящён стратегиям замены цветообозначений. Анализ показал, что распределение было в значительной степени равномерным:

- использование идентичного цвета (35 %): *rouge comme une écrevisse* → *red as a lobster*;

- замена другой лексической единицей (33 %) – цвет замещается прилагательным, передающим его коннотативное значение: *blanc 'bon'* → *good* в *manger son pain blanc* → *to enjoy good times*; *noir 'triste'* → *gloomy* в *avoir des idées noires* → *to have gloomy thoughts*;

- отсутствие обозначения цвета и его значений (32 %) – используется фразеологический аналог, не содержащий ни цвета, ни его смысловых коррелятов: *en voir de grises* → *to bear hardships*.

Итак, проведённое сопоставительное исследование фразеологизмов с компонентом цвета во французском и английском языках позволило сделать следующие выводы:

Во-первых, во французском языке фразеологические единицы с цветовым компонентом, как правило, имеют глагольную структуру, где цвет выполняет функцию конкретизации действия или состояния. Семантика цветообозначений в основном носит переносный, часто уникальный для каждого выражения характер и служит для описания эмоций, характеристик человека и образа действия.

Во-вторых, при переводе французских фразеологизмов на английский язык только четверть из них имеют точные соответствия. Преобладают фразеологические аналоги и частичные эквиваленты, что указывает на глубокие различия в образном строе двух языков.

В-третьих, ключевым отличием является трансформация цветового компонента при переводе. Сопоставление французских и английских фразеологизмов, содержащих цветовой компонент, по признаку его присутствия или отсутствия в обоих языках позволяет выделить три ключевых закономерности. Французские фразеологизмы с цветообозначениями в большинстве случаев не передают этот компонент в английских эквивалентах. Однако в определённом количестве фразеологизмов обоих языков цветовой элемент используется идентично, и лишь изредка наблюдается его замена на другой цвет.

Более чем в 60 % случаев цвет полностью утрачивается в английском эквиваленте, замещаясь иными лексическими средствами. Это доказывает, что, несмотря на универсальность цветовосприятия, их символические и коннотативные значения этноспецифичны. Цвет сохраняет свою смысловую нагрузку благодаря двум основным механизмам: заимствованию выражений и совпадению культурных кодов. Последние проявляются, например, в том, что зелёный символизирует природу и одобрение, а чёрный – негативные явления.

Таким образом, фразеологизмы с компонентом цвета являются ценным материалом для исследования лингвокультурной специфики. Их сопоставление показывает, что за сходными значениями часто стоят различные образы, отражающие уникальный опыт и мировосприятие каждого народа.

Список источников

1. Агаюлова С. И. Фразеологизмы с компонентом цвета во французском языке / С. И. Агаюлова, А. В. Жарасова // Вопросы межкультурной коммуникации и теории перевода в контексте современных исследований. – Чебоксары : Чебоксарский гос. пед. ун-т им. И. Я. Яковлева, 2025. – С. 82–87.
2. Башарина А. К. Семантика цветообозначений в фольклорных текстах: Опыт сопоставительного анализа на материале якутского олонхо и русских былин / А. К. Башарина. – Москва, 2000. – 20 с.
3. Большая российская энциклопедия : [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов. – Москва : Большая российская энциклопедия, 2004. – Т. 25. – 778 с.
4. Василевич А. П. К вопросу о методике обучения фразеологическим единицам английского языка / А. П. Василевич, Л. К. Попова // Вестник Московского государственного областного университета. – 2018. – № 3. – С. 108–116.
5. Добровольский Д. О. Сопоставительная фразеология: межъязыковая эквивалентность и проблемы перевода идиом / Д. О. Добровольский // Русский язык в научном освещении. – 2011. – № 2 (22). – С. 219–246.
6. Жарасова А. В. Сопоставительный анализ фразеологизмов с компонентом цвета в английском и французском языках / А. В. Жарасова, С. И. Агаюлова //

- Креативная лингвистика / сост.: Е. В. Илова, Е. Н. Галичкина, Ю. М. Фокина. – Астрахань : Астраханский гос. ун-т им. В. Н. Татищева, 2024. – Вып. 7. – С. 316–320.
7. Кульпина В. Г. Лингвистика цвета: Термины цвета в польском и русском языках / В. Г. Кульпина. – Москва : Московский лицей, 2001. – 470 с.
8. Михайлова Т. А. «Красный» в ирландском языке: понятие и способы его выражения / Т. А. Михайлова. // Вопросы языкознания. – 1994. – № 6. – С. 118–128.
9. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – Изд. 3-е. – Москва : Слово, 2008. – 352 с.
10. Dictionnaire français-anglais. – URL: <https://www.wordreference.com> (дата обращения: 20.11.2025).
11. Idioms.thefreedictionary.com. – URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/> (дата обращения: 25.11.2025).
12. Online dictionary for idioms. – URL: <https://phrasedictionary.org/> (дата обращения: 5.12.2025).

References

1. Agagyulova S. I. Zharasova A. V. Phraseological Units with a Color Component in the French Language. *Voprosy mezhkulturnoy kommunikatsii i teorii perevoda v kontekste sovremennykh issledovaniy = Issues of Intercultural Communication and Translation Theory in the Context of Modern Research*. Cheboksary: Cheboksary State Pedagogical University named after I. Ya. Yakovlev; 2025:82–87.
2. Basharina A. K. *Semantika tsvetooboznacheniy v folklornykh tekstakh: Opyt sopostavitelnogo analiza na materiale yakutskogo olonkho i russkikh bylin = Semantics of Color Terms in Folklore Texts: Experience of Comparative Analysis Based on the Material of the Yakut Olonkho and Russian Epics*. Moscow; 2000:20 p.
3. *Bolshaya rossiyskaya entsiklopediya v tridsati pyati tomakh = Great Russian Encyclopedia: in 35 vols*. Ed. by Yu. S. Osipov. Moscow: The Great Russian Encyclopedia; 2004;25:778 p.
4. Vasilevich A. P. On the Methodology of Teaching Phraseological Units of the English Language. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta = Bulletin of Moscow State Regional University*. 2018;3:108–116.
5. Dobrovolskiy D. O. Comparative Phraseology: Interlingual Equivalence and Problems of Idiom Translation. *Russkiy yazyk v nauchnom osveshchenii = The Russian Language in Scientific Coverage*. 2011;2(22): 219–246.
6. Zharasova A. V., Agagyulova S. I. Comparative analysis of phraseological units with a color component in English and French. *Kreativnaya lingvistika = Creative Linguistics*. Comp. E. V. Ilova, E. N. Galichkina, Y. M. Fokina. Astrakhan: Astrakhan Tatishchev State University; 2024;7:316–320.
7. Kulpina V. G. *Lingvistika tsveta. Terminy tsveta v polskom i russkom yazykakh = Linguistics of color: Terms of color in Polish and Russian*. Moscow: Moskovskiy litsey; 2001:470 p.
8. Mikhailova T. A. “Red” in the Irish Language: Concept and Ways of Expressing it. *Voprosy yazykoznaniya = Questions of Linguistics*. 1994;6:118–128.
9. Ter-Minasova S. G. *Yazyk i mezhkulturnaya kommunikatsiya = Language and Intercultural Communication*. 3rd ed. Moscow: Slovo; 2008:352 p.
10. *Dictionnaire Français-Anglais*. URL: <https://www.wordreference.com> (accessed: 20.11.2025).
11. *Idioms.thefreedictionary.com*. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/> (accessed: 25.11.2025).
12. *Online Dictionary for Idioms*. URL: <https://phrasedictionary.org/> (accessed: 05.12.2025).

Информация об авторах

С. И. Агаюлова – кандидат филологических наук, доцент;
Л. В. Мосиенко – доктор педагогических наук, доцент.

Information about the authors

S. I. Agagyulova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor;
L. V. Mosiyenko – D. Sc. (Pedagogy), Associate Professor.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of Interest: the authors declare no conflicts of interest

Статья поступила в редакцию 17.11.2025, одобрена после рецензирования 18.12.2025, принята к публикации 20.12.2025.

The article was submitted 17.11.2025; approved after reviewing 18.12.2025, accepted for publication 20.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 13–19.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):13–19.

Научная статья
УДК 711.112.2'35

**ТАКСИСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НЕМЕЦКИХ ДЕВЕРБАТИВНЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ:
СЕМАНТИКО-ДЕРИВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ**

Архипова Ирина Викторовна

Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск,
Россия, irarch@yandex.ru

Аннотация. Исследование посвящено системному анализу функционального потенциала девербативных имён существительных в современном немецком языке. Основное внимание уделяется *вербогенно-таксисному потенциалу* – способности девербативов актуализировать значения временной соотнесённости (таксиса) в синтаксическом контексте при сочетании с темпоральными предлогами (*während, bei, nach, mit* и др.). Эмпирическую базу исследования составили примеры, отобранные методом направленной выборки из Лейпцигского корпуса (LC) и электронного словаря немецкого языка (DWDS). В работе применяется комплекс лингвистических методов, включающий дедуктивный и индуктивный анализ, трансформационный метод, контекстуальный анализ, а также методы интерпретации и обобщения языковых фактов. Целью работы является выявление механизмов и условий реализации данного потенциала. Для её достижения решаются задачи по семантической классификации девербативов, определению критериев анализа и установлению корреляции между степенью сохранения глагольных признаков и синтаксическим поведением. Ключевой вывод исследования заключается в том, что способность девербатива выступать актуализатором таксисных отношений напрямую зависит от его семантического класса и степени вербогенности. Процессуальные и акциональные девербативы, сохраняющие глагольные свойства, демонстрируют максимальный потенциал, реализуемый через сочетаемость с предлогами и возможность ревербализации. Статальные девербативы, напротив, обладают рестриктивным потенциалом, актуализируя не примарные таксисные, а модально-характеризующие значения. Теоретическая значимость работы состоит в развитии теории деривации и таксиса, практическая – в использовании результатов исследования в вузовской практике преподавания теории языка, дериватологии и функциональной грамматики.

Ключевые слова: девербативные имена, таксис, таксисный потенциал, аспектуальность, ревербализация, темпоральные предлоги, итеративность, словообразовательная семантика

Для цитирования: Архипова И. В. Таксисный потенциал немецких девербативных существительных: семантико-деривационный аспект // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 13–19.

Original article

**TAXIS POTENTIAL OF GERMAN DEVERBATIVE NOUNS:
SEMANTIC-DERIVATIONAL ASPECT**

Irina V. Arkhipova

Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, irarch@yandex.ru

Abstract. This study is devoted to a systematic analysis of the functional potential of deverbative nouns in modern German. The primary focus is on their verbogenic-taxis potential – the ability of deverbatives to actualize the meaning of temporal reference (taxis) in a syntactic context when combined with temporal prepositions (*während, bei, nach, mit, etc.*). The empirical basis of the study consists of examples selected using a directed

sampling method from the Leipzig Corpus (LC) and the German Dictionary of the German Language (DWDS). The study utilizes a combination of linguistic methods, including deductive and inductive analysis, transformational analysis, contextual analysis, and methods for interpreting and generalizing linguistic facts. The aim of the study is to identify the mechanisms and conditions for realizing this potential. To achieve this, the tasks of semantically classifying deverbatives, defining analysis criteria, and establishing a correlation between the degree of preservation of verbal features and syntactic behavior are addressed. The key conclusion of the study is that the ability of a deverbative to actualize taxis relations directly depends on its semantic class and degree of verbogenicity. Processual and actional deverbatives, which retain verbal properties, demonstrate maximum potential, realized through combinability with prepositions and the possibility of reverbalization. Statical deverbatives, by contrast, possess restrictive potential, actualizing not primary taxis but modal-characterizing meanings. The theoretical significance of the study lies in the development of derivation and taxis theory, while its practical significance lies in the application of the research results to university teaching of language theory, derivatology, and functional grammar.

Keywords: deverbative nouns, taxis, taxis potential, aspectuality, reverbalization, temporal prepositions, iterativity, word-formation semantics

For citation: Arkhipova I. V. Taxis potential of german deverbative nouns: semantic-derivational aspect. *Gumanitarnyye issledovaniya* = *Humanitarian Researches*. 2025;4(96):13–19 (In Russ.).

Исследование семантических характеристик deverбативных имён существительных представляет собой значимое направление в современной германистике и общей теории словообразования [1–4]. В отечественной лингвистической традиции deverбативы определяются как производные номинативные единицы, наследующие семантику исходных глагольных основ. Однако их функциональный потенциал, в частности способность к актуализации таксисных отношений в синтагматическом контексте при сочетании с предлогами, остаётся областью, недостаточно изученной в системном аспекте.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью углублённого изучения интерфейса между словообразовательной семантикой, лексическим значением и синтаксическим поведением deverбативов. Гетерогенность данного класса слов проявляется в вариативной степени сохранения ими акциональных, аспектуальных и таксисных признаков производящих глаголов. Несмотря на наличие аспектуальных признаков, их деривационный статус накладывает ограничения на полную реализацию аспектуальных свойств, что требует детального описания.

Объект исследования – deverбативные имена существительные в немецком языке в аспекте их функционального потенциала.

Предмет исследования – таксисный потенциал deverбативных существительных, понимаемый как их способность к актуализации таксисных значений в синтагматике, детерминированная сохранёнными вербальными признаками и ограничиваемая словообразовательной семантикой.

Цель исследования – выявить и системно описать механизмы и условия актуализации таксисного потенциала deverбативных имён существительных в сочетании с темпоральными предлогами.

Поставленная цель достигается с помощью решения следующих задач:

1. Классифицировать deverбативы с точки зрения лексической семантики (акциональные, процессуальные, событийные, статальные имена) и степени сохранения глагольных характеристик.

2. Определить критерии и параметры анализа таксисного потенциала deverбативов.

3. Проанализировать синтагматическое поведение девербативов в контекстах с темпоральными предлогами (такими как *während, bei, in, mit, nach, seit, vor, bis*).

4. Установить корреляцию между семантическим классом девербатива, сохранением им аспектуально-таксисных признаков и его способностью выступать актуализатором таксисных значений.

Эмпирическую базу исследования составили примеры, отобранные методом направленной выборки из Лейпцигского корпуса (LC) и электронного словаря немецкого языка (DWDS).

Методический аппарат исследования включает общенаучные и лингвистические методы (дедукция, индукция, контекстуальный и трансформационный анализ), а также процедуры интерпретации и систематизации языковых фактов.

Научная новизна работы заключается в комплексном подходе к изучению девербативов через призму их таксисного потенциала, что позволяет преодолеть традиционный разрыв между их деривационно-семантическим описанием и функционально-синтаксическим анализом. Впервые в рамках единой модели ставится задача системного описания того, как словообразовательные ограничения и наследуемые глагольные свойства взаимодействуют, определяя способность девербатива к выражению таксисных отношений.

Теоретическая ценность исследования состоит в развитии теории деривации и теории таксиса, а также в уточнении категориального статуса отглагольных имён. Результаты работы вносят вклад в понимание грамматикализации лексических значений и механизмов взаимодействия между различными уровнями языковой системы.

Практическая ценность заключается в возможности применения полученных результатов в лексикографии (для уточнения словарных статей девербативов), в практике преподавания немецкого языка как иностранного (при изучении сложных вопросов управления и сочетаемости), а также в качестве основы для сопоставительных исследований в других германских и неродственных языках.

Актуализация таксисного потенциала девербативного имени существительного возможна при условии сохранения им ключевых вербальных и аспектуальных признаков. В сочетании с темпоральными предлогами такие девербативы становятся полноправными актуализаторами категориальных значений таксиса, а их функциональный потенциал напрямую зависит от семантического класса и степени вербогенности.

Актуализация таксисного потенциала возможна при сохранении девербативом вербальных и аспектуальных признаков. В сочетании с темпоральными предлогами *während, bei, in, mit, nach, seit, vor, bis* девербативы становятся актуализаторами категориальных значений таксиса.

Девербативы с максимальной вербогенностью демонстрируют способность к ревербализации (см. девербативы *Erwachen* и *Beobachten* и их глагольные трансформы с темпоральными союзами *nachdem, wenn, als, bevor, seitdem*):

1. ***Nach dem Erwachen*** schreibt Lavinia einen kurzen Brief an Eneas... (DWDS). → ***Nachdem Lavinia erwacht ist***, schreibt sie einen kurzen Brief an Eneas ...

2. ***Beim Beobachten der Häuser*** sieht die Gruppe auch Harvey wieder... (DWDS). → ***Wenn die Gruppe die Häuser beobachtet***, sieht sie auch Harvey wieder ...

3. **Beim Beobachten der an den Bäumen hängenden Schmarotzerpflanzen** sah Ruschi, wie diese bestäubt wurden (DWDS). → **Als Ruschi die an den Bäumen hängenden Schmarotzerpflanzen beobachtete**, sah er, wie diese bestäubt wurden.

4. Bimbisara besuchte den Buddha schon einige Jahre **vor dessen Erwachen** ... (DWDS). → Bimbisara besuchte den Buddha schon einige Jahre, **bevor er erwachte** ...

5. Jeder Berliner ist **seit dem Erwachen** mit seinen Gedanken an der Saar (DWDS). → Jeder Berliner ist, **seitdem er erwacht ist**, mit seinen Gedanken an der Saar.

В примерах 1–5 процессуальные девербативы *Erwachen* и *Beobachten* актуализируют примарный (первичный, хронологический) таксис следования, предшествования и одновременности.

Статальные девербативы на -en, такие как *das Erstaunen*, *das Staunen*, *das Befremden*, *das Grausen*, *das Schrecken* демонстрируют рестриктивный таксисный потенциал вследствие своей опредмеченной статальной семантики. В следующих контекстах данные единицы в сочетании с предлогом *mit* выражают значения сопутствующего психического состояния и таксисное значение одновременности:

6. **Mit Erstaunen** stellten die Seefahrer die Kultur- und Sprachverwandtschaft fest (DWDS).

7. Er nimmt Neuerungen **mit Befremden** zur Kenntnis (DWDS).

8. Gustel bemerkt **mit Grausen**, dass die Stimme des Herzogs ihrer stark ähnelt (DWDS).

9. Er sieht sie **mit Staunen, mit Schrecken** an ... (DWDS).

Особый случай представляют акциональные девербативы-сращения на -en (*das Älterwerden*, *das Kopfnicken*, *das Dunkelwerden*). Они сохраняют способность к ревербализации при условии их синтактико-семантической декомпозиции:

10. **Mit dem Älterwerden** nimmt ihre Wachstumsrate immer mehr ab (DWDS). → **Wenn die Menschen älter werden**, nimmt ihre Wachstumsrate immer mehr ab.

11. **Beim Wasserholen** trifft Gretchen auf Lieschen (DWDS). → Gretchen trifft auf Lieschen, **wenn sie Wasser holt**.

Анализ представленных контекстов демонстрирует различные типы актуализации таксисных отношений. В примере 10 наблюдается синкретическое взаимодействие хронологических и модальных значений, формирующее комплексную семантическую структуру. В контексте 11 процессуальный девербатив *Wasserholen* с предлогом *bei* реализует примарный таксис одновременности.

Девербативные образования на -ung характеризуются перфективной семантикой, выражающей реализованное действие. Наибольшим таксисным потенциалом обладают акциональные и процессуальные образования на -ung с семантикой предельности и результативности:

12. **Nach der Übersiedlung der Familie nach Deutschland** wurde er unterrichtet (DWDS). → **Nachdem die Familie nach Deutschland übersiedelt war**, wurde er unterrichtet.

13. **Bei der Untersuchung des Burggeländes** wurde festgestellt ... (DWDS). → **Als das Burggelände untersucht wurde**, wurde festgestellt ...

В примере 12 акциональный девербатив *Übersiedlung* с темпоральным предлогом *nach* актуализирует примарный таксис следования, а в контексте 13 девербатив *Untersuchung* реализует примарный таксис одновременности.

Безаффиксальные девербативы, образованные посредством аблаута, в сочетании с темпоральными предлогами также выступают актуализаторами примарно-таксисных категориальных ситуаций:

14. **Beim Sprung vom Eingang der Nisthöhlen auf den Boden strecken die Küken die Füße aus...** (DWDS). → **Wenn die Küken vom Eingang der Nisthöhlen auf den Boden springen, strecken sie die Füße aus...**

15. **Beim Schlag der Hausglocke schrickt er zusammen, „als sei hinter ihm die Tür seines Glückes zugefallen.“**(LC). → **Wenn die Hausglocke schlägt, schrickt er zusammen, „als sei hinter ihm die Tür seines Glückes zugefallen.“**

16. **Beim Griff nach dem Taschentuch findet er in Georgys Kleidung einen der Pläne** (LC). → **Wenn er nach dem Taschentuch greift findet er in Georgys Kleidung einen der Pläne.**

Проведённое исследование позволяет сформулировать следующие выводы, соответствующие поставленным задачам.

В соответствии с задачей, направленной на классификацию девербативов по лексической семантике и степени сохранения глагольных характеристик, установлено, что таксисный потенциал девербативов носит стратифицированный характер и напрямую коррелирует с их семантическим классом и степенью вербогенности. Выделены и проанализированы:

1) процессуальные и акциональные девербативы (например, *das Erwachen, das Beobachten, das Wasserholen, die Untersuchung*), демонстрирующие максимальную вербогенность; они наследуют акциональные и аспектуальные признаки производящей основы, что подтверждается их способностью к синтаксической ревербализации (трансформации в придаточные предложения с темпоральными союзами);

2) статальные девербативы (например, *das Erstaunen, das Befremden*), характеризующиеся минимальной вербогенностью и опредмеченной семантикой состояния; их таксисный потенциал рестриктивен: в сочетании с предлогом *mit* они актуализируют не примарные таксисные отношения, а значение сопутствующего психического состояния, что свидетельствует о сдвиге в сферу обстоятельств образа действия;

3) девербативы-сращения (например, *das Älterwerden*), занимающие промежуточное положение, чей потенциал к актуализации таксиса реализуется при условии их семантико-синтаксической декомпозиции;

4) девербативы на -ung, которые, несмотря на продуктивность суффикса и перфективную / результативную семантику, также способны выступать актуализаторами таксиса (например, *nach der Übersiedlung, bei der Untersuchung*).

В рамках задачи, касающейся определения критериев анализа таксисного потенциала, в качестве ключевого диагностического критерия была выявлена способность к ревербализации – трансформации предложно-именной группы с девербативом в придаточное обстоятельственное предложение времени с сохранением базовой пропозиции. Дополнительными параметрами стали: 1) тип сочетаемости с темпоральными предлогами; 2) характер актуализуемого таксисного значения (примарное следование / одновременность и др.).

Кроме того, было продемонстрировано, что девербативы активно взаимодействуют с широким спектром темпоральных предлогов (*während, bei, in, mit, nach, seit, vor, bis*). Конкретный выбор предлога и интерпретация всей конструкции детерминированы семантикой девербатива: процессуальные и акциональные единицы с предлогами *nach* и *bei* регулярно актуализуют примарный таксис следования и одновременности соответственно,

в то время как статальные девербативы с предлогом *mit* формируют структуры с модально-характеризующей семантикой.

И наконец, была установлена корреляция между семантическим классом, сохранением признаков и таксисной функцией, которая является центральной. Полученные данные полностью подтверждают исходную гипотезу: способность девербатива выступать актуализатором категориальных таксисных значений находится в прямой зависимости от степени сохранения им вербальных (акциональных) и аспектуальных признаков. Чем выше степень вербогенности (максимальная – у процессуальных и акциональных классов), тем полнее реализуется таксисный потенциал через сочетаемость с темпоральными предлогами и возможность ревербализации. Напротив, ослабление или утрата глагольных свойств (как у статальных девербативов) приводит к редукции или модификации этого потенциала, смещая семантику конструкции из темпорально-таксисной в модально-характеризующую плоскость.

Таким образом, системный анализ позволил выявить и описать континуум таксисного потенциала в классе девербативных существительных немецкого языка. Градация этого потенциала, определяемая исходной глагольной семантикой и последующими деривационными модификациями, подтверждает тесную взаимосвязь между лексико-словообразовательными характеристиками единицы и её функциями. Результаты исследования вносят вклад в теорию таксиса и деривации, конкретизируя условия, при которых именные образования способны выполнять сложные функции темпоральной организации высказывания.

Список источников

1. Архипова И. В. Немецкие девербативы: от таксисных функций к их актуализации / И. В. Архипова // Вестник Московского университета. Сер. 9: Филология. – 2023. – № 4. – С. 82–93.
2. Болотова Е. В. О словообразовательной тенденции отглагольных существительных в немецкоязычных газетных текстах / Е. В. Болотова // Доклады Башкирского университета. – 2019. – Т. 4, № 1. – С. 108–112.
3. Волкова И. В. О статусе отглагольных имен в современном немецком языке / И. В. Волкова // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Лингвистика. – 2015. – Т. 34. – С. 147–154.
4. Габдракипова Р. З. Производное слово как компонент функционально-семантического поля таксиса / Р. З. Габдракипова // Вестник Иркутского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 93–98.

References

1. Arkhipova I. V. German Deverbatives: from Taxis Functions to Their Actualization. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9 "Filologiya" = Bulletin of Moscow University. Series 9 "Philology"*. 2023;4:82–93.
2. Bolotova E. V. On the Word-Formation Tendency of Verbal Nouns in German-Language Newspaper Texts. *Doklady Bashkirskogo universiteta = Reports of Bashkir University*. 2019;4(1):108–112.
3. Volkova I. V. On the Status of Verbal Nouns in Modern German. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya "Lingvistika" = Bulletin of Moscow State Regional University. Series "Linguistics"*. 2015;34:147–154.
4. Gabdrakipova R. Z. Derivative Word as a Component of the Functional-Semantic Field of Taxis. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Irkutsk State University*. 2009;3:93–98.

Информация об авторе

И. В. Архипова – доктор филологических наук, профессор.

Information about the author

I. V. Arkhipova – D. Sc. (Philology), Professor.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of Interest: the author declare no conflicts of interest

Статья поступила в редакцию 28.11.2025, одобрена после рецензирования 18.12.2025, принята к публикации 20.12.2025.

The article was submitted 28.11.2025; approved after reviewing 18.12.2025, accepted for publication 20.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 20–26.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):20–26.

Научная статья
УДК 81'1

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ СЦЕНИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Елена Николаевна Галичкина^{1✉}, Елена Викторовна Илова²

^{1, 2}Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия

¹elena.galichkina@mail.ru✉, <https://orcid.org/0000-0003-0771-6821>

²elenailova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3765-6591>

Аннотация. Современная антропоцентрическая лингвистика актуализирует изучение коммуникативного поведения языковой личности в условиях цифровой среды. Настоящая статья посвящена исследованию лингвистических моделей сценического поведения в виртуальном социальном пространстве, понимаемом как полифункциональное семиотическое поле, где языковое взаимодействие конструирует социальные сообщества. Актуальность работы обусловлена глобальной цифровой трансформацией, в рамках которой язык становится ключевым инструментом формирования идентичности и социальных связей. Цель исследования – выявление и описание лингвистических моделей, регулирующих сценическое поведение пользователей. Материалом послужили тексты коммуникации авторов фанфиков на платформе FanFiction (fanfiction.net). Теоретической основой выступили драматургическая концепция И. Гофмана и теория речевых актов Дж. Серля. В работе применялись методы лингвистического, дискурс- и контент-анализа. В результате исследования выделены и проанализированы три доминирующие лингвистические модели сценического поведения: креативная (реализуется через языковую игру, отклонение от норм и креолизованные средства для конструирования уникальной идентичности), адаптивная (направлена на соблюдение сетевого этикета и прагматических норм сообщества) и конфликтная (актуализируется через вербальную агрессию, троллинг и нарушение коммуникативных постулатов). Продemonстрировано, что пользователи динамично переключаются между этими моделями в зависимости от коммуникативной ситуации и избираемой роли («эксперт», «друг», «провокатор»). Статья вносит вклад в развитие лингвистики интернета, предлагая использовать категорию театральности для исследования онлайн-общения.

Ключевые слова: лингвистика интернета, сценическое поведение, виртуальная коммуникация, языковая личность, фанфикшн-дискурс, драматургический подход, речевые модели, цифровая идентичность

Для цитирования: Галичкина Е. Н., Илова Е. В. Лингвистические модели сценического поведения в виртуальном пространстве // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 20–26.

Original article

LINGUISTIC MODELS OF THEATRICAL SELF-PRESENTATION IN VIRTUAL SOCIAL SPACE

Abstract. Modern anthropocentric linguistics is increasingly focusing on the communicative behavior of the linguistic personality in the digital environment. This article investigates the linguistic models of theatrical self-presentation in virtual social space, understood as a polyfunctional semiotic field where linguistic interaction constructs social communities. The relevance of the study is determined by the global digital transformation, within which language becomes a key tool for shaping identity and social bonds. The aim of the research is to identify and describe the linguistic models governing users' theatrical

behavior. The research material comprises communication texts from fanfiction authors on the FanFiction platform (fanfiction.net). The theoretical framework is based on E. Goffman's drama theory and J. Searle's speech act theory. The methodology includes linguistic, discourse, and content analysis. As a result, three dominant linguistic models of theatrical behavior are identified and analyzed: the creative model (realized through language play, norm deviation, and creolized means to construct a unique identity), the adaptive model (aimed at observing netiquette and the community's pragmalinguistic norms), and the conflict model (actualized through verbal aggression, trolling, and the violation of communicative postulates). The study demonstrates that users dynamically switch between these models depending on the communicative situation and the chosen role ("expert," "friend," "provocateur"). The article contributes to the development of Internet linguistics by introducing theatricality as a category for the study of online communication.

Keywords: Internet linguistics, theatrical behavior, virtual communication, linguistic persona, fanfiction discourse, dramaturgical approach, speech models, digital identity

For citation: Galichkina E. N., Ilova E.V. Linguistic Models of Theatrical Self-Presentation in Virtual Social Space. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian researches*. 2025;4(96):20–26 (In Russ.).

Современная антропоцентрическая лингвистика в последнее время активно обращается к исследованию коммуникативного поведения языковой личности в цифровой среде, что обусловлено стремительной виртуализацией социального взаимодействия. Предметом настоящего исследования выступают лингвистические модели сценического поведения, актуализируемые индивидом в виртуальном социальном пространстве. Под виртуальным социальным пространством авторы статьи предлагают понимать полифункциональное семиотическое пространство, опосредованное цифровыми технологиями, в котором языковое взаимодействие (вербальное и невербальное) приводит к формированию социальных сообществ, регулируемых прагматическими нормами.

Актуальность работы обусловлена глобальной цифровой трансформацией общества, в рамках которой язык становится ключевым инструментом конструирования идентичности, социальных связей и новой культурной реальности. Научный анализ этих процессов является не только теоретически значимым, но и практически востребованным в самых разных сферах современной жизни.

В виртуальном пространстве индивид получает беспрецедентную свободу в проектировании своего Я. Он может примерять различные речевые маски (эксперта, критика, друга, анонима), создавая сложные лингвистические сценарии. Исследование моделей поведения расширяет наше представление о механизмах управления впечатлением в цифровую эпоху. Кроме того, анализ языковых моделей позволяет выявить, как пользователи строят свой авторитет (например, с помощью лексических или синтаксических средств в блогах), формируют сообщества (сленг, мемы как маркеры принадлежности) и ведут коммерческую или политическую деятельность (язык влияния и манипуляции).

Целью статьи является выявление лингвистических моделей, регулирующих сценическое поведение пользователей в виртуальном социальном пространстве. Материалом исследования послужили: тексты коммуникации фикрайтеров на тематическом сайте FanFiction (fanfiction.net). Теоретико-методологической основой исследования послужили: 1) работы Дж. Серля [12, с. 172], чья теория речевых актов позволяет анализировать, как именно с помощью языка (перформативов, директивов, комиссивов) пользователи виртуального пространства осуществляют свои «роли»: дают советы (эксперт), приказывают (лидер), обещают (друг) и т. д.; 2) драматургическая теория И. Гоффмана [9, с. 104] о «представлении себя другим» на «сцене» и за «кулисами», которая находит в виртуальном пространстве идеальную площадку для применения, поскольку профиль в социальной сети – это «сцена», а личные переписки – «кулисы»; 3) исследования идентичности

в цифровую эпоху Ш. Тёркл [15, с. 75], например исследование, посвящённое изучению создания виртуального образа с помощью никнеймов; 4) Дж. Донат [14, с. 22], которая в своей знаменитой работе «Идентичность и обман в виртуальном сообществе» напрямую связала гофмановскую драматургию с онлайн-взаимодействиями, а также современные лингвистические исследования категории театральности и сетевого дискурса [4, с. 97; 11, с. 52; 7, с. 59; 8, с. 152]. В работе использовались следующие методы: лингвистический анализ, дискурс-анализ, элементы контент-анализа.

Виртуальное социальное пространство продолжает оставаться объектом исследовательского интереса, о чём свидетельствуют многочисленные работы, посвящённые изучению его системообразующих характеристик [3, с. 45; 5, с. 134 и др.], жанрового своеобразия [11, с. 53; 4, с. 92; 2, с. 60 и др.] и отличительных особенностей [1, с. 5; 13, с. 6 и др.].

В последние годы категории театральности оказываются в фокусе внимания исследователей сетевого дискурса. Согласно проведённым ранее исследованиям, категория театральности занимает центральное положение в системе коммуникативных категорий, что обусловлено самой природой человеческого общения, где каждый индивид актуализирует свою потребность в социальном взаимодействии, выбирая и исполняя определённую коммуникативную роль, что превращает весь дискурс в сценическое пространство [6, с. 127].

Категория театральности характеризуется важными для виртуального пространства свойствами: сценарность, ритуальность, ориентация на публичный эффект и презентационность. Зрелищность, намеренная демонстративность поведения и стратегическая самопрезентация реализуются не только в театре, но и в сетевом дискурсе, где виртуальное пространство – это сцена, а языковое поведение пользователей – это перформанс, основанный на драматургических принципах построения высказывания [6, с. 128].

Ключевые механизмы театрального представления, сценическое воплощение ролевых моделей, находят отражение в сетевой коммуникации, где пользователь становится одновременно драматургом, режиссером и актёром собственной виртуальной идентичности, конструируемой посредством дискурсивных стратегий и тактик [5, с. 133].

В рамках нашего исследования мы предлагаем выделять шесть доминирующих лингвистических моделей сценического поведения: креативную, адаптивную, аутентичную, игровую, конфликтную, «эксперт – критик», «друг – враг, провокатор».

Креативная модель характеризуется намеренным отклонением от языковых норм и активным использованием креолизованных средств, включая эмодзи, стикеры, гиф-изображения и интернет-мемы, которые способствуют конструированию уникальной, часто игровой идентичности. Данная модель актуализируется посредством языковой игры, каламбура, сознательных орфографических и грамматических ошибок (например, «*пеши исчо*», «*пасиб*», «*девачьки*», «*ниасилил*», «*смищно*»), использования несуществующих форм глагола (например, «*евонный*», «*еёшный*»), что позволяет пользователю привлекать внимание и выстраивать сценический образ «креативного автора».

Адаптивная модель направлена на бесконфликтное коммуникативное взаимодействие пользователей и соблюдение норм сетевого этикета. Данная модель актуализируется посредством соблюдения прагмалингвистических норм, принятых в рамках того или иного сетевого коммуникативного сообщества. Приведём примеры норм, действующих в рамках фанфик сообщества FanFiction (fanfiction.net):

1) каждый фанфик (любительское литературное произведение по мотивам чужих произведений) должен иметь аннотацию – краткое описание, которое вовлекает читателя и сообщает ключевую информацию;

2) автор фанфика обязан предупредить читателя о потенциально травмирующем контенте, например о смерти главного героя;

3) необходимо использовать общепринятую систему рейтингов: *G / General Audience* – полностью безопасный контент; *PG-13 / Parent Strongly Cautioned* – может содержать материал, неподходящий для детей до 13 лет; *R / Restricted* – материал для взрослых;

4) необходимо использовать жанровые тэги: *ангст* (от англ. *angst* – тревога, страх) – в рамках данного жанра автор намеренно создаёт негативные переживания для персонажей и читателей; *флафф* (от англ. *fluff* – пушистый, мягкий) – цель данного жанра – поднять настроение и создать чувство комфорта;

5) после прочтения фанфика читатель должен оставить комментарий, выражающий поддержку или благодарность;

6) запрещается заимствовать чужие идеи, сюжеты без указания авторства;

7) текст должен быть грамотно оформлен, разделён на абзацы; автор, получающий комментарий, должен на них реагировать.

Выделим организующую коммуникативную стратегию, направленную на координацию совместных действий пользователей с целью установления, продолжения и поддержания коммуникативного взаимодействия, что проявляется в использовании императивных конструкций директивного характера и лингвистических средств согласия («да», «согласен», «верно»).

Конфликтная модель реализуется в ситуациях вербальной агрессии, троллинга или флейма, где сценическое поведение пользователя направлено на деструктивное взаимодействие и провокацию эмоциональной реакции у виртуальной аудитории. Данная модель актуализируется посредством инвективной лексики, сарказма и нарушения постулатов общения Г. П. Грайса [10, с. 219]. Приведём примеры, иллюстрирующие конфликтную модель:

Вы вообще читали оригинал? Ваш персонаж абсолютно не соответствует канону, он ведёт себя как истеричная девица. Такое чувство, что писал бездарный школьник. Удалите это позорище.

Перед нами классическое проявление деструктивного коммуникативного поведения в виртуальном социальном пространстве представителей фанфикшн-культуры, поскольку член данного сообщества не критикует конструктивно и целенаправленно атакует автора. Цель данной троллинг-стратегии – спровоцировать эмоциональную реакцию у автора публикации и самоутвердиться за счёт унижения другого.

Автор, ты ничего не понял в кино! У тебя вкус как у бездомного. Разбираешься так же, как в личной гигиене. Закрывай свой помойный канал!

Данный комментарий представляет собой классический пример деструктивной коммуникации, возникающей в ситуации негативной оценки медийного продукта. Цель коммуникативной стратегии «деструктивная критика» – полное отрицание компетенции автора, демонстрация силы и эмоциональная разрядка агрессивного пользователя. Конфликт возникает из-за расхождения во мнениях и реализуется через личные оскорбления («у тебя вкус как у бездомного»), инвективную лексику («помойный канал») и приказ («Закрывай свой помойный канал»). Предполагаемый перлокутивный эффект высказывания заключается в том, чтобы вызвать у адресата чувство гнева, унижения и неуверенности в себе.

По степени искренности или управления впечатлением мы предлагаем выделять: аутентичную модель и игровую модель. В рамках аутентичной модели пользователь сознательно использует стратегию аутентичной самопрезентации, он старается следить за тем, чтобы его слова в интернете совпадали с его реальными мыслями и ценностями. В рамках игровой модели пользователь полностью вживается в роль, стирает грань между реальным Я и цифровой маской, что зачастую реализуется в ролевых онлайн-играх, стримах,

VR-пространствах, а также среди блогеров, которые играют определённую роль. Игровая модель реализуется с помощью стратегии карнавализации, ориентированной на игровое преобразование коммуникативного пространства. Пользователь сознательно нарушает языковые нормы и конструирует альтернативную идентичность посредством языковой игры, пародийного цитирования и намеренного смешения стилистических регистров.

По типу создаваемого образа или ролевой маски предлагаем выделять следующие модели: «эксперт – критик», «друг – враг, провокатор». Цель модели «эксперт – критик» – продемонстрировать компетентность и повлиять на мнение аудитории. Данная модель актуализируется с помощью следующих лингвистических средств: специальная терминология, ссылки на авторитетные источники и сложные синтаксические конструкции. Цель модели «друг – враг, провокатор» – создать либо иллюзию близких, неформальных отношений посредством использования разговорной лексики, сленга, эмодзи, передающих положительные эмоции или привлечь внимание посредством нарушения норм и спровоцировать конфликт, что, в свою очередь, реализуется с помощью ненормативной лексики, иронии и отрицания авторитетов. Отметим, что пользователи зачастую совмещают лингвистические модели сценического поведения (креативную, адаптивную и конфликтную), переключаясь между ними в зависимости от коммуникативной ситуации и выбранной ими на данный момент виртуальной роли – «тролль», «эксперт», «друг», «лидер мнений».

Важным выводом является положение о том, что пользователи часто не придерживаются одной модели. Они совмещают и переключаются между различными моделями (например, креативной, адаптивной и конфликтной) в зависимости от коммуникативной ситуации и выбранной роли («тролль», «эксперт», «друг»), что подчёркивает гибкий и стратегический характер самопрезентации в сети. Анализ моделей позволяет понять, как в сетевой коммуникации строится авторитет и влияние, формируются и поддерживаются сообщества; осуществляется манипуляция и провокация; конструируется индивидуальная и групповая идентичность.

Список источников

1. Абрамова А. Г. Лингвистические особенности электронного общения / А. Г. Абрамова. – Москва : Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2005. – 20 с.
2. Акимов О. В. Игровой стрим как новая коммуникативная среда интернет-пользователей / О. В. Акимов, Е. Н. Галичкина // Вестник Калмыцкого университета. – 2025. – № 1 (65). – С. 58–66.
3. Вавилова Е. Н. Жанровая классификация дискурса телеконференций Фидонет / Е. Н. Вавилова. – Томск, 2001. – 197 с.
4. Галичкина Е. Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство / Е. Н. Галичкина. – 6-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2023. – 331 с.
5. Галичкина Е. Н. Лингвосомиотика потребностной интернет-коммуникации / Е. Н. Галичкина // Культура. Коммуникация. Дискурс: актуальные вопросы полиязычного пространства. – Волгоград : Волгоградский гос. аграрн. ун-т, 2024. – С. 132–138.
6. Галичкина, Е. Н. Лингвосомиотическая категория театральность в сетевом дискурсе / Е. Н. Галичкина, Е. В. Илова // Гуманитарные науки и образование. – 2024. – Т. 15, № 3. – С. 126–132.
7. Говорунова Л. Ю. Речевой жанр «интернет-отзыв туриста» в русской и итальянской лингвокультурах / Л. Ю. Говорунова. – Волгоград, 2014. – 221 с.
8. Горина Е. В. Дискурс интернета в аспекте воздействия на пользователя / Е. В. Горина // Политическая лингвистика. – 2015. – № 2 (52). – С. 150–155.
9. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман ; пер. с англ. А. Д. Ковалева. – Москва : Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000. – 200 с.
10. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике / под общ. ред. Е. В. Падучевой. – Москва : Прогресс, 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 217–237.

11. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса / В. И. Карасик // Жанры речи. – 2019. – № 1 (21). – С. 49–55. – doi 10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55.
12. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Москва : Прогресс, 1986. – Вып. 17: Теория речевых актов. – С. 170–194.
13. Сытникова Т. А. Сущность и специфика компьютерного дискурса как объекта лингвистического исследования / Т. А. Сытникова. – Хабаровск : Дальневосточный гос. гуманитар. ун-т, 2010. – 21 с.
14. Donath J. S. Identity and Deception in the Virtual Community. Communities in Cyberspace / J. S. Donath. – 1st ed. – Routledge, 1999. – 32 p.
15. Turkle S. Life on Screen: Identity in the Age of the Internet. – Simon & Schuster, 1995. – 353 p.

References

1. Abramova A. G. *Lingvisticheskie osobennosti elektronnoy obshcheniya = Linguistic Features of Electronic Communication*. Moscow: Lomonosov Moscow State University; 2005:20 p.
2. Akimova O. V., Galichkina E. N. Game Stream as a New Communication Environment for Internet Users. *Vestnik Kalmyckogo universiteta = Bulletin of Kalmyk University*. 2025;1(65):58–66.
3. Vavilova E. N. *Zhanrovaya klassifikatsiya diskursa telekonferentsiy Fidonet = Genre Classification of the Discourse of Teleconferences Fidonet*. Tomsk; 2001:197 p.
4. Galichkina E. N. *Kompyuternaya kommunikatsiya: lingvisticheskiy status, znakovye sredstva, zhanrovoye prostranstvo = Computer Communication: Linguistic Status, Signed Means, Genre Space*. 6th ed. Moscow: Flinta; 2023:331 p.
5. Galichkina E. N. Linguosemiotics of the Need for Internet Communication. *Kultura. Kommunikatsiya. Diskurs: aktualnye voprosy poliyazychnogo prostranstva = Culture. Communication. Discourse: Topical Issues of Political Space*. Volgograd: Volgograd State Agrarian State; 2024:132–138.
6. Galichkina E. N., Il'ova E. V. Linguosemiotic Category Theatricality in Network Discourse. *Gumanitarnye nauki i obrazovanie = Humanities and Education*. 2024;15(3): 126–132.
7. Govorunova L. Yu. *Rechевой zhanr "internet-otzyv turista" v russkoy i ital'yanskoy lingvokulturakh = Speech Genre "Internet Tourist Review" in Russian and Italian Linguistic Cultures*. Volgograd; 2014:221 p.
8. Gorina E. V. Internet Discourse in Terms of User Impact. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*. 2015;2(52):150–155.
9. Goffman E. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoy zhizni = Representing Yourself to Others in Everyday Life*. Moscow: Kanon-Press-C, Kuchkovo pole; 2000:200 p.
10. Grays G. P. Logic and Speech Communication. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike = New in Foreign Linguistics*. Ed. by E. V. Paducheva. Moscow: Progress; 1985;16:217–237.
11. Karasik V. I. Genres of Network Discourse. *Zhanry rechi = Genres of Speech*. 2019;1(21):49–55. doi 10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55.
12. Serl Dzh. R. Classification of illocutive acts. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike = New in Foreign Linguistics*. Moscow: Progress; 1986;17:170–194.
13. Sytnikova T. A. *Sushchnost i spetsifika kompyuternogo diskursa kak obekta lingvisticheskogo issledovaniya = Essence and Specificity of Computer Discourse as an Object of Linguistic Research*. Khabarovsk: Far Eastern State Humanite State; 2010:21 p.
14. Donath J. S. *Identity and Deception in the virtual community. Communities in Cyberspace*. 1st ed. Routledge; 1999:32 p.
15. Turkle S. *Life on Screen: identity in the Age of the Internet*. Simon & Schuster; 1995:353 p.

Информация об авторах

Е. Н. Галичкина – доктор филологических наук, профессор;

Е. В. Илова – кандидат филологических наук, доцент.

Information about the authors

E. N. Galichkina – D. Sc. (Philology), Professor;

E. V. Ilova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflicts of interest: the authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 17.11.2025, одобрена после рецензирования 18.12.2025, принята к публикации 20.12.2025.

The article was submitted 17.11.2025; approved after reviewing 18.12.2025, accepted for publication 20.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 27–34.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):27–34.

Научная статья
УДК 821.111

**НАРРАТИВНЫЙ ПРИЁМ CLIFFHANGER:
СЕМАНТИКА И СТРУКТУРА В КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ**

Валерия Анатольевна Буряковская¹, Надежда Александровна Емельянова²

¹Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия

²Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия

¹vburyakovskaya@yandex.ru

²espere402@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена комплексному анализу кинематографического приема клиффхэнгера как структурно-семантической единицы кинофильма. Клиффхэнгер рассматривается не просто как технический инструмент для удержания зрительского внимания, а как фундаментальный нарративный компонент, активно участвующий в порождении смысла. В работе исследуется специфика его лингвосемиотической природы, объединяющей вербальные, визуальные и аудиальные коды для создания эффекта напряженного ожидания. Анализируются ключевые функции приёма в структуре кинодискурса: от обеспечения нарративной прерывности – непрерывности и управления ритмом фильма до глубокого раскрытия психологии персонажей через экстремальные ситуации. Особое внимание уделяется роли клиффхэнгера в конструировании подтекста и активизации интерпретационной деятельности зрителя, вынужденного заполнять смысловые лакуны, намеренно созданные режиссером. На конкретных примерах из различных кинематографических произведений демонстрируется то, как данный приём трансформируется из элемента сюжетной механики в полноценную единицу художественной семантики, определяющую восприятие всего киноповествования в целом. Статья вносит вклад в теорию нарратологии и семиотики кино, предлагая системный взгляд на клиффхэнгер как на неотъемлемый элемент смысловой архитектуры современного фильма.

Ключевые слова: клиффхэнгер, кинодискурс, нарративная структура, саспенс, семиотика кино, смыслообразование, зрительское восприятие

Для цитирования: Буряковская В. А., Емельянова Н. А. Кинематографический прием cliffhanger как единица смысловой структуры кинофильма // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 27–34.

Original article

THE CLIFFHANGER: ITS SEMANTICS AND STRUCTURE IN CINEMATIC DISCOURSE

Valeria A. Buriakovskaya¹, Nadezhda A. Emelianova²

¹Volgograd State Social and Pedagogical University, Volgograd, Russia

²Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia

¹vburyakovskaya@yandex.ru

²espere402@gmail.com

Abstract. The article provides a comprehensive analysis of the cinematic device of the cliffhanger as a structural and semantic film unit. The cliffhanger is examined not merely as a technical tool for maintaining viewer engagement but as a fundamental narrative component actively involved in the generation of meaning. The study explores the specifics

of its linguistic and semiotic nature, which combines verbal, visual, and audio codes to create an effect of suspense. The key functions of the device within the structure of film discourse are analyzed: from ensuring narrative discontinuity-continuity and controlling the film's rhythm to the profound revelation of character psychology through extreme situations. Particular attention is paid to the role of the cliffhanger in constructing subtext and activating the viewer's interpretative activity, as the audience is compelled to fill the semantic lacunae intentionally created by the director. Using specific examples from various cinematic works, the article demonstrates how this device transforms from an element of plot mechanics into a full-fledged unit of artistic semantics that shapes the perception of the entire cinematic narrative. The contribution of the article lies in the theory of narratology and film semiotics, offering a systematic view of the cliffhanger as an integral element of the semantic architectonics of modern cinema.

Keywords: cliffhanger, cinematic discourse, narrative structure, suspense, film semiotics, semantic formation, audience perception

For citation: Buriakovskaya V. A., Emelianova N. A. The Cliffhanger: Its Semantics and Structure in Cinematic Discourse. *Gumanitarnyye issledovaniya* = *Humanitarian Researches*. 2025;4(96):27–34 (In Russ.).

В условиях современной медиасреды, для которой характерны гиперпроизводство контента и интенсивная конкуренция за внимание реципиента, проблема эффективного управления зрительским восприятием приобретает первостепенное значение. В данном контексте нарративный приём cliffhanger, традиционно рассматривавшийся в рамках сугубо прагматического подхода как инструмент удержания интереса, требует принципиально нового осмысления в качестве сложноорганизованной семиотической структуры, играющей главную роль в архитектонике кинематографического текста. Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью преодоления редукционистского подхода к изучению cliffhanger, который в существующих работах часто анализируется исключительно в прикладном аспекте, в то время как его лингвосемиотическая природа, механизмы смыслопорождения и влияние на нарративную координацию зрителя остаются недостаточно изученными. Статья призвана восполнить этот пробел, предлагая рассмотреть cliffhanger как интегральную единицу киноязыка, чья структурная организация неразрывно связана с его семантическим наполнением и способностью конструировать сложные модели рецепции в пространстве современного кинодискурса.

Cliffhanger – это сюжетный приём, в котором часть истории заканчивается неразрешённой, обычно тревожной или шокирующей ситуацией, чтобы заставить аудиторию вернуться к истории в следующей части фильма или сериала [6]. Cliffhanger может заканчивать телевизионный эпизод, сцену в фильме или рассказ.

Идея заканчивать рассказ в момент, когда читатель в напряжении ожидает развязки (которая в большинстве случаев происходит в начале следующего рассказа), стара как сама литература. Этот приём, в частности, является главной темой персидского сказочного цикла «Тысяча и одна ночь», где центральный персонаж цикла – царица Шахерезада, спасая свою жизнь, использовала всё красноречие, рассказывая царю сказки до восхода солнца (который не без умысла наступал на самом интересном месте повествования). В XIX в. традиция такой концовки получила развитие в рассказах, печатавшихся «с продолжением» в газетах и журналах, и стала настолько избитой, что Марк Твен, сам неоднократно её использовавший, гротескным образом продемонстрировал её в 1870 г. в рассказе «Средневековый роман». Запутанный и интригующий сюжет рассказа завершается фразой: «Окончания этой потрясающей и полной драматических событий истории нельзя отыскать ни в этой, ни в другой книге, ни сейчас, ни в будущем. По правде говоря, я завёл моего героя (или героиню) в такое безвыходное и запутанное положение, что сам не знаю, как теперь с ним (или с нею) быть, а поэтому умываю

руки и предоставляю ему (или ей) самостоятельно отыскать выход или оставаться в том же положении».

Нынешнее же название, по мнению учёных-филологов, возникло благодаря приключенческим фильмам немого кино 1930-х гг., в которых главный герой буквально стоит на краю обрыва (фраза дословно переводится как «висящий над обрывом»), хотя первое упоминание в Оксфордском словаре английского языка относится к 1937 г.

Структурно концовки Cliffhanger обычно делятся на две категории:

1. Ситуационный cliffhanger, при котором главный герой оказывается в ситуации непосредственной физической опасности.

2. Информационный cliffhanger, связанный с введением в нарратив шокирующего откровения, кардинально меняющего перспективу восприятия сюжета [8].

Независимо от того, завершает ли cliffhanger всю историю или это закрытие отдельной части или эпизода, это повествовательная техника, используемая для того, чтобы побудить аудиторию вернуться и посмотреть, как решается проблема персонажа.

Концовки Cliffhanger становятся всё более распространёнными в фильмах и телешоу. В мире тысячи отвлекающих факторов, и авторы и сценаристы знают, что удерживать внимание аудитории – серьёзная проблема. Такие шоу, как «Игра престолов» и «Доктор Кто», а также художественные фильмы, например «Звездные войны», – все они использовали cliffhanger как «продолжение следует», чтобы зрители умирали от желания узнать, что будет дальше.

Анализ современного кинематографа и телесериального производства позволяет выявить устойчивые типологические модели cliffhanger [3]:

1. Нереализованный любовный выбор. Данная модель, эксплуатирующая тему амбивалентности романтических отношений, создаёт устойчивую нарративную интригу. Каноническим примером выступает сага «Сумерки», в которой на протяжении нескольких фильмов поддерживается напряжённость выбора Беллы между Эдвардом и Джейкобом, что актуализирует в дискурсе феномен фэндомного разделения («Team Edward» vs «Team Jacob»).

2. Непредвиденная катастрофа. Введение в повествование внезапной смерти или травмы ключевого персонажа в кульминационный момент представляет собой распространённую нарративную стратегию, характерную для жанров психологического триллера и детектива. Яркими примерами служат смерть леди Сибил в «Аббатстве Даунтон» или убийство Дамблдора в «Гарри Поттере и Принце-полукровке», каждое из которых реконфигурирует последующее развитие сюжета.

3. Герменевтический код вопроса. Одна из наиболее универсальных моделей, которая основана на имплантации в нарратив ключевого вопроса, лишённого немедленного ответа. Шекспировская «Буря», в которой исход кораблекрушения раскрывается лишь во втором акте, демонстрирует историческую укоренённость данной стратегии.

4. Семантика надежды. Несмотря на потенциальное отсутствие благополучной развязки, введение в нарратив семантического компонента надежды – перспективы позитивных изменений в судьбе протагониста – представляет собой эффективный механизм поддержания рецептивного интереса. В телевизионном дискурсе данная техника находит частое применение в контексте репрезентации интерперсональных отношений. Каноническим примером выступает финальная сцена четвёртого сезона сериала «Друзья», где речевой акт Росса: «Я беру тебя, Рэйчел», произнесённый во время церемонии бракосочетания с Эмили, создаёт устойчивую нарративную интригу. Последующий кадр – крупный план лица Рэйчел на фоне начальных титров – инсталлирует в дискурс герменевтический код, оставляя аудиторию в состоянии

интерпретационной неопределённости относительно природы лингвистической ошибки персонажа: была ли она вербальной оговоркой или это был подсознательный выбор. Подобная нарративная конфигурация, актуализирующая тему нереализованного романтического потенциала, выступает ключевым фактором пролонгированной зрительской вовлечённости, стимулируя как просмотр следующего эпизода, так и терпеливое ожидание релиза следующего сезона.

5. Стратегическое нарушение нарративного ожидания как механизм пролонгации зрительского интереса. Вопреки традиционным нарратологическим ожиданиям, современная повествовательная практика демонстрирует тенденцию к сознательному нарушению принципа нарративной завершенности. Данная стратегия, основанная на использовании приёма cliffhanger, представляет собой эффективный механизм поддержания рецептивной вовлечённости аудитории. Особую значимость этот подход приобретает в контексте сериальных форм – трилогий, эпопей и протяжённых телевизионных саг, в которых систематическое применение незавершённости в финальных сегментах каждой части (за исключением заключительной) формирует устойчивую мотивацию к контакту с последующими элементами нарратива [4].

Хотя наиболее репрезентативным традиционно считается финальный сегмент произведения, где приём функционирует как инструмент рекомбинации кульминационной фазы и ввода дополнительной интриги, его операциональный потенциал не ограничивается данной нарративной позицией. В условиях протяжённых повествовательных структур (таких как часовой сериал или полнометражный фильм) cliffhanger может выполнять функцию модулятора нарративного ритма, активизируя внимание реципиента на различных этапах развития сюжета. В традиционном телевизионном формате данный приём часто маркирует границы нарративных актов, предвещая рекламные блоки, тогда как в платформенном стриминге он используется для оптимизации зрительской вовлечённости в рамках единого композиционного целого.

Таким образом, эффективно сконструированный cliffhanger представляет собой нарративный сбой в момент максимальной рецептивной напряжённости. Системное применение данного приёма на ключевых структурных рубежах повествования создаёт устойчивую перспективу нарративной реализации, выступая катализатором пролонгированного зрительского интереса.

В известном телесериале «Клан Сопрано» cliffhanger представлен в финале сериала. В конце эпизода главный герой Тони Сопрано сидит за обеденным столом в ресторане со своей семьей. Однако публике показывают кадры с камеры человека, который намерен убить Тони Сопрано. Когда экран становится чёрным, чтобы закончить сериал, зрители так и не видят, как убивают Сопрано. Хотя мы можем предположить, что происходящее в конце всё ещё остаётся на усмотрение интерпретации. Не показывая, что происходит, сценаристы создали захватывающий финал, оставив зрителей в напряжении.

Ещё одно телешоу, известное своими cliffhanger, – «Ходячие мертвецы» на канале AMC. Сюжет сериала – непрерывная попытка победить зомби, захвативших страну [2].

В рамках финала сезона судьба любимого персонажа Гленна зрителям неизвестна. В конце эпизода нападение зомби на Гленна кажется весьма вероятным, но поскольку этого не было показано, то его состояние смертности остаётся под вопросом, что делает такой финал примером cliffhanger. Зрители остались в напряжении, а теории заполонили интернет-форумы [7].

Для того чтобы применить cliffhanger в повествовании фильма, необходимо составить композицию.

Писатель Дэн Браун известен мастерским использованием cliffhanger в своих бестселлерах-саспенсах: «...cliffhanger задают большие вопросы в конце главы или раздела. – говорит Браун. – Обычно cliffhanger останавливается во время кульминационного момента в середине действия, а не в его естественном завершении. Ваш герой собирается столкнуться злодея с гоночной яхты? Остановитесь там, где герой держит злодея в своих руках. Пусть читатель думает: “Хорошо, я прочитаю ещё одну страницу...”».

Браун предлагает следующие стратегии создания cliffhanger:

- переместить последние несколько абзацев сцены в следующую главу;
- создать разрыв раздела между вашей работой;
- преподнести сюрприз, которого зрители не будут ожидать;
- использовать импульсы, короткие предложения или фразы, чтобы напомнить читателю о скрытой опасности или неожиданном повороте событий.

Таким образом, чтобы успешно создать cliffhanger, необходимо использовать описательные элементы и напомнить читателям о потенциальной опасности, а для создания максимального эффекта мы предлагаем использовать следующие структурные элементы:

- 1) начинать главы с чувством безотлагательности;
- 2) делать отрывки краткими и вырезать лишние описания;
- 3) смешивать описательные отрывки со сценами действия;
- 4) оставаться на связи с сенсорным опытом главного героя;
- 5) искать правдоподобные способы скрыть ключевую информацию от читателя (т. е. рассказывать с точки зрения персонажа, который не может получить / не знает информации);
- 6) начинать новый эпизод в середине сцены;
- 7) начинать эпизод или раздел вопросом, интересным фактом или изменением темпа;
- 8) использовать «пульс», чтобы напомнить зрителю о скрытой опасности;
- 9) использовать воспоминания, чтобы открыть новые источники неизвестности;
- 10) завершать эпизод захватывающим финалом [5].

Современные авторы используют cliffhanger чаще, потому что читатель в наше время слишком искушён. Для этого используются специальные лингвистические приёмы [9]:

1. Вопрос без ответа – это наиболее удобный cliffhanger. Необходимо задать провокационный вопрос в конце главы и проверить, чтобы следующая не начиналась с ответа на него.

2. Потеря физическая или эмоциональная: главное, постараться составить такой текст, чтобы читатель понял чувства героя.

3. Предчувствие – использование символов и знаков для того, чтобы намекнуть на опасность, которая может ожидать персонажей.

4. Оговорка: пусть один из персонажей невзначай обронит нестандартную фразу, читатель зацепится за неё и с мыслью: «здесь что-то не так» – отправится искать объяснение в следующей части.

5. Внезапность является основным требованием для эффективного cliffhanger. Когда для выполнения cliffhanger требуется слишком много предложений, это уже не cliffhanger. Если теряется качество внезапности и отрывистости, то теряется и suspense. По сути, вы хотите шокировать и удивить читателя, а затем закончить фильм. Это оставляет ситуацию для разрешения в следующей части.

Многолетний анализ эволюции кинематографической терминологии выявил устойчивые закономерности в способах образования профессиональных единиц в современном кинематографе. В области создания эффективных

нарративных пауз (cliffhanger) выделяются следующие словообразовательные модели [1]:

- **Словообразовательные модели:**

1) **усечения:** ad lib (экспромт), baddie (антагонист), indie movie (независимое кино);

2) **контаминации:** claymation (пластилиновая анимация), docudrama (документальная драма), mocap (технология захвата движения);

3) **голофразы:** whodunnit (детектив с убийством);

4) **составные термины:** back-and-forth chronology (перекрестная хронология), coming-of-age story (история взросления);

5) **аббревиация:** CGI (компьютерная графика), SFX (спецэффекты);

6) **рифмованные образования:** creature feature (монстр-муви), chick flick (дамское кино);

7) **заимствования:** film noir (нуар), denouement (развязка);

8) **образные номинации:** creeping titles (бегущие титры), twist ending (неожиданный финал).

Согласно предложенной концепции, терминологические единицы формируются в результате появления новых концептов и объектов, проходя путь адаптации от узкоспециального употребления к общекультурному дискурсу, но предложенный ряд моделей не раскрывает всего спектра словообразовательных процессов в кинематографической терминосфере.

В качестве дополнительных словообразовательных моделей, релевантных для кинодискурса, мы предлагаем следующие:

1. **Конверсия.** Эта модель крайне продуктивна в английском языке и активно порождает профессиональный жаргон, например: **to greenlight** (дать добро на проект) ← **a green light** (зеленый свет); **to spotlight** (осветить прожектором, выдвинуть на первый план) ← **a spotlight** (прожектор, центр внимания); **a must-see** (фильм, который обязательно нужно посмотреть) ← глагольная конструкция **must see**.

2. **Семантическое переосмысление** является основой для формирования интуитивно понятных, но профессионально точных терминов. Она отражает связь кинопроизводства с повседневным опытом, например: **package** (в быту – пакет) → **package** (в кино – готовый проект с прикрепленными звездами и режиссером для продажи студии); **pitch** (в быту – бросок, поле) → **pitch** (в кино – краткая устная презентация идеи фильма); **development hell** (в быту – ад) → **development hell** (в кино – стадия бесконечной разработки проекта, когда он не может перейти к производству).

3. **Реверсия** ярко демонстрирует живой, не всегда системный характер профессионального сленга. Примерами могут служить **to vibe** (ощущать атмосферу, создавать настроение) ← **vibes** (от **vibration** – вибрация, атмосфера) и **to gaff** (работать осветителем) ← **gaffer** (главный осветитель).

Расширение ряда словообразовательных моделей позволяет построить более целостную, системную и современную картину терминотворчества в кинодискурсе, что является признаком глубокого и актуального научного исследования.

Проведённое исследование демонстрирует, что cliffhanger представляет собой не просто технический нарративный инструмент, а сложный семиотический конструкт, играющий ключевую роль в архитектонике кинематографического текста. Его структурная организация, основанная на принципах незапности и релевантности, неразрывно связана с семантическим наполнением и способностью активизировать интерпретационную деятельность зрителя. Анализ лингвосемиотических особенностей и словообразовательных моделей, связанных с данным приёмом, подтверждает его интегративный характер

и значимость для современной теории кинодискурса. Дальнейшее исследование может быть направлено на сравнительный анализ функционирования cliffhanger в различных национальных кинематографических традициях, а также на изучение его трансформации в условиях интерактивных цифровых нарративов.

Список источников

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. – Москва : Академия, 2003. – 128 с.
2. Горшкова В. Е. Теоретические основы процессоориентированного подхода к переводу кинодиалога: на материале современного французского кино / В. Е. Горшкова. – Иркутск, 2006. – 367 с.
3. Гудков Д. Б. Прецедентная ситуация и способы ее актуализации // Язык, сознание, коммуникация / под ред.: В. В. Красных, А. И. Изотова. – 2000. – № 11. – С. 40–46.
4. Лавриненко И. Н. Критерии классификации кинодискурса / И. Н. Лавриненко // Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина. – 2012. – № 1003. – С. 41–44.
5. Матасов Р. А. Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты / Р. А. Матасов. – Москва, 2009. – 211 с.
6. Самкова М. А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий / М. А. Самкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 1 (8). – С. 135–137.
7. Сургай Ю. В. Интердискурсивность кинотекста в кросскультурном аспекте / Ю. В. Сургай. – Тверь, 2008. – 178 с.
8. Biber D. Discourse on the Move. Using Corpus Analysis to Describe Discourse Structure / D. Biber, U. Connor, Th. A. Upton. – Amsterdam; Philadelphia : John Benjamins, 2007. – 289 p.
9. Kozloff S. Overhearing Film Dialogue. – Berkeley : University of California Press, 2000. – 335 p.

References

1. Anisimova, E. E. *Lingvistika teksta i mezhkulturnaya kommunikatsiya (na materiale kriolizovannykh tekstov)* = *Text Linguistics and Intercultural Communication (Based on Creolized Texts)*. Akademiia; 2003:128 p/
2. Gorshkova, V. E. *Teoreticheskie osnovy protsessoorientirovannogo podkhoda k perevodu kinodialoga: na materiale sovremennogo frantsuzskogo kino* = *Theoretical Foundations of a Process-Oriented Approach to Film Dialogue Translation: Based on Modern French Cinema*. Irkutsk; 2006:367 p.
3. Gudkov D. B. Precedent Situation and Methods of Its Actualization. *Iazyk, soznanie, kommunikatsiya* = *Language, Consciousness, Communication*. Ed. by V. V. Krasnykh, A. I. Izotov. 2000;11:40–46.
4. Lavrinenko I. N. Criteria for the Classification of Film Discourse. *Vestnik Kharkovskogo natsionalnogo universiteta imeni V. N. Karazina* = *Bulletin of the Kharkiv National University named after V. N. Karazin*. 2012;1003:41–44.
5. Matasov, R. A. *Perevod kino/video materialov: lingvokulturologicheskie i didakticheskie aspekty* = *Translation of Film/Video Materials: Linguocultural and Didactic Aspects*. Moscow; 2009:211.
6. Samkova M. A. Film Text and Film Discourse: On the Problem of Differentiating Concepts. *Filologicheskie Nauki. Voprosy Teorii i praktiki* = *Philological sciences. Questions of theory and practice*. 2011;1(8):135–137.

7. Surgay Yu. V. *Interdiskursivnost kinoteksta v krosskulturnom aspekte* = *Interdiscursivity of the Film Text in a Cross-Cultural Aspect*. Tver; 2008:178 p.

8. Biber, D., Connor, U., Upton, T. A. *Discourse on the Move: Using Corpus Analysis to Describe Discourse Structure*. John Benjamins Publishing; 2007:289 p.

9. Kozloff S. *Overhearing Film Dialogue*. Berkeley: University of California Press; 2000:335 p.

Информация об авторах

В. А. Буряковская – доктор филологических наук, доцент;

Н. А. Емельянова – кандидат филологических наук, доцент.

Information about authors

V. A. Buriakovskaya – D. Sc. (Philology), Associate Professor;

N. A. Emelianova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflicts of interest: the authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 20.11.2025; одобрена после рецензирования 19.12.2025; принята к публикации 20.12.2025.

The article was submitted 20.11.2025; approved after reviewing 19.12.2025; accepted for publication 20.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 35–41.
Humanitarian Researches. 2025;4(6):35–41.

Научная статья
УДК 811

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ТИПОЛОГИЯ ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННОЙ СУБСТАНДАРТНОЙ ЛЕКСИКИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Ирина Васильевна Лысикова¹, Файзиева Галина Владимировна²✉

^{1, 2}Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия

¹irina_polulyah@mail.ru

²fayzievagv@yandex.ru✉

Аннотация. Статья посвящена тематической типологии гендерно маркированных номинаций в субстандартной лексике современного русского и английского языков. В статье затрагивается тема гендерной проблематики, раскрываются центральные понятия гендерной лингвистики «гендер», «субстандартная лексическая единица». Цель исследования – выявление, сопоставление и классификация гендерно маркированной субстандартной лексики в современном русском и английском языках. Актуальность работы обусловлена повышенной экспрессивностью субстандарта, его высокой социальной чувствительностью и способностью непосредственно отражать культурно обусловленные, часто стереотипные, представления о маскулинности и фемининности. В исследовании применяется комплекс лингвистических методов, включающий метод сплошной направленной выборки из авторитетных субстандартных лексикографических источников, компонентный анализ для выявления дифференциальных сем, а также сопоставительный и лингвокультурологический анализ. На материале 1037 отобранных и проанализированных субстандартных единиц была разработана авторская тематическая классификация, включающая номинации, связанные с внешностью, поведенческими характеристиками, социальными ролями, этическими нормами и межличностными отношениями. Ключевым результатом исследования стало выявление выраженной гендерной асимметрии. Установлено, что отобранный массив гендерно маркированных субстандартных лексических единиц характеризуется выраженной асимметрией: в обоих языках количество и интенсивность негативно окрашенных номинаций, направленных на номинации лиц женского пола, превосходит аналогичные номинации в отношении лиц мужского пола. Обнаружены различия в наборе сем, механизмах метафоризации и степени сексуализации номинаций. Полученные результаты позволяют уточнить специфику гендерных стереотипов в субстандартной лексике, демонстрируя устойчивость андроцентричной картины мира в современном русском и английском языках.

Ключевые слова: гендер, социальный пол, субстандартная лексика, номинация, гендерная маркированность, тематические группы, английский язык, русский язык

Для цитирования: Лысикова И. В., Файзиева Г. В. Тематическая типология гендерно маркированной субстандартной лексики в современном русском и английском языках // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 35–41.

Original article

THEMATIC TYPOLOGY OF GENDER-MARKED SUBSTANDARD VOCABULARY IN MODERN RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Irina V. Lysikova¹, Galina V. Fayzieva²✉

^{1, 2}Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia

¹irina_polulyah@mail.ru

²fayzievagv@yandex.ru✉

Abstract. The article is devoted to the thematic typology of gender-marked nominations in the sub-standard vocabulary of modern Russian and English languages. The article touches upon the topic of gender issues, reveals the central concepts of gender

linguistics “gender,” “substandard lexical unit.” The purpose of this study is to identify, compare and classify gender-labeled substandard vocabulary in modern Russian and English. The relevance of the work is due to the increased expressiveness of the substandard, its high social sensitivity and its ability to directly reflect culturally conditioned, often stereotypical, ideas about masculinity and femininity. The study uses a set of linguistic methods, including the method of continuous directional sampling from reputable substandard lexicographic sources, component analysis to identify differential families, as well as comparative and sociocultural analysis. Based on the material of 1,037 selected and analyzed sub-standard units, the author's thematic classification was developed, including nominations related to appearance, behavioral characteristics, social roles, ethical norms and interpersonal relationships. The key result of the study was the identification of pronounced gender asymmetry. It was found that the selected array of gender-labeled sub-standard lexical units is characterized by pronounced asymmetry: in both languages, the number and intensity of negatively colored nominations aimed at nominating women surpasses similar nominations for men. Differences were found in the set of semes, the mechanisms of metaphorization and the degree of sexualization of nominations. The results obtained make it possible to clarify the specifics of gender stereotypes in sub-standard vocabulary, demonstrating the stability of the phallogocentric worldview in modern Russian and English languages.

Keywords: gender, social gender, sub-standard vocabulary, nomination, gender labeling, thematic groups, English, Russian

For citation: Lysikova I. V., Fayzieva G. V. Thematic typology of gender-marked substandard vocabulary in modern Russian and English languages. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96):35–41 (In Russ.).

В современном языкознании научный интерес к гендерным исследованиям как к отдельному направлению возник в 1970-х гг. С течением времени гендерная проблематика становится объектом всё более активных исследований, а научное поле для изучения гендерного аспекта в различных дисциплинах расширяется.

Гендерные исследования становятся значимой и перспективной областью научного знания. Учёные признают важность гендерной проблематики и исследуют её в своих областях. Это позволяет расширить понимание влияния гендерных аспектов на различные сферы жизни, общественные отношения, культуру и традиции.

Растущий научный интерес к антропоцентрическому изучению взаимосвязи между языком и полом привёл к появлению гендерной лингвистики – относительно новому направлению в современном языкознании. Данная отрасль исследований занимается изучением совокупности действий индивида, продиктованных социальными установками или культурными традициями, принятыми в обществе [5, с. 158].

Центральным понятием гендерных исследований является понятие «гендер». В настоящей статье под «гендером» мы понимаем социальный пол человека, смоделированный обществом и формируемый в процессе воспитания, образования человека, включая в себя психологические, социальные, культурные различия между мужчиной и женщиной. Изучение гендерной проблематики позволяет расширить понимание влияния гендерных аспектов на различные сферы жизни человека, общественные отношения, культуру и традиции, а также помогает понять, как язык отражает и конструирует социальные представления о мужском и женском.

А. В. Кирилина подчёркивает, что в гендерных исследованиях ключевым становится вопрос не о том, как мужской или женский пол влияет на коммуникацию, а о том, «какими средствами располагает язык для конструирования гендерной идентичности, в каких коммуникативных ситуациях и типах дискурса и с какой интенсивностью совершается конструирование, какие экстра- и интралингвистические факторы воздействуют на этот процесс» [6]. Так, язык становится вербальным средством конструирования гендерной идентичности, а субстандартная лексика, являясь неотъемлемой частью языковой

системы, становится тем пластом языка, в котором мы находим одни из самых ярких и аутентичных примеров такого конструирования.

Существует большое количество исследовательских работ, посвящённых субстандарту.

В. Б. Быков под субстандартом понимает «нормативную подсистему национального языка, в которой преобладают некодифицированные, узуальные нормы» [2, с. 11].

Г. В. Рябичкиной субстандарт рассматривается как «совокупность лексических единиц, относящихся к внелитературному пласту, представленному разговорным речевым регистром, просторечием, жаргонизмами, сленгизмами, арготизмами, вульгаризмами и другими языковыми категориями, выходящими за пределы литературного языка» [9, с. 7].

В рамках исследований Т. В. Беляевой и В. А. Хомякова можно сделать вывод, что авторы рассматривают субстандартную лексику как важную социально-стилистическую категорию, в которой выделяются два подтипа: социально-профессиональное просторечие и экспрессивное просторечие [1].

В свою очередь Б. А. Серебренников рассматривает субстандартную лексику как социальный вариант речи, относя её к речевым стилям [10].

Таким образом, под субстандартной лексикой мы понимаем экспрессивно окрашенный пласт языка, относящийся к внелитературному пласту, отражающий социальные установки, стереотипы и культурные модели поведения.

Отметим, что гендерно маркированные номинации в субстандартном лексическом слое обладают высокой оценочностью, эмотивностью и служат инструментом репрезентации мужчин и женщин. Сопоставительный анализ наименований лиц мужского и женского пола в субстандартной лексике русского и английского языков позволяет выявить универсальные и национально-специфические способы репрезентации гендерных характеристик. Цель статьи – разработать тематическую типологию гендерно маркированных субстандартных номинаций в русском и английском языках, выявить структурно-семантические особенности таких единиц и определить культурно обусловленные различия их употребления. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: определить критерии гендерной маркированности в номинациях лиц мужского и женского пола в субстандарте русского и английского языков; выделить тематические группы; описать структурно-семантические особенности номинаций в каждой тематической группе; провести сопоставительное исследование; выявить культурные различия и гендерные асимметрии. Исследование проведено с использованием следующих методов: сплошной направленной выборки; компонентного анализа; сопоставительного структурно-семантического анализа; контекстологического и лингвокультурологического анализа.

Материалом исследования послужили гендерно маркированные субстандартные лексические единицы, отобранные из словарей субстандартной лексики, в семантике которых присутствует указание на биологический или социальный пол (girl, chick, баба, мужик); присутствует имплицитная гендерная оценка (стерва, bitch, бабёнка, badass); выражены культурные ожидания относительно мужских или женских ролей. В английском языке основными источниками выборки стали значимые и известные словари: "A Dictionary of Slang and Unconventional English" [15], "Dictionary of Contemporary Slang" [16], "The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English" [13], "The Oxford Dictionary of Slang" [12], "Dictionary of American slang New York" [14], в русском языке: «Большой словарь русского жаргона» [7], «Толковый словарь молодёжного сленга. Слова, непонятные взрослым» [8], «Словарь тысячелетнего арга» [4], «Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи» [11], «Русская фея. Словарь современного интержаргона асоциальных элементов» [3].

Из словарей субстандартной лексики английского языка были отобраны и проанализированы 521 субстандартные лексические единицы, из которых 241 единица, репрезентирующая образ мужчины, и 280 единиц – образ женщины. Из словарей субстандартной лексики русского языка была отобрана и проанализирована 521 субстандартная лексическая единица, из этого количества 245 единиц репрезентируют образ мужчины и 271 единица – образ женщины. На основе сплошной направленной выборки была разработана авторская тематическая типология гендерно маркированной субстандартной лексики в современном русском и английском языках. Результаты представлены в таблице.

Таблица – Тематические группы гендерно маркированных субстандартных номинаций

Тематическая группа	Русский язык	Английский язык
Гендерные и межличностные отношения	<i>Щель</i> – женские половые органы; <i>пирог</i> – женские половые органы; <i>кукуруза</i> – половые органы мужчины; <i>ловелас, лавер, кот, кобель</i> – мужчина, обладающий большой половой потенцией и искусством обольщения; <i>кряля</i> – женщина привлекательная и яркая, но при этом легкомысленная и доступная	<i>Pie</i> – a woman as a sexual object; <i>sex bomb</i> – woman stacked with sex appeal; <i>freaknasty</i> – a sexually active woman who shares her activity with multiple partners; <i>lover boy</i> – a man of age and appearance to be disposed to love: sometimes mock-affectionate or contemptuous; <i>skirt-chaser</i> – applied to an amorous pursuer of women; <i>masher</i> – a man who tries to force his attentions on a woman against her will; <i>cookie</i> – the vagina; <i>candy</i> – the female genitals; <i>sugar-stick</i> – penis; <i>noodle</i> – the penis
Атрибуты личности	Станок – сексуальная женщина; <i>бомбита</i> – красивая, сексуальная женщина; <i>крыса</i> – непривлекательная женщина; <i>Дурцинея</i> – глупая женщина; <i>мачо</i> – сильный, привлекательный мужчина	<i>Foxie</i> – an attractive girl; <i>chicklet</i> – applied to a sexually attractive young woman; <i>moo</i> – a stupid woman; <i>cow</i> – an unpleasant or despicable female person; <i>poultice</i> – a fat woman; <i>curly wolf</i> – a rude, aggressive man; <i>he-man</i> – a strong man
Социальная стратификация и этическое поведение	<i>Шалашовка</i> – женщина, ведущая разгульный образ жизни; <i>бобер</i> – богатый, влиятельный мужчина; <i>мажор</i> – преуспевающий мужчина-бизнесмен	<i>alley cat</i> – a loose woman; <i>call-girl</i> – a prostitute, a woman of easy virtue; <i>oak</i> – a rich man; <i>big M</i> – a rich man

Рассмотрим и проанализируем тематическую группу «Гендерные и межличностные отношения». В данной группе наблюдается ярко выраженная межкультурная универсальность, где женщина репрезентируется прежде всего как сексуальный объект (в англ. – *pie*, *sex bomb*; в рус. – *щель*, *пирог*), а мужчина – как сексуально активный субъект, инициатор и преследователь (в англ. – *skirt-chaser*, *masher*; в рус. – *ловелас*, *кобель*). В обоих языках активно используются гастрономические метафоры для номинации женщины

и женских гениталий (в англ. – cookie, candy, pie; в рус. – пирог), что объективирует женщину, сводя её к функции потребления. В английском языке представлен широкий пласт субстандартной лексики, репрезентирующей лиц мужского пола и навязчивого мужского поведения (masher, skirt-chaser), тогда как в русском языке акцент смещён на метафорические номинации, подчёркивающие мужскую потенцию и успех (кот, кобель).

Тематическая группа «Атрибуты личности» отражает закреплённые в языке гендерные стереотипы. В обоих языках оценочные номинации лиц женского пола неразрывно связаны с их внешностью и сексуальностью (bombita, foxie, станок). Уничижительные оценки часто выражаются через зооморфные метафоры (крыса, cow), выполняющие функцию дегуманизации. Кроме того, в обеих лингвокультурах наблюдается стереотип «женской глупости» (Дульцинея, тоо), не находящий прямого аналога в мужских номинациях. Маскулинность, в свою очередь, ассоциируется с физической силой, грубостью и агрессией (he-man, curly wolf, мачо).

В тематической группе «Социальная стратификация и этическое поведение» ярко проявляется гендерная асимметрия в оценке социального статуса и морального облика мужчины и женщины. В обоих языках обнаруживается обширный пласт субстандартной лексики, репрезентирующей «неправильное» сексуальное поведение женщины (шалашовка, alley cat). Данные субстандартные лексические единицы имеют негативную оценку, при этом аналогичные номинации для мужчин в выборке отсутствуют. В данной тематической группе мужские номинации представлены через его материальный статус. Репрезентация маскулинности оценивается через призму его социального и финансового успеха (бобер, мажор, oak, big M). Данные субстандартные лексические единицы носят одобрительную оценку.

На основании проведённого анализа можно сделать вывод о том, что гендерно маркированные номинации субстандартной лексики русского и английского языков формируют устойчивую систему оценочных субстандартных лексических единиц, отражающих культурные и социальные стереотипы. Отобранная гендерно маркированная субстандартная лексика представляет собой системно организованный пласт, который поддаётся тематической типологизации. С одной стороны, полученная тематическая типология гендерно маркированной субстандартной лексики в современном русском и английском языках позволяет глубже понять механизмы лингвокультурного моделирования гендера в субстандартной картине мира. С другой стороны, проведённый анализ выявил структурное сходство в способах гендерной категоризации в субстандартной лексике русского и английского языков. Основой этого сходства является андроцентричная картина мира, в которой женщина преимущественно объективируется и сексуализируется, женское поведение подвергается жёсткому моральному осуждению, а образ мужчины конструируется через активность, доминирование и социальный статус.

Полученные результаты могут использоваться в гендерной лингвистике, лексикографии и преподавании межкультурной коммуникации.

Список источников

1. Беляева Т. В. Нестандартная лексика английского языка / Т. В. Беляева, В. А. Хомяков. – Изд. 2-е. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2010. – 136 с.
2. Быков В. Б. Лексикологические и лексикографические проблемы исследования русского субстандарта / В. Б. Быков. – Москва, 2001. – 30 с.
3. Быков В. Русская фея. Словарь современного интержаргона асоциальных элементов. Около 3500 слов и выражений / В. Быков. – Смоленск : Траст-Имаком, 1994. – 224 с.
4. Грачев М. А. Словарь тысячелетнего аргота / М. А. Грачев. – Москва : Рипол Классик, 2003.

5. Зиновьева Е. С. Предпосылки становления гендерной лингвистики / Е. С. Зиновьева // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 3 (1). – С. 158–162.
6. Кирилина А. В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах / А. В. Кирилина // Гендерное образование в системе высшей и средней школы: состояние и перспективы. – Иваново : Ивановский гос. ун-т, 2003. – С. 132–136.
7. Мокиенко В. М. Большой словарь русского жаргона / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – Санкт-Петербург : Норинт, 2000.
8. Никитина Т. Г. «Толковый словарь молодёжного сленга. Слова, непонятные взрослым»: около 2000 слов / Т. Г. Никитина. – Москва : Астрель : АСТ ; Ульяновск : Ульяновский Дом печати, 2006. – 734 с.
9. Рябичкина Г. В. Словарь субстандартной лексики (жаргон, арг, сленг) русского и английского языков / Г. В. Рябичкина, Е. В. Метельная. – Астрахань, 2011. – 156 с.
10. Серебренников Б. А. Территориальная и социальная дифференциация языка / Б. А. Серебренников // Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка. – Москва : Наука, 1970. – С. 496–497.
11. Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи / В. В. Химик. – Санкт-Петербург : Норинт, 2004. – 762 с.
12. Ayto J. The Oxford Dictionary of Slang / J. Ayto. – Oxford : Oxford Univ. Press., 2003. – 309 p.
13. Dalzell T. The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English / T. Dalzell. – New York, N. Y. ; London : Routledge, 2009. – 1104 p.
14. Flexner S. Dictionary of American slang New York / ed. by H. Wentworth, S. Flexner. – New York : Crowell, cop. 1967. – 718 p.
15. Partridge, E. A Dictionary of Slang and Unconventional English / E. Partridge ; ed. by P. Beale. – [8th ed.]. – London : Routledge, 2000. – 1400 p.
16. Thorne T. Dictionary of Contemporary Slang / T. Thorne. – 3rd ed. – London : Black, 2007. – 494 p.

References

1. Belyaeva T. V., Khomyakov V. A. *Nestandartnaya leksika angliyskogo yazyka = Non-standard Vocabulary of the English Language*. 2nd ed. Moscow: LIBROKOM; 2010:136 p.
2. Bykov V. B. *Leksikologicheskie i leksikograficheskie problemy issledovaniya russkogo substandarta = Lexicological and Lexicographic Problems of the Study of the Russian Substandard*. Moscow; 2001:30 p.
3. Bykov V. *Russkaya fenyа. Slovar sovremennogo interzhargona asotsialnykh elementov. Okolo 3500 slov i vyrazheni = Russian Fenyа. Dictionary of the Modern Interjargon of Asocial Elements. About 3500 words and expressions*. Smolensk: TRAST-IMAKOM; 1994:224 p.
4. Grachev M. A. *Slovar tysyacheletnego argo = Dictionary of the Thousand Year Argo*. Moscow: Ripol Klassik; 2003.
5. Zinoveva E. S. Prerequisites for the formation of gender linguistics. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik = Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2014;3(1):158–162.
6. Kirilina A. V. The study of gender in linguistic scientific disciplines. *Gendernoe obrazovanie v sisteme vysshey i sredney shkoly: sostoyanie i perspektivy = Gender Education in the System of Higher and Secondary Schools: State and Prospects*. Ivanovo: Ivanovo State University; 2003:132–136.
7. Mokienko V. M., Nikitina T. G. *Bolshoy slovar russkogo zhargona = Great Dictionary of Russian Jargon*. St. Petersburg: Norint; 2000.
8. Nikitina T. G. *Tolkovyy slovar molodyozhnogo slenga. Slova, neponyatnye vzroslym: okolo 2000 slov = Explanatory Dictionary of Youth Slang. Words Incomprehensible to Adults: About 2000 words*. Moscow: Astrel: AST; Ulyanovsk: Ulyanovskiy Dom pechati; 2006:734 p.
9. Ryabichkina G. V., Metelskaya E. V. *Slovar substandartnoy leksiki (zhargon, argo, sleng) russkogo i angliyskogo yazykov = Dictionary of Subprime Vocabulary (Jargon, Argo, Slang) of Russian and English*. Astrakhan; 2011:156 p.
10. Serebrennikov B. A. Territorial and social differentiation of the language. *Obshchee yazykoznanie. Formy sushchestvovaniya, funktsii, istoriya yazyka = General Linguistics. Forms of Existence, Functions, History of Language*. Moscow: Nauka; 1970:496–497.

11. Khimik V. V. *Bolshoy slovar russkoy razgovornoy ekspressivnoy rechi = Large Dictionary of Russian Colloquial Expressive Speech*. – St. Petersburg: Norint; 2004:762 p.
12. Ayto J. *The Oxford Dictionary of Slang*. Oxford: Oxford Univ. Press., 2003:309 p.
13. Dalzell T. *The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English*. New York, N. Y.; London: Routledge; 2009:1104 p.
14. Flexner S., Wentworth H. *Dictionary of American slang* New York. New York: Crowell, cop. 1967:718 p.
15. Partridge E. *A Dictionary of Slang and Unconventional English*. Ed. by P. Beale. [8th ed.]. London: Routledge; 2000:1400 p.
16. Thorne T. *Dictionary of Contemporary Slang*. 3rd ed. London: Black; 2007:494 p.

Информация об авторах

И. В. Лысикова – ассистент кафедры английского языка и профессиональных коммуникаций;

Г. В. Файзиева – доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка и профессиональных коммуникаций.

Information about the authors

I. V. Lysikova – Assistant of the Department of English and Professional Communications;

G. V. Fayzieva – D. Sc. (Philology), Professor of the Department of English and Professional Communications.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest

Статья поступила в редакцию 21.11.2025; одобрена после рецензирования 19.12.2025; принята к публикации 22.12.2025.

The article was submitted 21.11.2025; approved after reviewing 19.12.2025; accepted for publication 22.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 42–51.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):42–51.

Научная статья
УДК 003.86+811.133.1

**ПРОБЛЕМА СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО КОНТЕКСТА
В ПЕРЕВОДАХ РУССКИХ ПОЭТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ НА ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК**

Галина Евгеньевна Попова¹, Марина Ильинична Свешникова², Елена Игоревна Сернова³

¹Астраханский государственный технический университет, Астрахань, Россия

^{2, 3}Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия

¹gepopova@mail.ru

²msveshnikva@rambler.ru, <http://orcid.org/0000-0001-5630-9267>

³eis67@mail.ru

Аннотация. Цель исследования – поиск эквивалентов или аналогов исторических и культурных явлений в поэтических произведениях на русском языке для перевода на французский язык. В другом культурном пространстве данные понятия могут отсутствовать или иметь дополнительные ассоциативные связи, что представляет проблему для передачи произведений такого типа. Перевод не всегда передает точное описание содержания литературного произведения. Сложность заключается также в том, что переводчики на протяжении столетий вносили своё понимание и видение переводимого произведения. Научная новизна заключается в выявлении разных подходов в отражении исторического контекста и подборе эквивалентов и аналогов для передачи той или иной реалии русской культуры при сравнении поэтических текстов русских поэтов и их переводов на другой язык (в нашем случае – французский). При анализе поэтических произведений А. Пушкина, М. Лермонтова, С. Есенина и их переводов, а также переводов русских романсов и песен на французский язык были определены приёмы передачи культурно-исторического контекста средствами французского языка. Анализ переводов поэтических произведений на французский язык показал значительные расхождения в текстах при передаче русских культурных и исторических явлений, что может искажать общий контекст оригинального произведения при восприятии его иностранным читателем. Необходимо сохранять не только содержание и основной набор лексических средств, но и не вносить больших изменений в язык оригинала, выдерживать изначальный культурный рисунок, чему часто препятствуют всевозможные реалии, безэквивалентная лексика и другие средства.

Ключевые слова: поэзия, перевод поэтических произведений, русские исторические и культурные явления, замены, эквиваленты и аналоги в отражении культурно-исторического контекста

Для цитирования: Попова Г. Е., Свешникова М. И., Сернова Е. И. Проблема сохранения культурно-исторического контекста в переводах русских поэтических произведений на французский язык // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 42–51.

Original article

THE PROBLEM OF PRESERVING THE CULTURAL AND HISTORICAL CONTEXT IN TRANSLATIONS OF RUSSIAN POETRY INTO FRENCH

Galina E. Popova¹, Marina I. Sveshnikova², Elena I. Sernova³✉¹Astrakhan State Technical University, Astrakhan, Russia^{2, 3}Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia¹gepopova@mail.ru²msveshnikva@rambler.ru✉, <http://orcid.org/0000-0001-5630-9267>³eis67@mail.ru

Abstract. The aim of this study is to find equivalents or analogs of historical and cultural phenomena in Russian-language poetic works for translation into French. In another cultural context, these concepts may be absent or have additional associative links, which presents a challenge for the translation of works of this type. Translation does not always convey an accurate description of the literary work's content. The difficulty lies in the fact that translators have contributed their own understanding and vision of the work being translated over the centuries. The scientific novelty lies in the fact that by comparing the poetic texts of Russian poets and their translations into another language (in this case, French), different approaches to reflecting the historical context and selecting equivalents and analogs for conveying particular realities of Russian culture were identified. An analysis of the poetic works of A. Pushkin, M. Lermontov, and S. Yesenin and their translations, as well as translations of Russian romances and songs into French, revealed techniques for conveying cultural and historical context using the French language. An analysis of French translations of poetry has revealed significant discrepancies in the texts' rendering of Russian cultural and historical phenomena, which can distort the overall context of the original work when perceived by foreign readers. It is essential not only to preserve the content and core vocabulary but also to avoid making significant changes to the original language and to maintain the original cultural context (which is often hampered by various realities, non-equivalent vocabulary, and other resources).

Keywords: poetry, translation of poetic works, Russian historical and cultural phenomena, substitutions, equivalents and analogues in reflecting the cultural and historical context

For citation: Popova G. E., Sveshnikova M. I., Sernova E. I. The Problem of Preserving the Cultural and Historical Context in Translations of Russian Poetic Works into French. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96):42–51 (In Russ.).

Вследствие расширяющейся международной коммуникации в современном мире взаимосвязь языков многократно усилилась, поэтому сейчас особенно актуальным стало сохранение культурно-исторического контекста литературного произведения в переводе на другой язык. Перевод не всегда передаёт точное описание содержания литературного произведения из-за стирания границ между культурами и эпохами. Живой язык – явление развивающееся и постоянно меняющееся: понятия и слова, их обозначающие, уходят в прошлое, на их место приходят новые. Однако многие новообразования затемняют смысл высказываний. Мы теряем наше самобытное выражение для обозначения окружающей действительности, что, вероятно, может привести к потере особенностей восприятия. Вместе с этим мы теряем и культурный фон родного языка, который свидетельствует о своеобразии мышления и связан непосредственно с нашим языком. Поэтому существует реальная опасность потери национального достояния, основанного на особом складе ума и давшего миру Пушкина, Толстого, Достоевского, Горького. Естественно, что сейчас никто не говорит так, как говорили герои Пушкина и Толстого (да и французским не все владеют свободно). Однако литературный язык всё ещё является ведущим в системе коммуникативных действий.

Неверное использование заимствований и связанная с ней стилевая нейтрализация границ коммуникации ведут к неправильному восприятию и осмыслению различных речевых отрезков. Смещение понятийных сфер использования сопровождается зачастую исчезновением стилистических ограничений. Включение стилистически окрашенных выражений, часто сниженной лексики в официальные ситуации коммуникации ведёт к неправильному пониманию нейтрального стиля речи, что в свою очередь приводит к неадекватному восприятию и даже искажению литературных произведений. Мы наблюдаем подобную тревожную тенденцию даже в переводах классических произведений. Соответственно возникает вопрос о том, насколько переводчик знаком с иноязычной культурой, чтобы подобрать адекватные средства для выражения заложенного в произведение смысла.

Современное состояние «вербальных искусств» [6, с. 372] стремительно меняется благодаря внедрению многочисленных вспомогательных средств, позволяющих ускорить процесс коммуникации. Однако в этой скорости и доступности кроется, на наш взгляд, опасность небрежного отношения к выразительным средствам языка. Это происходит и на уровне обычной коммуникации, и в таких сложных видах речевой деятельности, как перевод. Говоря же о переводе поэтического текста, необходимо помнить, что слова используются «в стихотворной речи с предельной интенсивностью» [13, с. 37]. Такой текст представляет не простое перечисление фактов и событий: «голос поэта, который мы узнаем в стихах, обусловлен эмоционально окрашенной интонацией» [7, с. 101]. Это же относится и к поэтическому переводу. И здесь очень важную роль играет необходимость сохранения контекста как семантического поля внетекстовых связей произведения в различных проявлениях: историческом, социокультурном, религиозном и др. [8, с. 104].

Проблема адекватности в переводе, особенно в поэтическом, не нова. Как писал Е. Эткинд, «нет и не может быть универсального критерия для оценки верности перевода оригиналу» [3, с. 48]. Сложность также заключается в том, что переводчики на протяжении столетий вносили своё понимание и видение произведения. Однако следует помнить, что адресат, которому предпосылается переведённый текст, заранее нацелен на восприятие именно поэтического текста благодаря выработанной воспитанием и обучением «эмоции ожидания» [12, с. 52], и разрушение данной эмоции приводит к нарушению в восприятии.

Рассмотрим, какие расхождения можно обнаружить при анализе переводов русских поэтов на французский язык. Так, в многочисленных переводах произведений М. Лермонтова встречаются неожиданные варианты пересмысления, а иногда даже ошибочные случаи. Например, перевод слова «ханжа» как *Tartuffe* [4, с. 162–163], а «жидовка» как *Juive* [4, с. 192–193] вполне допустимы. Точно так же «царевич» представлен как *le prince*, а «царевна» – как *la fille du roi* [4, с. 384–385]. Вместе с тем слово «поп» (стилистически достаточно ярко окрашенное в русской культуре) вряд ли правомерно переводить как *le pape* [4, с. 84–85]: хотя такая лексическая единица зафиксирована во французских словарях [17, с. 980], однако оно дано без стилистического уточнения. При этом перевод *le prêtre* [4, с. 200–201], несомненно, теряет в экспрессивности. Перевод же слова «дядя» из поэмы «Бородино» как *oncle* [4, с. 210–211] представляется совершенно неправомерным, так как несёт в этом произведении другую смысловую нагрузку в отличие от простого обозначения родственных связей. Неменьшую проблему представляют имена собственные: «черкес» – либо *Tcherkesse*, либо *Circassien* [4, с. 242–243], «чеченец» – либо *Tchétschen*, либо вообще *montagnard* [4, с. 276–277].

Насколько переводчик вкладывает в работу своего личного переживания, отношения к событиям или к содержанию, можно увидеть на примере переводов стихотворения М. Лермонтова «Прощай, немытая Россия»:

Прощай, немытая Россия!
Страна рабов, страна господ,
И вы, мундиры голубые,
И ты, им преданный народ.

Adieu, notre Russie impure,
Pays d'esclaves et de seigneurs,
Vous, les tenues bleues, dures,
Et toi, leur peuple et serviteur.

Быть может, за стеной Кавказа
Сокроюсь от твоих пашей,
От их всевидящего глаза,
От их всеслышащих ушей.

[4, с. 358]

Caucase avec ses monts sans doute
Peut me cacher à notre roi,
A l'oreille qui tout écoute,
A l'œil qui tout au monde voit.

Пер. А. Ревича

[4, с. 359]

Adieu, pays mangé de puces!
Pays de serfs, pays de grands!
Adieu, gendarmes bleu de Prusse,
Adieu, esclaves-paysans!

Peut-être que ces monts de glace
Me cacheront à tes pachas,
A leur regard qui tout embrasse,
A leur pouvoir au trop long bras.

Пер. М. Цветаевой

[4, с. 404]

Перевод А. Ревича почти полностью передаёт смысловой и ритмический рисунок произведения за небольшим исключением: понятие «голубые мундиры» было усилено прилагательным *dures*, а слово «паша» было заменено на *roi*, по всей видимости, чтобы не затемнять общий смысл произведения, хотя выбранный эквивалент не совсем соответствует значению исходного слова.

А вот в переводе М. Цветаевой переводческая добросовестность уступает место поэтическому вдохновению. Каждая строка наполнена выражением личного отношения к описанной в стихотворении ситуации, что выражается в усилении негативных средств (*pays mangé de puces*, повтор понятия *serfs*, *esclaves*).

Удивительно, но в переводе были опущены географические названия, что затрудняет понимание текста, при этом появилось отсутствующее в оригинале название *Prusse*. Следует помнить, что исторический контекст накладывает свои требования на выполнение перевода [11, с. 725], однако в переводе М. Цветаевой ощутить его достаточно сложно. В целом читатель должен хорошо разбираться в истории России и биографии поэта, чтобы оценить произведение по достоинству.

Не меньше вопросов вызывает и один из первых переводов поэмы А. Пушкина «Руслан и Людмила» [18], выполненный Emile Dupré de Saint Maure. Некоторые понятия переданы словами, имеющими дополнительную коннотацию, несвойственную предположительно описываемой эпохе («преданья старины глубокой...»). Например, можно ли перевести слово «шлем» как *casque* [18, с. 8]. В данном историческом контексте больше подойдёт историзм *heaume*. Транскрипция и транслитерация имён собственных помогают читателю погрузиться в культурный контекст: Владимир – Vladimir, Ратмир – Ratmir, Рогдай – Rogdaï, Наина – Naïna, но некоторые варианты представляются избыточными: Руслан – Rousslane, Людмила – Lioudmila, Фарлаф – Pharlaf, в других переводах эти имена даны в более простой транскрипции:

Rouslan et Lioudmila [14, с. 105] или Rouslan et Ludmila [15, с. 60]. И, несомненно, спорным представляется сегодня транскрипция Киев – Kief, так как название этого города во всех французских словарях передаётся транслитерацией Kiev [16, с. 753]. А вот говорящее имя Черномор сохраняет своё звучание в транскрипции Tchernomog, хотя это ничего не говорит французскому читателю. В данном случае выбор остался за переводчиком, тем более задача эта непростая и не имеет однозначного решения на протяжении столетий [1, с. 219].

Несмотря на то, что переводчик стремился воссоздать атмосферу поэмы А. Пушкина, опираясь в основном на транскрипционную передачу культурных понятий, что могло привести к проблемам восприятия у читателя, так как никаких пояснений и ремарок к этим явлениям не даётся, в некоторых фрагментах одновременно появляются понятия славянской и европейской культуры:

Все смолкли. Слушают <i>Баяна</i> :	Tous se taisent. On écoute <i>Baïane</i> :
И славит сладостный певец	Le chantre voluptueux glorifie
Людмилу-прелесть и Руслана,	Lioudmila la Belle, Rousslane
И <i>Лелем</i> свитый им венец.	Et leur couronne tressée par l'Amour.
[9, с. 185]	Trad. par Emile Dupré de Saint Maure [18, с. 5]

По всей видимости, переводчик решил, что Амур может послужить аналогом славянского Леля, которого не знает французский читатель. Точно также «князь» практически во всем тексте передан как prince, однако в конце вдруг появляется транскрипция kniaz даже без имени персонажа, к которому это слово относится.

Анализируя именно эту поэму А. Пушкина, Ю. Лотман говорил о том, что поэтический (художественный) текст в принципе полифоничен [5, с. 171]. Это значит, что текст может иметь разноплановый характер, в нём может содержаться достаточно аллюзий, глубинных мотивов, цитат и пр., что было доступно читателю той эпохи, но может быть уже непонятно современному читателю, а уж иностранному ещё сложнее воспринять такой текст. В связи с этим следует отметить, что в данном переводе поэмы отсутствуют многие отсылки к историческим персонажам (например, Орловский), опущены посвящение, пролог и эпилог.

В других переводах можно найти пролог, и здесь встречаются различные приёмы передачи русских реалий на французский язык. Так, в переводе Л. Мартине есть и Baba Iaga, и Kachtchéï [14 с. 106]. А вот в переводе К. Гранофф эти персонажи отсутствуют, фрагмента про Бабу Ягу вообще нет, а Кашей переведён просто как roi [15, с. 61]. И во всех переводах проблему представляет «русалка»: в оригинале она «на ветвях сидит», то есть её никак нельзя переводить ondine, а это присутствует во всех переводах.

Перевод русских песен также часто приводит к значительному изменению текста. И здесь необходимо сохранить не только содержание и основной набор лексических средств, но и не вносить больших изменений в язык оригинала, выдержать изначальный культурный рисунок (чему часто препятствуют всевозможные реалии, безэквивалентная лексика и другие средства). При этом не следует забывать и о ритмической составляющей, так как этот аспект очень важен в переводе именно песни. Так, знаменитый романс С. Есенина «Не жалею, не зову, не плачу» в переводе К. Гранофф предстал просто поэтическим произведением, которое невозможно спеть в результате значительной фонетической трансформации (утрата нескольких слогов, изменение рифмы, другие ударные слоги, и в результате – изменение ритма).

Не жалею, не зову, не плачу	Pas de larmes, d'appels, de plaintes!
Не жалею, не зову, не плачу, Всё пройдет, как с белых яблонь дым Увядания золотом охваченный, Я не буду больше молодым. Ты теперь не так уж будешь биться, Сердце, тронутое холодком, И страна берёзового ситца Не заманит шляться босиком.	Pas de larmes, d'appels, de plaintes! Adieu, les pommiers que j'aimais! Oui, déjà par l'automne atteinte, Ma jeunesse est loin à jamais. Le cœur ne battra plus de même. C'est un petit froid, le premier... Indienne des prés, je t'aime, Sans plus me promener nu-pieds.
Дух бродяжий! Ты всё реже, реже Расшевеливаешь пламень уст. О, моя утраченная свежесть, Буйство глаз и половодье чувств!..	Adieu mes beaux vagabondages, Et le trop-plein des sentiments! Adieu fou du jeune âge Qui jadis enflammait mes chants...
[2, с. 149]	Пер. К. Гранофф [15, с. 419]

Содержание текста переведено достаточно верно, однако именно эта точность привела к исчезновению многих поэтических метафор: «как с белых яблонь дым» – Adieu, les pommiers, «страна берёзового ситца» – Indienne des prés, «пламень уст» – le trop-plein des sentiments. К тому же «страна берёзового ситца» имеет ярко выраженную фоновую окраску, которая понятна только русскому человеку.

В русских песнях и романах очень много слов с уменьшительными элементами. Например, в песне «Динь-динь-динь» встречаются такие слова, как «троечка», «по дороженьке», «колокольчик», «сладко пел», «личико милой».

Динь-динь-динь	Ding, ding, ding, ding, ding, ding,
Лунною ночью Снег серебрится, Вдоль по дороженьке Троечка мчится.	La lune argente La neige lisse. Par la bonne route, Mon traîneau glisse.
Динь-динь-динь, динь-динь-динь, Колокольчик звенит... Этот звон, этот звук Много мне говорит...	Ding, ding, ding, ding, ding, ding, Un beau son retentit. Cette clochette me réveille Des souvenirs en sonnerie...
[10, с. 156]	Пер. М. Свешниковой [10, с. 157]

Однако в переводе на французский язык даны только общие понятия для передачи содержания: Mon traîneau, Par la bonne route, Cette clochette. Понятие «троечка» приходится опускать, так как даже зафиксированное в словаре слово *troïka* [17, с. 1310] может быть непонятно носителю французского языка. При описании героини: «Голос милый» – Ta belle voix, «сладко пел» – Avec joie, elle chantait, «Личико милой» – Ton beau visage, эмоции передаются через дополнительные средства (чаще всего это прилагательные beau – belle).

Динь-динь-динь, динь-динь-динь, Голос милый звенел... Про любовь, про мечты, О любви сладко пел.	Ding, ding, ding, ding, ding, ding, Ta belle voix me sonnait. De l'amour, de nos rêves, Avec joie, elle chantait.
---	--

Помню я зало
С шумной толпою,
Личико милой
Под белой фатою...

[10, с. 156]

Je me rappelle
La foule, la salle,
Ton beau visage,
Caché sous le voile...

Пер. М. Свешниковой
[10, с. 157]

Французский язык не испытывает недостатка средств в выражении личностного, аффектированного отношения, однако они строятся на других принципах, поэтому при переводе уменьшительно-ласкательные суффиксы русского языка теряются.

В переводе произведения «Песня цыганки» изменения коснулись культурных особенностей.

Песня цыганки

Я. П. Полонский

Chanson d'une bohémienne

...Ночь пройдёт – и спозаранок
В степь, далеко, милый мой,
Я уйду с толпой цыганок
За кибиткой кочевой.

На прощанье шаль с каймою
Ты на мне узлом стяни:
Как концы её, с тобою
Мы сходились в эти дни.

Кто-то мне судьбу предскажет?
Кто-то завтра, сокол мой,
На груди моей развяжет
Узел, стянутый тобой?..

[10, с. 51]

...De bonne heure, on me ramène
Dans la steppe, mon bien-aimé,
Avec d'autres bohémiennes
Très, très loin vagabonder.

Sur mon cœur, avec le châle,
Tu me fais un très fort nœud.
C'est le signe de fin fatale,
Tu m'en fais tes bons adieux.

Qui va mon destin prédire?
Qui, demain, mon bien-aimé,
Peut dans mon pauvre âme lire,
Et ton nœud me dénouer?..

Пер. М. Свешниковой
[10, с. 52]

Понятие «за кибиткой» было опущено, однако образ «кочевой» (жизни) передан благодаря словосочетанию *très loin vagabonder*. Также обращение к любимому «сокол мой» было заменено на *mon bien-aimé*, потому что название птицы в русском произведении имеет дополнительную эмоциональную окраску, что может быть утеряно при простом переводе. Термин «степь» сохранён, так как в данном контексте он должен быть понятен представителю франкоязычной аудитории.

Создавая перевод поэтического или песенного текста, нужно помнить, что перевод всегда вторичен. Как бы переводчику не хотелось изменить текст, усилить в некоторых местах выразительность, он не имеет права искажать содержание, особенно стилистический рисунок. Проблема сохранения культурно-исторического контекста приобретает большое значение в современных условиях, так как средства массовой информации тиражируют иногда произведения сомнительного качества, в которых переводчики не всегда придерживаются оригинального текста в плане выбора эквивалентов или аналогов.

В результате анализа поэтических произведений А. Пушкина, М. Лермонтова, С. Есенина и их переводов, а также переводов русских романсов и песен на французский язык с целью определения приёмов передачи культурно-исторического контекста средствами французского языка, можно сделать следующие выводы:

Во-первых, при сравнении поэтических текстов на русском языке и их переводов на французский язык были выявлены разные подходы к отражению культурно-исторического контекста и к подбору эквивалентов и аналогов.

Это касается прежде всего имён собственных и географических названий. В основном, это транскрипция и транслитерация.

Во-вторых, в некоторых вариантах переводов переводчики либо опускают, либо изменяют фрагменты текста. Были выявлены отступления от адекватной передачи некоторых понятий.

В-третьих, представленные в анализе эквиваленты и аналоги могут не полностью передавать авторское отношение к тексту. Эта проблема связана с грамматическими расхождениями в языках: синтетизм аффектированных средств выражения в русском языке передаётся через аналитические формы французского языка или отсутствует в переводе.

Список источников

1. Галь Нора. Слово живое и мертвое / Нора Галь. – Москва : АСТ, 2022. – 384 с.
2. Есенин С. А. Собр. соч. : в 3 т. / С. А. Есенин. – Москва : Правда, 1970. – Т. 1. – 383 с.
3. Ефим Эткинд. Исследования по истории и теории художественного перевода / Ефим Эткинд. – Санкт-Петербург : Петрополис, 2018. – Кн. 1: Поэзия и перевод. – 424 с.
4. Лермонтов М. Ю. «Из пламя и света рожденное слово...» – « Mots d'aube et de flamme... »: Избранная поэзия – œuvres poétiques [на русском языке с параллельным переводом на французский язык] / М. Ю. Лермонтов – Mikhaïl Lermontov ; [сост. Г. Г. Деренковская ; отв. ред. Ю. Г. Фридштейн]. – Москва : Центр книги ВГБИЛ им. М. И. Рудомино, 2010. – 416 с.
5. Лотман Ю. М. Анализ поэтического текста. Структура стиха / Ю. М. Лотман. – Москва : Эксмо, 2022. – 416 с.
6. Мечковская Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура / Н. Б. Мечковская. – Москва : Академия, 2004. – 432 с.
7. Невзглядова Е. В. О стихе / Е. В. Невзглядова. – Санкт-Петербург : Звезда, 2005. – 272 с.
8. Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий / гл. науч. ред. Н. Д. Тамарченко. – Москва : Изд-во Кулагиной ; Intrada, 2008. – 358 с.
9. Пушкин А. С. Стихотворения. Поэмы. Драмы. Сказки / А. С. Пушкин. – Москва : Эксмо, 2005. – 608 с.
10. Русские романсы и песни в переводе на французский язык / сост. М. И. Свешникова. – Астрахань : Астраханский университет, 2014. – 99 с.
11. Свешникова М. И. Проблема передачи реалий в переводе поэтического текста с русского языка на романские языки / М. И. Свешникова, Е. И. Сернова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Т. 18, вып. 2. – С. 725–750.
12. Свешникова М. И. Проблемы пунктуационного оформления текста в переводе русского «белого стиха» на французский язык / М. И. Свешникова, Е. И. Сернова. // Гуманитарные исследования. – 2024. – № 3 (91). – с. 50–55.
13. Федотов О. И. Основы русского стихосложения. Теория и история русского стиха : в 2 кн. / О. И. Федотов. – Москва : Флинта: Наука, 2002. – Кн. 1: Метрика и ритмика. – 360 с.
14. Alexandre Pouchkine. Poésies. Traduction, choix et présentation de Louis Martinez. – Paris : Gallimard, 2011. – 333 p.
15. Anthologie de la poésie russe / éd. de Katia Granoff. – Paris : Gallimard, 2007. – 537 p.
16. Dictionnaire du français moderne. – Paris : Hatier, 1982. – 832 p.
17. Le Robert micropoche. – Paris : Dictionnaires le Robert, 1993. – 1376 p.
18. Les contes de Pouchkine. – Санкт-Петербург: Яркий город, 2017. – 128 p.

References

1. Gal Nora. *Slovo zhivoe i mertvye = The Word is Alive and Dead*. Moscow: AST; 2022:384 p.
2. Esenin S. A. *Sobranie sochineniy: v trekh tomakh = Collected Works: in 3 vols*. Moscow: Pravda; 1970;1:383 p.
3. Efim Etkind. *Issledovaniya po istorii i teorii hudozhestvennogo perevoda = Studies in the History and Theory of Literary Translation*. St. Petersburg: Petropolis; 2018;1:424 p.
4. Lermontov M. Yu. "Iz plamy i sveta rozhdennoe slovo..." – « *Mots d'aube et de flamme...* »: *Izbrannaya poeziya – œuvres poétiques [na russkom yazyke s parallelnym perevodom na francuzskiy yazyk] = "From flame and light, a born word..." – « Mots d'aube et de flamme... » : Selected poetry – œuvres poétiques [in Russian with a parallel translation into French]*. Ed. by Yu. G. Friedstein. Moscow: VGBIL Book Center them. M. I. Rudomino; 2010:416 p.
5. Lotman yu. M. *Analiz poeticheskogo teksta. Struktura stikha = Analysis of Poetic Text. Verse Structure*. Moscow: Eksmo; 2022:416 p.
6. Mechkovskaya N. B. *Semiotika: Yazyk. Priroda. Kultura = Semiotics: Language. Nature. Culture*. Moscow: Akademiya; 2004:432 p.
7. Nevzglyadova E. V. *O stikhe = On verse*. St. Petersburg: Zvezda; 2005:272 p.
8. *Poetika: slovar aktualnykh terminov i ponyatiy = Poetics: Dictionary of Actual Terms and Concepts*. Ed. by N. D. Tamarchenko. Moscow: Kulagina Publ. House; Intrada; 2008:358 p.
9. Pushkin A. S. *Stikhotvoreniya. Poemy. Dramy. Skazki = Poems. Poems. Dramas. Fairy tales*. Moscow: Eksmo; 2005:608 p.
10. *Russkie romansy i pesni v perevode na frantsuzskiy yazyk = Russian Romances and Songs Translated into FRENCH*. Comp. M. I. Sveshnikova. Astrakhan: Astrakhan State University; 2014:99 p.
11. Sveshnikova M. I., Sernova E. I. The problem of transferring realities in the translation of poetic text from Russian into Romance languages. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Questions of Theory and Practice*. 2025;18(2):725–750.
12. Sveshnikova M. I., Sernova E. I. Problems of punctuation of the text in the translation of the Russian "white verse" into French. *Gumanitarnye issledovaniya = Humanitarian Research*. 2024;3:50–55.
13. Fedotov O. I. *Osnovy russkogo stikhoslozheniya. Teoriya i istoriya russkogo stikha: v dvukh knigakh = Fundamentals of Russian versification. Theory and History of Russian Verse: in 2 books*. Moscow: Flinta: Nauka; 2002;1:360 p.
14. *Aleksandre Pouchkine. Poésies. Traduction, choix et présentation de Louis Martinez = Alexander Pushkin. Poetry. Translation, Choice and Presentation by Louis Martinez*. Paris: Gallimard; 2011:333 p.
15. *Anthologie de la poésie russe = Anthology of Russian Poetry*. Ed. by Katia Granoff. Paris: Gallimard; 2007:537 p.
16. *Dictionnaire du français moderne = Dictionary of Modern French*. Paris: Hatier; 1982:832 p.
17. *Le Robert micropoche = The Robert Micropoche*. Paris: Dictionnaires le Robert; 1993:1376 p.
18. *Les contes de Pouchkine = The Tales of Pushkin*. St. Petersburg: Yarkiy gorod; 2017:128 p.

Информация об авторах

Г. Е. Попова – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры «Иностранные языки и речевая коммуникация»;

М. И. Свешникова – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры романо-германской филологии;

Е. И. Сернова – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романо-германской филологии.

Information about authors

G. E. Popova – D. Sc. (Philology), Associate Professor, Professor of the Department of Foreign Languages and Speech Communication;

M. I. Sveshnikova – Cand. Sc. (Pedagogics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Philology;

E. I. Sernova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor. Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Philology.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest

Статья поступила в редакцию 15.11.2025; одобрена после рецензирования 17.12.2025; принята к публикации 20.12.2025.

The article was submitted 15.11.2025; approved after reviewing 17.12.2025; accepted for publication 20.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 52–60.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):52–60.

Научная статья
УДК 811.111

**ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Наталья Геннадиевна Склярова¹, Юлия Михайловна Фокина²✉

¹Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

²Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия,

¹panochka@bk.ru

²phokinajulia@gmail.com ✉

Аннотация. Реклама является сложным и многогранным явлением, которое реализуется в разных аспектах деятельности человека. Она выступает неотъемлемым атрибутом современной общественной жизни, представляя собой многофункциональное экономическое, социальное, коммуникационное, идеологическое явление. Социальная реклама является важной составляющей рекламного дискурса, которая в большей степени оказывает влияние на мировоззрение и ценностные установки в общественном сознании. Важнейшее свойство социальной рекламы заключается в транслировании определённых социокультурных моделей и ценностей, способных оказывать многоуровневое воздействие на человека, затрагивая когнитивную, эмоциональную и поведенческую сферы. Она пропагандирует такие общественно ценные установки, как этические нормы, правила поведения, общечеловеческие ценности. В информационно-цифровом обществе именно социальная реклама является важнейшим инструментом формирования национальной идентичности и менталитета, а также выступает основой для развития аксиологической сферы бытия. Для оказания необходимого влияния на молодёжную аудиторию в социальной рекламе применяются различные способы воздействия на лингвистическом и экстралингвистическом уровнях.

Ключевые слова: рекламный дискурс, социальная реклама, аксиологический ориентир, молодёжь

Для цитирования: Склярова Н. Г., Фокина Ю. М. Лингвоаксиологические ориентиры в социальной рекламе для молодёжи (на материале английского языка) // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 52–60.

Original article

**LINGUISTIC AND AXIOLOGICAL ORIENTATIONS IN PUBLIC SERVICE ADVERTISING
FOR THE YOUNG GENERATION (BASED ON THE ENGLISH LANGUAGE)**

Natalia G. Sklyarova¹, Julia M. Fokina²✉

¹Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

²Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia

¹panochka@bk.ru

²phokinajulia@gmail.com ✉

Abstract. Advertising is a complex and multifaceted phenomenon that manifests itself in various aspects of human activity. It is an integral part of modern social life, representing a multifunctional economic, social, communicative, and ideological phenomenon. Social advertising is an important component of advertising discourse, which has a greater influence on the worldview and values in the public consciousness. The most important feature of social advertising is the transmission of certain sociocultural models and values

that can have a multi-level impact on people, affecting their cognitive, emotional, and behavioral spheres. It promotes socially valuable attitudes such as ethical norms, rules of behavior, and universal human values. In an information-digital society, social advertising is the most important tool for shaping national identity and mentality, as well as the basis for the development of the axiological sphere of existence. In order to have the necessary impact on young audiences, social advertising uses various methods of influence at the linguistic and extralinguistic levels.

Keywords: advertising discourse, public service advertising, axiological orientation, young generation

For citation: Sklyarova N. G., Fokina Yu. M. Linguistic and Axiological orientations in public service advertising for the young generation (based on the English language). *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96):52–60 (In Russ.).

Иерархия ценностей являлась предметом осмысления со времен античной философии и продолжает быть актуальной для каждого вдумчивого и размышляющего человека. Индивид рассуждает как о системе ценностей того социума, к которому принадлежит, так и о собственных жизненных принципах, представляющих значимость именно для него [9, с.184]. Система ценностей играет решающую роль в формировании национальной идентичности и обеспечении общественной стабильности. Традиционные ценностные установки, транслируемые социальной рекламой, оказывают существенное влияние на развитие молодёжи, формируя её мировоззрение, поведенческие модели и социальные ориентиры.

Молодёжь как важная социальная группа представляет собой поколение, от которого во многом зависит не только будущее государства, но и его настоящее. В двенадцати штатах США молодыми людьми считаются лица в возрасте от 13–14 до 29–30 лет. Верхняя граница данной возрастной шкалы определяется в основном тем, что всё больше молодых людей стараются получить максимальное образование и остаются в учебных заведениях всё дольше. В связи с этим они позже вступают во взрослую трудовую жизнь, вступают в брак, тем самым меняя восприятие зрелости и ответственности. Молодые люди, рождённые в период с 1997 по 2010 год, по модели Нила Хау и Уильяма Штрауса, являются представителями поколения Z (зумерами), которые с детства живут в интернете и воспринимают цифровые технологии как естественную среду [2, с. 17].

Зумеры характеризуются коротким фокусом внимания и скептицизмом к нереалистичным историям. Вследствие этого формат динамичного визуального контента с яркой графикой и минимальным текстом делают для них рекламу наиболее эффективной [1, с. 74]. Также молодое поколение лучше воспринимает ту рекламу, и социальную в том числе, которая создаёт атмосферу, то есть формирует определённое эмоциональное и психологическое окружение явления или услуги, и апеллирует к ярким эмоциям (волнение, юмор, шок) [10, с. 81]. В аксиологическом аспекте эффективная реклама обращается к национальным ценностям и ориентирам, имеющим для зумеров первостепенное значение: свобода и гибкость, баланс, ментальное здоровье, цифровые технологии и инновации, социальная справедливость и экологичность [6].

Поскольку в социальной рекламе первостепенное значение имеют аксиологические ориентиры, обратимся к их определению. Аксиологическая, или ценностная, ориентация определяется исследователями как «закреплённая в психике индивида и социально обусловленная общая направленность на цели и средства деятельности в определённой области, *отражающая положительную или отрицательную значимость для личности*» [7, с. 92]. Ключевыми характеристиками ценностных ориентиров являются:

- структурированность (аксиологические ориентации образуют иерархическую систему от наиболее приоритетных (высших) к менее важным (низшим));
- относительная устойчивость (обычно стабильны, но под влиянием обстоятельств и новой информации возможны изменения);
- влияние на поведение (определяют мотивы и цели поступков, отношение к реалиям);
- индивидуальность (каждая личность обладает уникальным набором ценностей, что отражается на поведении и мировосприятии);
- социальный характер (ценностные установки формируются в процессе социализации через усвоение общественных норм) [5].

Социальная реклама понимается нами как «популяризация публичных и государственных интересов в целях достижения общественно значимых и благотворительных задач» [3, с. 95]. Её ключевыми признаками считаются некоммерческая направленность, ориентация на общественные интересы, широкий охват аудитории и эмоциональный характер информации. С целью получения законченного представления о социальной рекламе рассмотрим её основные задачи. К ним относятся: популяризация социальной проблемы, сообщение целевой аудитории о ней; информирование общественности о вероятных последствиях; создание позитивного коллективного мнения по социально значимому вопросу; стимулирование к участию в разрешении сложившейся в обществе проблемной ситуации; стремление к трансформации поведенческих моделей [8, с. 43].

Следует отметить, что термин «социальная реклама» применяется исключительно в отечественной практике, в мировом же сообществе данный вид рекламы трактуется как «некоммерческая» или «общественная» реклама. Управление социальной сферой в США в основном осуществляется через деятельность и практику Рекламного совета и общественных организаций. Актуальные темы формулирует правительство совместно с общественными некоммерческими организациями. В обязанности Совета входит разработка, создание и популяризация социальной рекламы, координация работы агентств, задействованных в создании рекламной продукции. Американское правительство, в свою очередь, стимулирует участие крупных компаний и корпораций в финансировании работы Рекламного совета и создании рекламы социально значимых проектов.

В США социальная реклама распространяется через разнообразные медиаформаты, адаптированные к современным технологиям и предпочтениям аудитории. Доминирующими каналами для информирования молодёжи являются платформы с динамическим контентом, на которых размещаются короткие ролики преимущественно развлекательного характера и социальные мессенджеры. Другими источниками размещения социальной рекламы являются традиционные медиа, наружная (билборды, ситилайты, транзитная реклама) и indoor-реклама (метро, ТЦ, учебные заведения).

Материалом для данного исследования послужили видеоролики социальной рекламы для молодёжи, размещённые в некоторых социальных сетях (Reddit) и мессенджерах (IMO, WickrMe, Signal), а также информационные носители, распространяемые некоммерческими организациями (ACLU, Montana Meth Project, Moms Demand Action), и баннеры, размещённые на сайте Рекламного совета (AdCouncil) в разделе «социальные услуги».

В результате проведённого анализа около 100 рекламных текстов нами были выделены следующие базовые для современной американской молодёжи аксиологические ориентиры: семья (семейные ценности), витальные ценности (красота и здоровье, безопасность жизни), самореализация (построение успешной карьеры, достижение социального статуса), любовь к Родине (в том числе и активная гражданская позиция).

Социальная реклама, направленная на продвижение семейных ценностей, затрагивает в основном проблемы проявления уважения к старшим, заботы о них, вовлечённости молодых отцов в процесс воспитания детей и проблему отсутствия полноценной коммуникации и понимания между членами семьи [4, с. 353]. Данные ценностные ориентиры транслируются посредством визуальных образов, на которых изображены пожилые американцы, общающиеся с подростками и людьми среднего возраста; молодые отцы, коммуницирующие с маленькими детьми в процессе танца и приготовления им пищи; подростки и их родители, метафорически разделённые стеной в форме мобильного телефона. Лингвистически ценностная составляющая представлена следующими фонетическими, лексическими и грамматическими средствами выразительности.

В рекламных роликах, призванных мотивировать молодых отцов к участию в жизни своих детей, присутствует аллитерация в фразе "Dance like a dad" посредством повторения согласного звука [d]. Повторение данного звука фиксирует внимание аудитории на лексемах "dance" и "dad", подчёркивая, что быть отцом несложно. Идея ответственного отцовства, предполагающая такое же активное участие отца в семье, как и матери, подчёркивается окказионализмом "dadication" (отцовская преданность) в хэштеге данной рекламной кампании #dadication. Лексема образована путём слияния лексических единиц "dedication" и "dad", где сохраняется корень "dad", идентифицирующий субъекта (отца), с прибавлением к нему суффикса -dication, придающего оттенок действия / состояния. Императивная конструкция "Never stop being a father" [11] усиливает побудительный эффект, мотивируя аудиторию к принятию активной позиции.

В социальной рекламе, призывающей молодое поколение к заботе о близких родственниках, ценностные ориентиры реализованы посредством экстралингвистических и лингвистических приемов. Приведём несколько примеров их репрезентации. В обращении "Your hero cared for you. Now, you care for him" [11] эмоционально окрашенные единицы "care" и "hero", употребляемые в повелительном наклонении, подчёркивают значимость воспитания и заботы о детях, с одной стороны, и важности поддержки родителей и более старшего поколения – с другой. Сложность осуществления заботы о близких и альтруистическое начало подчёркиваются в тексте "She has two jobs but only is paid for one" [11] и выражается посредством употребления лексем jobs, pay, one в одном смысловом контексте. Наряду с идеей проявления заботы о близких в слоганах прослеживается мотив ухода за собой и своим физическим и психическим здоровьем: "We help. You help. But are you taking care of yourself?", "Care for your loved ones, care for yourself", "We know your strength is super but you're still a human. Find support for your strength" [11]. Риторический вопрос, повтор именного словосочетания your strength, его употребление с глагольно-именным словосочетанием find support в едином контексте, а также лексический повтор предиката care с возвратным местоимением yourself наводят читателя на мысль о том, что обеспечивать уход можно не только самостоятельно, но и обратившись за помощью к служащим социальной поддержки населения. Сложность, связанная с заботой о близких, акцентируется и во фразе "Caregiving is tougher than tough" посредством повторения лексемы tough. Таким образом, читатель приходит к пониманию, что иногда оптимальным решением в вопросе обеспечения заботы о близких является обращение за помощью к специалистам, и это не рассматривается как проявление слабости.

В американском обществе широко применяется социальная реклама в области пропаганды безопасности дорожного движения, профилактики наркомании и алкоголизма среди подростков, что можно отнести к категории популяризации витальных ценностей. Следует отметить, что если в тексте

слоганов социальной рекламы, продвигающей идею соблюдения правил дорожного движения, превалируют глаголы в императивной форме ("Belt up", "Buckle up. Stay alive", "Belt up. Live on", "Don't kill yourself and us too", "Don't talk while she drives", "Don't drive sleepy" [11]), в видеороликах и баннерах о вреде наркомании и алкозависимости рекламодатели придерживаются другой тактики при выборе лингвистических средств. В подобного рода рекламных сообщениях намеренно избегаются императивные конструкции, поскольку категорический запрет может вызвать интерес и любопытство со стороны молодых людей, стимулируя их попробовать запрещённый продукт. В рассмотренных нами примерах социальной рекламы против наркотиков, инициированной некоммерческой организацией «Проект по борьбе с метамфетамином штата Монтана», для формирования определённой ценностной ориентации применяется шоковая тактика с целью вызова сильных эмоций. Визуальный контент, демонстрирующий реалистичные последствия употребления метамфетамина (моментальное привыкание, разрушенные зубы, появление язв на коже и др.), инфографика с данными роста зависимости мгновенно привлекают внимание, обеспечивая запоминаемость сообщения. Употребление модального глагола *will* в значении «уверенность в будущем на основе фактов» во втором предложении слогана "No one thinks they'll try to tear off their own skin. Meth will change it" создаёт эффект неизбежности, добавляя драматический контраст между игнорированием проблемы в настоящем и её последствиями в будущем. Идея необратимости последствий употребления наркотиков также реализуется посредством использования эпитетов с негативной семантикой (*dangerous*, *lethal*, *fatal*, *life-threatening*, *tragic*), выражающих несовместимость жизни и наркотиков:

*Opioid overdoses in Montana are trending toward record highs in 2025, largely due to illicit **lethal** Fentanyl. The **dangerous** drug is being laced into drugs of all kinds, including Meth and counterfeit pills that look like common prescription drugs, causing users to unknowingly consume a **fatal** dose. Younger generations must learn to never take a pill not prescribed by their own doctor and that experimentation with drugs of any kind has never been more **life-threatening** [13].*

Слоганы аналогичной рекламной кампании "Above the influence" продвигают ценностный ориентир самореализации, подчёркивая значимость осознанного выбора в пользу здорового образа жизни. Употребление веществ – это лишь одно из проявлений негативного влияния, от которого можно «быть выше»: "Rise above: Choose a drug – free future", "Stand tall. Stand proud. Stay drug – free" [11]. В её лозунгах подчёркивается идея о том, что подростки могут противостоять внешнему влиянию, расставив правильно жизненные приоритеты: "Keep your edge", "You've got this". В большинстве фраз личное местоимение «ты» (твой) противопоставляется «они» (их), создавая оппозицию *you – they*, тем самым подчёркивая индивидуальность адресата: "Be you. Not them", "Don't let them decide", "Make your own influence", "Don't smoke what they're selling", "Think for yourself". Некоторые примеры содержат концептуальную метафору, в которой абстрактные ценности репрезентируются через конкретные образы. Метафора «контроль как вождение автомобиля» ("You're in the driver's seat") образно передаёт идею управления собственной жизнью. Метафоры «влияние как товар» / «влияние как дым» в слоганах "Don't smoke what they're selling", "Don't follow the smoke" [11] дискредитируют предлагаемые наркотики, представляя их как нечто навязываемое и неосязаемо-опасное. Императивные конструкции акцентируют внимание молодёжи на таких ценностных ориентирах, как аутентичность (*be real*, *be you*, *stay true*, *don't lose you*), самоконтроль и самостоятельное принятие решений (*stay in control*, *own your decisions*, *think for yourself*) и сопротивление (*don't let*, *don't follow*, *don't smoke*), которые в целом можно объединить общим понятием «свобода выбора»: "Your life. Your call". Итак, согласно общей концепции

авторов рекламы, жизнь без алкоголя и наркотиков, которые лишают человека независимости, полна возможностей для саморазвития и становления личности.

Помимо призыва к изменению модели поведения в типичных для мирового сознания проблемных ситуациях, в настоящее время прослеживается нарастающая тенденция к привлечению внимания молодых людей к вопросу отказа от ношения огнестрельного оружия – реалии, типичной для американцев.

Рекламная кампания под названием "Guess Which one" началась в 2022 г. после печальных событий, произошедших в одной из американских школ, где расстреляли 25 первоклассников. Она включает в себя серию изображений, на которых показаны двое подростков, один из которых держит символ детства (киндер-сюрприз, книгу «Красная шапочка» и др.), другой – полуавтоматическую винтовку. Данные изображения создают когнитивный диссонанс, заставляя аудиторию немедленно вступить в диалог с изображением и представленным текстом: "One child is holding something that has been banned in America to protect them. Guess Which one" [12]. Ключевыми стилистическими приемами в данном слогане выступают ирония и сарказм, построенные на нарушении логических ожиданий. Во время прочтения текста реципиент ожидает получить следующую модель высказывания: «В Америке запрещают опасные вещи, чтобы защитить детей». В реальности запретили безобидную игрушку (из-за мелких деталей, правил FDA), но разрешают свободный доступ к оружию. К шокирующему выводу приводит риторический вопрос "Guess Which one", имитируя игру и вовлекая адресата в активную мыслительную деятельность. Лексемы *ban* (запрещать) и *protect* (защитить) вступают в конфликт с визуальным рядом, обнажая абсурдность законодательства. Слоган заставляет усомниться в базовых принципах безопасности и приоритетах общества, представляя сторонников свободного ношения оружия как иррациональную силу, которая «защищает» детей от шоколадных яиц, сказок, но не от пуль.

Одним из основополагающих ценностных ориентиров, актуальных для молодёжи, является патриотизм. Для поколения Z выражение патриотизма проявляется в активной гражданской позиции. Для привлечения молодых людей к участию в избирательной кампании рекламные агентства часто приглашают известных блогеров, молодежных кумиров для выражения своей позиции, тем самым мотивируя подписчиков принять участие в президентских выборах. В этом аспекте знаменит вирусный ролик "Don't Vote", ставший примером инвертированной социальной рекламы. Милли Бобби Браун, Уилл Смит, Скарлетт Йохансен и другие заявили на камеру, что голосовать не надо, так как один человек ничего не решит: "Don't vote. It won't make a difference. Stay home" [11]. Ролик использует ряд классических техник деструктивного воздействия, среди которых можно выделить императивы запрета (*Don't vote; Skip it*), использование абсолютного отрицания *doesn't matter* (*Your vote doesn't matter. Seriously*), уничижительное сравнение (*Your cat has better judgement*), искусственное противопоставление (*Take real action instead*). На прагматическом уровне цель данных ироничных высказываний – спровоцировать диссонанс и реактивное сопротивление у скептически настроенной молодёжи. Услышав шокирующий призыв «не голосовать» от авторитетной фигуры, реципиент инстинктивно начинает оспаривать эту позицию, тем самым самостоятельно формулируя аргументы за участие в выборах президента. Хэштег *#ThinkBeforeYouVote* выступает в данном ролике как прагматический маркер, переводящий сообщение из плоскости прямого призыва в плоскость метакоммуникации, цель которой – не диктовать решение, а запустить критическое осмысление ценности собственного выбора.

Проведённый анализ позволяет утверждать, что социальная реклама выступает в современном информационном обществе инструментом формирования и коррекции аксиологических ориентиров молодёжи, демонстрируя позитивные модели поведения и мотивируя к положительным изменениям. Её воздействие строится на точном таргетировании ключевых ценностей целевой аудитории (поколения Z), для которой приоритетны семья, личная свобода, витальные ценности, патриотизм и социальная справедливость.

На материале американских кампаний было выявлено, что эффективная трансляция этих ценностей достигается за счёт адаптации формата и использования лингвистических стратегий. К ним относятся следующие: прямое обращение; использование императивных конструкций для мотивационных директив; построение семантической оппозиции «свой – чужой», маркирующей негативное влияние; а также применение концептуальных метафор. В зависимости от темы, тактика варьируется от прямых запретов до иронии и шоковой стратегии, что демонстрирует гибкость рекламного дискурса.

Таким образом, социальная реклама выполняет не только просветительскую, но и аксиологическую функцию, активно моделируя аксиологические ориентиры молодого поколения, предлагая языковые и образные модели для осмысления ключевых вопросов личной ответственности, гражданской позиции и общественной безопасности.

Список источников

1. Алмазов И. С. Особенности восприятия рекламного сообщения среди представителей поколения Z / И. С. Алмазов // Актуальные исследования. – 2023. – № 24. – С. 72–75.
2. Готуалт В. С. Реализация принципов педагогики заботы в процессе обучения студентов поколения Z / В. С. Готуалт, Е. В. Илова // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2024. – Т. 13, № 3. – С. 17–21.
3. Лапшина О. С. Понятие и сущность социальной рекламы / О. С. Лапшина, Н. Д. Глушков // Вестник Самарской гуманитарной академии. Сер.: Право. – 2016. – № 1–2 (18). – С. 94–97.
4. Марченкова А. Ю. Американские семейные ценности в дискурсе социальной рекламы / А. Ю. Марченкова, Е. С. Пешехонова // Преподаватель XXI век. – 2021. – № 3, ч. 2. – С. 353–359.
5. Нагоева Л. Х. Ценностные ориентации: понятие и феномен / Л. Х. Нагоева. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-ponyatie-i-fenomeni> (дата обращения: 22.11.2025).
6. Никитин А. А. Роль рекламы в формировании жизненных ценностей молодёжи / А. А. Никитин, Т. И. Никитина. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-reklamy-v-formirovanii-zhiznennyh-tsennostey-molodezhi> (дата обращения: 22.11.2025).
7. Торбик Е. М. Некоторые аспекты категории оценочности в англоязычном дискурсе (на материале предвыборной кампании Дж. Байдена) / Е. М. Торбик, Д. С. Родионова // Язык в межкультурном пространстве XXI века: взгляды и научные исследования, перспективы развития / сост.: Е. Н. Горбачева, Е. М. Торбик. – Астрахань : Астраханский университет, 2021. – Вып. 1. – С. 97–104.
8. Фокина Ю. М. Особенности репрезентации концепта «успех» в текстах англоязычных публицистических изданий / Ю. М. Фокина, Ф. П. Бекчанов // Язык в межкультурном пространстве XXI века: взгляды и научные исследования, перспективы развития / сост.: Е. Н. Горбачева, Е. М. Торбик. – Астрахань : Астраханский университет, 2021. – Вып. 1. – С. 41–48.
9. Чжан Т. Явление «национальной семейной культуры» в китайской рекламе / Т. Чжан // Актуальные проблемы лингвистики: взгляд молодых исследователей. – Челябинск : Б-ка А. Миллера, 2021. – С. 183–188.
10. Шмарыгина А. С. Аксиологический аспект аллюзий в рекламном дискурсе / А. С. Шмарыгина, Ю. М. Фокина // Креативная лингвистика. – Астрахань, 2023. – С. 80–84.

11. AdCouncil. – URL: <http://www.adcouncil.org> (дата обращения: 22.10.2025).
12. Moms demand action. – URL: <http://momsdemandaction.org> (дата обращения: 22.10.2025).
13. Montana Meth Project. – URL: <http://www.montanameth.org> (дата обращения: 22.10.2025).

References

1. Almazov I. S. Basic features of advertising message perception among zoomers. *Aktualnye issledovaniya = Current Researches*. 2023;24:72–75.
2. Gotualt V. S., Ilova E. V. Applying the Principles of Care Pedagogy in Teaching Generation Z students. *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa I informatsionnykh tekhnologiy = Bulletin of the Siberian Institute of Business and Information Technologies*. 2024;13(3):17–21.
3. Lapshina O. S., Glushkov N. D. The Concept and Essence of Social Advertising. *Vestnik Samarskogo gumanitarnoy akademii. Seriya "Pravo" = Bulletin of the Samara Academy of the Humanities. Series "Law"*. 2016;1–2(18):94–97.
4. Marchenkova A. Yu., Peshekhonova E. S. American Family Values in the Discourse of Social Advertising. *Prepodavatel XXI veka = The Teacher of the XXIst Century*. 2021;3(2):353–359.
5. Nagoeva L. Kh. *Tsennostnye orientatsii: ponyatie I fenomen = Value Orientations: The Concept and Phenomenon*. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-ponyatie-i-fenomeni> (accessed: 22.11.2025).
6. Nikitina A. A., Nikitina T. I. *Rol reklamy v formirovaniy zhiznennykh tsennostey molodezhi = The Role of Advertising in Shaping the Life Values of Young People*. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-reklamy-v-formirovanii-zhiznennykh-tsennostey-molodezhi> (accessed: 22.11.2025).
7. Torbik E. M., Rodionova D. S. Some Aspects of the Evaluative Category in the English-language Discourse (based on the material of J.Biden's election campaign). *Yasyk v mezhkulturnom ptostranstve XXI veka: vzglyady I nauchnye issledovaniya, perspektivy razvitiya = Language in the Intercultural Space of the 21st Century: Views, Scientific Researches, Development Prospects*. 2021;1: 97–104.
8. Fokina Yu. M., Bekchanov F. P. Features of Representing the Concept "Success" in the Texts of English-Language Periodicals. *Yasyk v mezhkulturnom ptostranstve XXI veka: vzglyady I nauchnye issledovaniya, perspektivy razvitiya = Language in the Intercultural Space of the 21st Century: Views, Scientific Researches, Development Prospects*. 2021;1:41–48.
9. Chzhan T. The Phenomenon of "National Family Culture" in Chinese Advertising. *Aktualnye problemy lingvistiki: vzglyad molodykh issledovatelei = Current Issues in Linguistics: The Perspective of Young Researchers*. Chelyabinsk; 2021:183–188.
10. Shmarygina A. S., Fokina Y. M. Axiological Aspect of Allusions in Advertising Discourse. *Kreativnaya lingvistika = Creative Linguistics*. Astrakhan; 2023:80–84.
11. *Reklamnyy sovet The US Advertising Council*. Available at: <http://www.adcouncil.org/campaign/fatherhood-involvement> (accessed: 22.10.2025).
12. *Materi trebuyut deystviy = Moms demand action*. Available at: <http://momsdemandaction.org> (accessed: 22.10.2025).
13. *Proyekt po borbe s metamfetaminom shtata Montana = Montana Meth Project*. Available at: <http://www.montanameth.org> (accessed: 22.10.2025).

Информация об авторах

Н. Г. Склярова – доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики английского языка;

Ю. М. Фокина – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, лингводидактики и перевода.

Information about the authors

N. G. Sklyarova – D. Sc. (Philology), Professor of the chair of the Theory and practice of the English language at the Institute of philology, journalism and intercultural communication;

Yu. M. Fokina – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the chair of the English philology, linguodidactics and translation.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflict of interests: the author declares no conflict of interests.

Статья поступила в редакцию 15.11.2025; одобрена после рецензирования 17.12.2025; принята к публикации 20.12.2025.

The article was submitted 15.11.2025; approved after reviewing 17.12.2025; accepted for publication 20.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 61–68.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):61–68.

Научная статья
УДК 811.111

СТРАТЕГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ДИСКУРСЕ ИНФОБИЗНЕСМЕНОВ

Елена Николаевна Шеховцева^{1✉}, Ирина Владимировна Кожухова²

¹Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева Астрахань, Россия,

²Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия,

¹elen-gorbachyova@yandex.ru✉

²vinantov@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются основные коммуникативные стратегии дискурса инфобизнесменов, имеющие манипулятивный характер: стратегия презентации информационного продукта / услуги, стратегия конструирования кризисной ситуации адресата и стратегия конструирования ситуации будущего успеха адресата. Устанавливается, что манипулятивность данных стратегий состоит в намеренном введении адресата в заблуждение путём завышения ценности инфопродукта при отсутствии гарантии этой ценности. Презентация информационного продукта осуществляется как декларация его исключительности, информативности, структурированности и актуальности. Это достигается с помощью аргументативной тактики, тактики создания положительного образа компании или инфопродукта, тактики интимизации общения, тактики обещания, а также тактики одобрения (со стороны обучающихся). Конструирование кризисной ситуации состоит в подведении адресата к осознанию возникших трудностей в его жизни либо в его окружении, в том числе психологических проблем, и в побуждении адресата изменить ситуацию в лучшую сторону, пройдя обучающий курс. Данная стратегия реализуется посредством тактик аргументирования, интимизации общения, эмоционального воздействия, нагнетания негативных оценок, директивной тактики. Стратегия конструирования ситуации будущего успеха нацелена на подведение адресата к мысли о неизбежности преодоления трудностей на пути к успеху и о «награде» в виде жизненного успеха в результате прохождения онлайн-курса. Для этого используются тактики обещания и эмоционального воздействия на адресата. К языковым средствам выражения перечисленных тактик относятся сленгизмы, сокращения, разговорная лексика, императивные конструкции, имена эмоциональных и психологических концептов, глаголы будущего времени с семантикой помощи, антитезы.

Ключевые слова: дискурс инфобизнесменов, коммуникативные стратегии и тактики, манипулятивность, воздействие, инфопродукт

Для цитирования: Шеховцева Е. Н., Кожухова И. В. Стратегии манипулирования в дискурсе инфобизнесменов // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 61–68.

Original article

MANIPULATION STRATEGIES IN INFOBUSINESSMEN DISCOURSE

Elena N. Shekhovtseva^{1✉}, Irina V. Kozhukhova²

¹Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia

²Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

¹elen-gorbachyova@yandex.ru✉

²vinantov@mail.ru

Abstract. This article examines the key manipulative communication strategies of infobusinessmen discourse: the strategy of presenting an information product/service, the strategy of constructing a crisis situation for the recipient, and the strategy of constructing a

situation of future success for the recipient. It is established that the manipulative nature of these strategies consists in a deliberate misleading the recipient by overstating the value of the information product without guaranteeing this value. The presentation of the information product is carried out as a declaration of its exclusivity, informativeness, structure, and relevance. This is achieved through argumentative tactics, tactics of creating a positive image of the company or information product, tactics of intimate communication, tactics of promise, and tactics of approval (on the part of students). Constructing a crisis situation consists in leading the recipient to an awareness of the difficulties that have arisen, including psychological problems, in their lives or in their environment, and encouraging the recipient to change the situation for the better by completing a training course. This strategy is implemented through argumentation tactics, intimacy of communication, emotional impact, the escalation of negative assessments, and directive tactics. The strategy of constructing a situation of future success aims to lead the recipient to believe that overcoming difficulties on the path to success is inevitable and that the "reward" will be life success as a result of completing the online course. This is achieved through the use of promises and the tactics of emotional impact on the recipient. The linguistic means used to express these tactics include slang, abbreviations, colloquial vocabulary, imperative constructions, names of emotional and psychological concepts, future tense verbs with the semantics of "help," and antitheses.

Key words: infobusinessmen discourse, communication strategies and tactics, manipulateness, influence, infoproduct

For citation: Shekhovtseva E. N., Kozhukhova I. V. Manipulation strategies in infobusinessmen discourse. *Gumanitarnyye issledovaniya* = *Humanitarian Researches*. 2025;4(96):61–68 (In Russ.).

Информационный бизнес в настоящее время сводится к коммуникационной модели, которую считают манипулятивной по своей сути [10, с. 74]. Основанием для этого служат многочисленные приёмы, которые инфобизнесмены используют для продвижения своих брендов и получения выгоды: постоянное нахождение в инфополе, привлечение внимания к своей персоне, например за счёт организации интервью, специальных событий, прямых эфиров, фотографий [3, с. 1113], формат контента, взаимодействие с подписчиками и экономические инструменты, важными из которых являются цена продукта и уровень жизни блогера как источник вдохновения для пользователей [1].

Цель данного исследования состоит в изучении основных коммуникативных стратегий и тактик дискурса инфобизнесменов, посредством которых его агенты – инфобизнесмены – осуществляют манипулятивное воздействие на потенциальных клиентов, чтобы подвести их к желанию приобрести информационный продукт или воспользоваться информационной услугой без заключения договора между их производителем и потребителем [9, с. 353]. Манипулятивность стратегий дискурса инфобизнесменов заключается в том, что с их помощью они вводят адресата в заблуждение, завышая ценность инфопродукта, наделяя его уникальными качествами, но не гарантируя эту ценность [9, с. 353]. Следует отметить, что термин «дискурс инфобизнесменов» является синонимом термина «инфоцыганский дискурс», всё чаще заменяет его в разных контекстах и в настоящее время считается наиболее приемлемым для обозначения данного феномена.

Материалом исследования послужили тексты на русском языке, опубликованные на сайте <https://online.artforintrovert.ru>, продвигающем профессиональные онлайн-курсы обучения широкому спектру гуманитарных специальностей: философ, искусствовед, психолог, писатель, культуролог, сценарист и т. п.

Методологической базой послужили исследования в рамках прагматического и коммуникативистики, а именно работы, посвящённые изучению категорий манипулятивности [4; 7] и персуазивности [2; 12] и их актуализации посредством тех или иных стратегий и тактик (тактики нагнетания негативных оценок [5; 8; 11].

Мы выделяем три основные манипулятивные стратегии в рамках дискурса инфобизнесменов: стратегию презентации информационного продукта, стратегию конструирования кризисной ситуации адресата и стратегию конструирования ситуации будущего успеха адресата.

Стратегия презентации информационного продукта / услуги. Для продажи инфопродукта инфобизнесмены прибегают к его эффективной презентации путем выделения следующих характеристик:

- **Исключительность.** С помощью аргументативной тактики и тактики создания положительного образа компании в жанре рекламного сообщения авторы постулируют в первую очередь своеобразие своего подхода к созданию инфопродукта или оказания инфоуслуги, подчёркивая гибкость, доступность учебных программ, а также удобный формат обучения:

Мы гибкие: подстроимся под любой запрос и формат.

Сделали образование доступным каждому.

Делаем программы, которые хотели бы пройти сами.

Лекцию на 1,5 часа можно выжать в 10 минут. А 4 года в университете – усвоить за 8 месяцев.

Презентация инфопродукта может осуществляться через противопоставление преимуществ онлайн-образования недостаткам традиционного обучения:

Бунтари из Петербурга, которые решили заново изобрести образование. Верим в идею привлекательности эрудированности. Ходим в галереи, обсуждаем авторское кино и не брезгуем философией феечек Винкс.

Классическое образование устарело

Часами искать проверенную инфу, готовить конспекты и ездить на пары – путь к знаниям, который забирает слишком много ресурсов. <...> Поэтому мы нашли другой путь...

Говоря об исключительности своего инфопродукта, авторы подчёркивают наличие опыта у лекторов, разнообразие профессиональных областей, которые они представляют, а также огромное желание поделиться знаниями с аудиторией:

Этот курс поможет разобраться во всех нюансах. <...> Для этого мы пригласили опытных руководителей, бизнес-тренеров, психологов и даже специалиста по ораторскому мастерству.

Учитесь у специалистов, которые горят своим делом.

Созданию положительного образа компании инфобизнесменов также способствует тактика интимизации общения, репрезентированная разговорной лексикой, сокращениями и сленгизмами:

Упаковали бакалаврский объём знаний в курсы-призвания. С госдипломом. Без ОБЖ и физры.

Хотите, чтобы сотрудники кайфанули и перезарядились? Мы уже спешим на помощь.

Что можем? Всё на свете! Сходу предложим несколько идей и замечемся с ценностями вашей компании. Или докрутим вашу идею для корпората или субботнего квиза.

Зайдёт и суровому менеджменту, и молодым креативщикам.

- **Информативность.** Оценка информативности осуществляется в основном в рекламных сообщениях инфобизнесменов с помощью тактик аргументации и создания положительного образа компании. Информативность курса предполагает полноту теории, её точность (проверенность):

Освоишь всю базу философии, разберёшь первоисточники, обсудишь вечные вопросы с кандидатом наук на семинарах и прокачаешь философское мышление.

Освоишь **полную теорию**, попадёшь в закрытый чат с деятелями искусства.

Найти **проверенную инфу** непросто.

Приложение интроверта – это **экспертный контент** в кармане.

Ещё одним критерием информативности является чёткость теоретического материала, отсутствие в нём лишней информации:

Любим получать новые знания **быстро и весело. Без лишней воды и занудности.**

Приглашаем авторов, которые **глубоко погружены в тему и расскажут о ней без воды.**

Важным критерием оценки информативности инфопродукта является его ориентированность на практическое применение. Эта оценка отражается в отзывах студентов онлайн-курсов и репрезентируется посредством тактики одобрения:

Практическая отработка на курсе – отдельный плюс. Она позволила не просто учиться, а сразу **применять знания на практике**, что невероятно важно для формирования уверенности.

Размещение положительных отзывов слушателей онлайн-курсов или выпускников обучающих программ также оказывает манипулятивное воздействие на потенциальных клиентов, мотивируя их записываться на продвигаемый курс.

- **Структурированность.** Оценка учебных курсов по критерию структурированности дают студенты / выпускники в своих положительных отзывах, используя тактику одобрения:

Благодаря Интроверту я смогла наконец-то **структурировать знания и усилить практику!** И, кстати, я настолько впечатлилась **построением курса** и знаниями, которые дал Интроверт, что также пошла на курс повышения квалификации по КПТ, который они недавно запустили.

С позиций инфобизнесменов оценка структурированности сводится к рекламированию инфопродукта как многокомпонентной системы с использованием аргументативной тактики:

Программа курса

- 650 часов теории и практики
- Охватывает **все** профильные дисциплины
- Создана практикующими психологами с десятилетним стажем
- Включает **лекции, групповые занятия и практику.**

В приведённом примере используется аргумент к количеству, актуализированный с помощью количественных данных («650 часов», «десятилетний стаж»), существительных во множественном числе («дисциплины», «психологи», «лекции», «групповые занятия»), определительное местоимение «все».

- **Актуальность темы курса.** Инфопродукт позиционируется как актуальный в рекламных сообщениях инфобизнесменов, раскрывающих с помощью тактик аргументации и обещания те или иные ценности, важные для целевой аудитории:

*Руководить – это тоже навык, который **нужно развивать***

Если вы открыли свой бизнес или вас повысили и дали в подчинение несколько людей, могут начаться трудности: сотрудники не воспринимают всерьёз, приходится справляться с большим потоком задач, вечно не хватает времени, и кажется, что работа превращается в хаос.

Этот курс **поможет разобраться** во всех нюансах: от выстраивания бизнес-процессов и их автоматизации до презентации идей и проектов.

В данном примере актуализируется ценность эффективного руководства: с помощью аргументативной тактики обосновывается необходимость умело руководить своим бизнесом, чтобы избежать многих проблем и отвечать на все потенциальные вызовы. Тактика обещания репрезентируется глаголом будущего времени с семантикой помощи («поможет разобраться»).

Стратегия конструирования кризисной ситуации адресата. Выделяются следующие варианты применения рассматриваемой стратегии:

- **Подведение адресата к осознанию существующей у него проблемы, решить которую можно благодаря предлагаемому курсу:**

Кому подойдёт этот курс:

В детстве мечтали стать искусствоведами, но родители отговорили («это не прокормит») – сейчас понимаете, что это ваше настоящее призвание.

Годами посещаете музеи и выставки, но знания разрозненны – хотите наконец систематизировать их: от античности до современности, с пониманием логики развития стилей.

В приведённом примере используется манипулятивная тактика эмоционального воздействия: авторы объясняют потенциальным клиентам, что сложившаяся в их жизни ситуация – это настоящая проблема, а обучающий курс «Искусствовед» призван помочь в ее решении. Воздействие осуществляется посредством антитез «профессия мечты» – реальная «денежная» профессия» («мечтали» – «отговорили») и «длительная практика – отсутствие результата» («годами посещаете» – «знания разрозненны»).

- **Подведение адресата к мысли о проблемах, существующих в окружающей его среде, но потенциально важных лично для него и разрешимых благодаря обучению по программе, предлагаемой инфобизнесменами.** В таких случаях может использоваться тактика нагнетания негативных оценок:

Кому подойдёт этот курс:

*Живёте в регионе или за границей – в вашем городе **нет качественного образования по искусству**, а переезжать ради учебы **нет возможности**.*

В представленном тексте о том, какие преимущества имеет онлайн-курс «Искусствовед», благодаря перечислению отрицательных характеристик среды, в которой находится адресат, создаётся картина проблемной ситуации. Далее адресата убеждают в том, что ему следует воспользоваться предложением инфобизнесменов и дистанционно получить профессию искусствоведа. Для этого используются императивные конструкции, объективирующие директивную тактику:

Начните путь в искусство уже сегодня! Запишитесь на экскурсию по курсу. Учитесь у тех, кто сам работает в искусстве. Получите полную программу курса.

- **Подведение адресата к осознанию существующих у него психологических проблем, легко разрешимых с помощью обучающего курса:**

Если вы столкнулись с творческим ступором или затруднениями

Поможем преодолеть блоки, найти свой стиль и уверенно двигаться дальше.

В приведённом примере рекламного сообщения об обучающем курсе «Писатель» используются тактики интимизации общения (прямое обращение к адресату), эмоционального воздействия (лексемы-репрезентанты эмоциональных и психологических концептов («ступор», «затруднение», «блоки») и обещания («поможем преодолеть...»). С помощью этих тактик создаётся

иллюзия индивидуального предложения, направленного на удовлетворение психологических потребностей конкретного адресата:

Кому подойдёт этот курс:

Вы уже неплохо разбираетесь в искусстве, но не хватает уверенности – нужны знания и диплом, чтобы избавиться от синдрома самозванца.

В данном примере авторы обучающего курса «Искусствовед» подводят адресата к мысли, что для успешного развития карьеры ему не хватает только двух вещей – знаний и диплома, которые он получит, пройдя данный курс, и которые избавят его от психологической проблемы – синдрома самозванца. В тексте используются тактики интимизации общения («Вы неплохо разбираетесь») и эмоционального воздействия (психологические концепты «не...уверенность», «синдром самозванца»).

Стратегия конструирования ситуации будущего успеха адресата.

Коммуникативная стратегия конструирования ситуации будущего успеха адресата позволяет противопоставить дискурс инфобизнесменов мошенническому дискурсу, поскольку в последнем, по мнению И. В. Смирновой, главной стратегией является апелляция к страху [6, с. 90]. Мы выделяем следующие варианты актуализации данной стратегии:

• **Подведение адресата к мысли о неизбежности преодоления трудностей на пути к успеху:**

До курса:

Страдаю от синдрома самозванца

Не умею продавать свои идеи

Пишу в стол и мечтаю попасть в кино.

После курса:

Реализую коммерческие проекты

Умею презентовать сценарии и получаю бюджеты на питчингах и фестивалях.

В приведённом примере используется тактика эмоционального воздействия на адресата, осуществляемого с помощью антитезы «до курса» – «после курса»: создаются две противоположные картины – негатив нынешней ситуации в жизни адресата противопоставляется позитиву возможной ситуации после онлайн-обучения по программе «Сценарист».

• **Подведение адресата к мысли о «награде» в виде жизненного успеха в результате прохождения онлайн-курса:**

На этом курсе вы:

Научитесь профессионально писать и говорить об искусстве так, чтобы это было интересно другим

Получите диплом о профессиональной переподготовке и начнёте карьеру в нишевой индустрии

Станете частью комьюнити искусствоведов, где обмениваются знаниями и опытом.

В данном отрывке из рекламного сообщения посредством тактики обещания раскрываются особенности курса «Искусствовед», заключающиеся в том, что в результате его прохождения обучающийся приобретёт знания, умения и навыки, которые позволят ему стать успешным человеком в разных сферах жизни.

Итак, проанализированные стратегии дискурса инфобизнесменов – презентации информационного продукта, конструирования кризисной ситуации адресата и ситуации будущего успеха адресата – способствуют оказанию манипулятивного воздействия на адресата – потенциального слушателя обучающих онлайн-программ. Постулируя исключительность, информативность, структурированность и актуальность предлагаемых курсов,

а также конструируя ситуацию кризиса, с одной стороны, и ситуацию будущего успеха, с другой стороны, инфобизнесмены мотивируют адресата, подталкивают его к действиям, а именно к прохождению платных образовательных программ.

Список источников

1. Завгородняя П. М. Эксперты или инфоцыгане: как блогеры продают свои курсы через Instagram / П. М. Завгородняя // Социодиггер. – 2021. – Т. 2, № 5 (10). – С. 42–44.
2. Романова И. Д. Особенности рекламных текстов персуазивного характера / И. Д. Романова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2019. – Вып. 12 (828). – С. 97–107.
3. Романова А. А. PR-стратегии Е. Блиновской как инфоцыганки / А. А. Романова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – Красноярск : Сибирский гос. ун-т науки и технологий им. акад. М. Ф. Решетнева, 2023. – Т. 3. – С. 1111–1113.
4. Сергеева Е. В. Особенности речевого воздействия в Интернет-рекламе образовательных услуг / Е. В. Сергеева, Ву Хонг Нгок // Медиалингвистика. – 2021. – № 8 (1). – С. 71–82.
5. Сковородников А. П. Речевые тактики и языковые средства политической информационно-психологической войны в России: этико-прагматический аспект (на материале «Новой газеты») / А. П. Сковородников, Э. А. Королькова // Политическая лингвистика. – 2015. – № 3 (53). – С. 160–172.
6. Смирнова И. В. Дискурс технически опосредованного мошенничества: жанр «развод» / «разводилово» и его стратегии / И. В. Смирнова // Жанры речи. – 2024. – Т. 19, № 1 (41). – С. 90–103. – doi 10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-90-103.
7. Степанова Е. В. Мотивированность коммуникативных стратегий манипулирования в рекламе / Е. В. Степанова // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. – 2009. – № 1 (9). – С. 156–159.
8. Тимофеева О. И. Коммуникативные стратегии аргументации в рекламе образовательных услуг / О. И. Тимофеева // Вестник Омского университета. – 2011. – № 1 (59). – С. 147–151.
9. Шеховцева Е. Н. Инфоцыганский дискурс: речевые жанры, стратегии, тактики (на материале русского языка) / Е. Н. Шеховцева, И. В. Кожухова // Жанры речи. – 2025. – Т. 20, № 3 (47). – С. 351–360. – doi 10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-351-360. EDN ZJMCUD.
10. Якимчук А. А. «Инфоцыганство» – информационный вирус XXI века / А. А. Якимчук // Взаимодействие вузов, научных организаций и учреждений культуры в сфере защиты информации и технологий безопасности. – Москва : Российский гос. гуманит. ун-т, 2022. – С. 69–83.
11. Popova K. V. Persuasion strategy in online social advertising / K. V. Popova // Training, Language and Culture. – 2018. – № 2 (2). – P. 55–65. – doi 10.29366/2018tlc.2.2.4.
12. Romanova I. D. Persuasive techniques in advertising / I. D. Romanova, I. V. Smirnova // Training, Language and Culture. – 2019. – № 3 (2). – P. 55–70. doi 10.29366/2019tlc.3.2.4.

References

1. Zavgorodnyaya P. M. Experts or Infogypsies: How Bloggers Sell Their Courses on Instagram. *Sotsiodigger = Sociodigger*. 2021;2,5(10):42–44.
2. Romanova I. D. Features of Persuasive Advertising Texts. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki = Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2019;12(828):97–107.
3. Romanova A. A. PR Strategies of E. Blinovskaya as an Infogypsy. *Aktualnyye problemy aviatsii i kosmonavтики = Actual Problems of Aviation and Cosmonautics*. Krasnoyarsk: Siberian State University of Science and Technology named after acad. M. F. Reshetnev; 2023;3:1111–1113.

4. Sergeeva E. V., Vu Hong Ngoc. Features of Speech Impact in Online Advertising of Educational Services. *Medialingvistika = Medialinguistics*. 2021;8(1):71–82.
5. Skovorodnikov A. P., Korolkova E. A. Speech Tactics and Linguistic Means of Political Information and Psychological Warfare in Russia: Ethical and Pragmatic Aspect (Based on Novaya Gazeta). *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*. 2015;3(53):160–172.
6. Smirnova I. V. Discourse of technically mediated fraud: the genre “scam”. *Zhanry rechi = Speech Genres*. 2024;19,1(41):90–103. doi 10.18500/2311-0740-2024-19-1-41-90-103.
7. Stepanova E. V. Communicative strategies of argumentation in advertising of educational services. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2 = Bulletin of Volgograd State University. Series 2*. 2009;1(9):156–159.
8. Timofeeva O. I. Communicative strategies of argumentation in advertising of educational services. *Vestnik Omskogo universiteta = Bulletin of Omsk University*. 2011;1(59):147–151.
9. Shekhovtseva Ye. N., Kozhukhova I. V. Motivation of communicative strategies of manipulation in advertising. *Zhanry rechi = Speech Genres*. 2025;20,3(47):351–360. doi 10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-351-360. EDN ZJMCUD.
10. Yakimchuk A. A. Info-Gypsy discourse: speech genres, strategies, tactics (based on the Russian language). *Vzaimodeystviye vuzov, nauchnykh organizatsiy i uchrezhdeniy kultury v sfere zashchity informatsii i tekhnologii bezopasnosti = Interaction of Universities, Scientific Organizations, and Cultural Institutions in the Field of Information Protection and Security Technologies*. Moscow: Russian State Humanitarian University; 2022:69–83.
11. Popova K. V. Persuasion strategy in online social advertising. *Training, Language and Culture*. 2018;2(2):55–65. doi: 10.29366/2018tlc.2.2.4.
12. Romanova I. D., Smirnova I. V. Persuasive techniques in advertising. *Training, Language and Culture*. 2019;3(2):55–70. doi: 10.29366/2019tlc.3.2.4.

Информация об авторах

Е. Н. Шеховцева – доктор филологических наук, доцент;
И. В. Кожухова – кандидат филологических наук, доцент.

Information about the authors

E. N. Shekhovtseva – D. Sc. (Philology), Associate Professor;
I. V. Kozhukhova – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflicts of interest: the authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 28.11.2025; одобрена после рецензирования 19.12.2025; принята к публикации 22.12.2025.

The article was submitted 28.11.2025; approved after reviewing 19.12.2025; accepted for publication 22.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 69–76.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):69–76.

Научная статья
УДК 821.161.1.0

**ГАЙТО ГАЗДАНОВ В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР:
СИНТЕЗ РУССКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ ТРАДИЦИЙ В ПРОЗЕ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ ЭМИГРАЦИИ**

Ольга Геннадьевна Егорова¹, Елена Вениаминовна Кузнецова²✉

¹Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

²Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия

¹o.g.egorova@linguanet.ru

²lana_kouznetsova@mail.ru✉

Аннотация. Статья посвящена исследованию уникального вклада Гайто Газданова в литературу русской эмиграции первой половины XX века. Анализируется сложный процесс творческого усвоения писателем как русской классической традиции, так и новейших тенденций западноевропейской литературы, в первую очередь французской. Рассматривается полемика современной Газданову критики (Г. Адамовича, М. Слонима) вокруг проблемы «влияний» и его принципиального отличия от таких «прустианцев», как Ю. Фельзен. Подробно освещается активная роль Газданова в интеллектуальной жизни эмиграции, в частности его участие в «Франко-русской студии», что позволило ему не просто заимствовать, а вести равноправный диалог с европейской культурой. Доказывается, что, будучи глубоко сформированным в русском языке и литературе (Толстой, Достоевский, Чехов), Газданов сумел органично сочетать в своей художественной системе элементы французского морализма, экзистенциальной проблематики и модернистской поэтики, создав тем самым самобытный синтетический стиль. Авторы утверждают, что Газданов является не эпигоном, а полноправным представителем общеевропейского литературного процесса, чье творчество представляет собой «мост» между русской и западной культурными парадигмами.

Ключевые слова: Гайто Газданов, русская эмигрантская литература, «незамеченное поколение», французская литература, литературное влияние, интертекстуальность, билингвизм, «Франко-русская студия», экзистенциализм, модернизм, Г. Адамович, Ю. Фельзен, творческий синтез

Для цитирования: Егорова О. Г., Кузнецова Е. В. Гайто Газданов в диалоге культур: синтез русской и французской традиций в прозе первой волны эмиграции // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 65–76.

Original article

**GAITO GAZDANOV IN THE DIALOGUE OF CULTURES: SYNTHESIS
OF RUSSIAN AND FRENCH TRADITIONS IN the Prose of the First Wave of Emigration**

Olga G. Egorova¹, Elena V. Kuznetsova²✉

¹Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

²Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia

¹o.g.egorova@linguanet.ru

²lana_kouznetsova@mail.ru✉

Abstract. This article examines the unique contribution of Gaito Gazdanov to the literature of the Russian emigration in the first half of the 20th century. It analyzes the complex process of the writer's creative assimilation of both the Russian classical tradition and the latest trends in Western European, primarily French, literature. The study explores the debate among Gazdanov's contemporary critics (G. Adamovich, M. Slonim) regarding the problem of "influences" and his fundamental difference from such "Proustians" as Y. Felsen. The article highlights in detail Gazdanov's active role in the intellectual life of the emigration, particularly his participation in the "Franco-Russian Studio," which allowed him not merely to borrow from but to engage in an equal dialogue with European culture. The authors argue that, while being deeply rooted in the Russian language and literature (Tolstoy, Dostoevsky, Chekhov), Gazdanov managed to organically combine elements of French moralism, existential themes, and modernist poetics in his artistic system, thus creating an original synthetic style. It is asserted that Gazdanov is not an epigone but a full-fledged representative of the pan-European literary process, whose work serves as a "bridge" between Russian and Western cultural paradigms.

Keywords: Gaito Gazdanov, Russian émigré literature, "The Unnoticed Generation," French literature, literary influence, intertextuality, bilingualism, "Franco-Russian Studio," existentialism, modernism, G. Adamovich, Yu. Felsen, creative synthesis

For citation: Egorova O. G., Kuznetsova E. V. Gaito Gazdanov in the dialogue of cultures: synthesis of Russian and French traditions in the Prose of the First Wave of Emigration. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96): 65–76 (In Russ.).

Гайто Газданова принято считать одним из самых «французских» русских писателей. Формирование его творческой индивидуальности происходило в постоянном диалоге сразу с двумя традициями: с одной стороны, с русской классикой, с другой – с современной ему западноевропейской литературой, прежде всего французской. При совершенном владении французским языком писатель сознательно избрал русскую речь как основной инструмент художественного самовыражения, что свидетельствует о глубокой внутренней связи с национальной культурой. Г. Струве подчёркивал, что Газданов, оставаясь русским автором в эмиграции, выполнял важнейшую задачу русского зарубежья – не только хранить, но и развивать отечественное культурное наследие [10, с. 145]. Впитав французскую культуру, он не растворился в ней, а превратил её влияние в ресурс для усиления собственной оригинальности.

До завершения XX столетия имя Гайто (Георгия Ивановича) Газданова оставалось известным преимущественно ограниченному кругу ценителей. Его литературная биография складывается в контексте парижской эмиграции: в столицу Франции он прибывает в 1923 году, и по возрасту, и по типу художественных поисков, по справедливому замечанию М. Раева, принадлежит к «младшему», «незамеченному поколению» писателей русского зарубежья [11, с. 213]. В России устойчивый интерес к его прозе формируется прежде всего в эпоху «перестройки», когда читатель, уставший от канонов социалистического реализма, ищет новые художественные модели. С этой потребностью совпадает высокая эстетическая значимость творчества Г. Газданова, что и обеспечивает ему пересмотр и переоценку в современном литературоведении.

Г. Газданов значим не только как оригинальный прозаик, но и как фигура, наглядно демонстрирующая сложный характер взаимодействия культурных традиций. В его текстах можно обнаружить следы влияния М. Пруста и Ф. Кафки, Л. Толстого и Ф. Достоевского, однако разнонаправленные импульсы перерабатываются и соединяются в новую художественную систему. Феномен Газданова отражает общую ситуацию в эмигрантской литературе: если старшее поколение писателей стремилось максимально сохранить классические модели, то поколение молодое оказалось перед необходимостью активно адаптироваться к иной культурной среде и искать новый язык выражения.

В малой прозе Газданова особенно отчётливо прослеживается одна из важнейших тенденций литературы конца XIX – XX века – отход от строго очерченного реалистического пространства к его условным, абстрактным моделям. Схожие художественные стратегии можно увидеть у Ф. Достоевского (прежде всего в «Сне смешного человека»), у Л. Андреева, в пьесах Метерлинка и Брехта, у Кафки, Камю («Посторонний»), Сартра, а позже и в текстах научной фантастики и фэнтези, где пространство создаётся как экспериментальная площадка для проверки человеческого опыта.

Другой существенной тенденцией становится персонализация пространственно-временных форм, связанная с эволюцией индивидуальных стилей и самобытностью художественных концепций мироздания. Гайто Газданов – один из наиболее толерантных и гибких авторов по отношению к различным кодам культуры. Исследователь Е. Кузнецова полагает, что Газданов, свободно оперируя противоположными жанровыми моделями, не только обогащает палитру своего творчества, но и находит оригинальные художественные ходы, экспериментируя с развитием сюжетных линий [4, с. 220].

Как и у других мастеров психологической прозы – Л. Толстого, Ф. Достоевского, У. Фолкнера, Э. Хемингуэя, М. Пруста, у Газданова в центре внимания оказывается внутренняя жизнь человека. Эмоции и размышления персонажей становятся главным двигателем повествования, тогда как внешние события играют подчинённую роль. Сюжетный ряд в рассказах часто оказывается статичным: происходящее не приводит к радикальной трансформации характеров и отношений, не развёртывается по традиционной схеме «завязка – кульминация – развязка». Временная организация у Газданова воспроизводит устойчивый, замкнутый жизненный уклад, в котором перемены ощущаются как едва заметные сдвиги.

В этом смысле он следует и развивает линию, намеченную А. П. Чеховым, для которого незавершённость художественного времени стала важнейшей чертой новаторской эстетики. У Газданова подобная «открытость» временной перспективы доводится до ещё большей сложности: писатель сознательно использует время и пространство как тонкие художественные инструменты, позволяющие сопоставлять разные пласты реальности. Контрастируя различные временные планы и пространства, он выявляет уникальность единичного момента и одновременно стремится к выявлению универсальных законов человеческого существования.

Ранняя проза Газданова строится на импрессионистическом «схватывании» момента. Даже в самых дисгармоничных поступках и характерах его героев угадывается внутренняя, подчас скрытая, целостность.

К середине 1930-х годов в прозе Газданова утверждается приоритет стиля над сюжетом. Для поэтики этого периода характерны динамика и эстетическая многогранность, где фундаментальное значение приобретают образ автора и образ идеи. На сюжетном уровне акцент смещается с внешних событий на внутреннюю рефлексию персонажей. Сюжет усложняется переплетением различных пластов реальности, показанных через поток сознания героя, сочетаясь с бессюжетностью. Писатель активно обращается к философии экзистенциализма, исследуя проблемы одиночества, поиска смысла существования, противоречия бытия и сознания.

Метод «потока сознания», к которому активно обращается Газданов, связывает его с Прустом и русской психологической прозой, но у него этот приём приобретает собственное звучание. Характерные черты стиля писателя – стилистическая неоднородность, обилие аллегорий, реминисценций, ассоциативных переходов и символов. Тексты часто сохраняют фрагментарное

строение, однако отдельные фрагменты объединяются в надтекстовое целое, формируя новую художественную реальность.

В послевоенный период творчество Газданова претерпевает существенную эволюцию. Если в 1930–1940-е годы, наиболее продуктивные для писателя, его рассказы передавали ощущение разрушенности жизни и тотального одиночества, то в немногочисленных рассказах 1950–1960-х годов на первый план выдвигается идея ценности человеческого существования. Поздние рассказы отличаются стройной композицией, психологической глубиной характеров, отсутствием былой фрагментарности.

Произведения Газданова сложно поддаются однозначной стилистической классификации – в них сочетаются черты русского символизма и неореалистические традиции западной литературы. Показывая человека в переломные моменты его жизни на фоне исторических событий, писатель раскрывает весь драматизм эпохи через судьбу отдельной личности.

Фигура Газданова в системе литературы русского зарубежья является одним из ярчайших примеров продуктивного диалога культур. Г. Струве справедливо противопоставляет старшее поколение эмигрантов (И. Бунин, И. Шмелёв и др.), которое стремилось максимально сохранить классическое наследие, и «младшее, незамеченное поколение», к которому относится Газданов и которое оказалось перед задачей интеграции в чужую культурную среду и выработки нового художественного языка [10, с. 235]. Вопрос о степени влияния западноевропейской литературы, прежде всего французской, на творчество русских эмигрантов становился одной из центральных тем критики. А. М. Ремизов отмечал, что появление «молодых писателей с западной закваской» стало возможным именно в эмиграции, где европейская литература воспринималась непосредственно, а не через посредство русской традиции [10, с. 235].

Однако судьба этих писателей сложилась по-разному: одни, как Ю. Фельзен или, в ином ключе, Б. Поплавский, сознательно следовали курсом европейского модернизма, другие искали свой путь. Гайто Газданов, чьё творчество нередко характеризовалось критикой как находящееся под сильным «очарованием» французской литературы, сумел избежать прямого подражания, осуществив глубокий и оригинальный синтез двух мощных культурных традиций.

В его ранних произведениях, действительно, заметна двойственность: с одной стороны, явное «очарование» европейской традицией (прежде всего прозой Пруста), с другой – стремление к самостоятельности в изображении. Современники в целом сходились во мнении, что в прозе Газданова чувствуется «французский дух». М. Слоним в 1930 году писал, что писатель явно увлечён современной французской литературой, его привлекают её лёгкость, изящество и внешняя элегантность; ритм фразы Газданова напоминает французский роман [8, с. 446]. Г. Адамович подчёркивал интерес писателя к исследованию разрыва между «быть» и «казаться», что сближало его с французскими моралистами [1, с. 156].

Однако уже при жизни Газданова критики осознавали его глубокое отличие от последовательных «прустианцев», подобных Юрию Фельзену. По наблюдению Г. Иванова, романы Фельзена представляли собой сознательную стилизацию под прустовский «внутренний монолог» и «поток сознания» с их сложными синтаксическими периодами и детализированным самоанализом, тогда как связь Газданова с французской литературой носила органический, творческий характер [3, с. 45]. Газданов не копировал технику, но усваивал и перерабатывал определённые философские и эстетические интуиции.

Ритм газдановской фразы, отмеченный М. Слонимом как «французский», – это не подражание, а органичное соединение русской психологической глубины с французской ясностью и отточенностью формы. Его знаменитые длинные периоды, «свободное дыхание» фразы, несут в себе не прустовскую изощрённость, а медитативную, почти музыкальную интонацию. Л. Диенеш справедливо замечал, что Газданов стремился создать в русской литературе тип «интеллектуальной и медитативной прозы», который до него был слабо разработан, тогда как во французской и английской традициях он имел давнюю историю [2, с. 195].

Показательным примером творческого преломления «влияния» является использование Газдановым французской речи в своих текстах. Г. Адамович задавался вопросом, зачем писателю понадобилось включать французские реплики в диалоги героев и не говорит ли это о внутреннем недоверии к точности русской передачи [1, с. 156]. Е. Кузнецова предлагает более продуктивное объяснение: по её мнению, подобные вставки позволяют показать французских персонажей «изнутри», через их собственный язык, и тем самым передать их национальную ментальность [5, с. 95]. С. Кабалоти связывает этот приём с билингвальной и мультикультурной природой самого писателя: его художественное сознание формировалось одновременно на французской поэзии и русской песенной традиции [6, с. 224].

Исследователь А. Седых обращает внимание на принципиальное решение Газданова писать художественные произведения исключительно на русском языке, в отличие от некоторых представителей «первой волны» эмиграции (Н. Саррот, А. Труайя, Э. Триоле) [8, с. 203]. Даже документальный роман о движении Сопротивления «*Je m'engage à défendre*», изначально написанный по-французски, так и не был им опубликован, что подчёркивает внутреннюю приверженность русской речи как той среде, в которой осуществляется его творческий синтез.

Значимым фактором формирования творческого метода Газданова стала его активная деятельность в «Франко-русской студии» – особом интеллектуальном пространстве, созданном по инициативе М. Пеги и В. Фохта. Эта Студия стала местом интенсивного обмена идеями между русскими и французскими мыслителями и писателями, своеобразным лабораторным полигоном для культурного синтеза. Здесь проводились заседания, на которых обсуждались темы, одинаково важные для обеих культур: «Проблема Достоевского», «Достоевский и Запад», «Гуманистическое значение М. Пруста» и др. [12, р. 141]. Участие в дискуссиях требовало не только свободного владения французским языком, но и глубокого понимания философско-литературного контекста. Выступления Газданова отличались независимостью суждений и критическим отношением к устоявшимся интерпретациям. Так, в споре по поводу доклада Б. Зайцева о Достоевском он решительно отверг трактовку писателя как «пророка русской революции», подчеркнув, что главное его достижение – способность, будучи человеком не слишком образованным, найти слова, способные радикально изменить мировую литературу [12, р. 141].

Таким образом, «Франко-русская студия» стала для Газданова не местом пассивного усвоения западных идей, а полигоном для оттачивания собственной эстетической и философской позиции в диалоге с лучшими умами эпохи (среди участников были Н. Бердяев, И. Бунин, М. Цветаева, П. Валери, А. Моруа).

Синтез, осуществлённый Газдановым, не был механическим сложением «русского» содержания и «французской» формы. Он затрагивал самые глубокие уровни художественного мировоззрения. Сближаясь с французскими

моралистами в анализе дихотомии «быть и казаться», Газданов наполняет эту тему экзистенциальным содержанием, близким уже не столько классической традиции, сколько современным ему А. Камю и Ж.-П. Сартру. Его герои – это часто люди «на дне», таксисты, проститутки, клошары, чьё существование обнажено до фундаментальных основ. Как отмечал М. Раев: «Молодые писатели эмиграции “отошли от узкого понимания натурализма, всё чаще делая акцент на психологии отдельной личности, её реакции на чуждое и необычное окружение”» [11, с. 213]. В послевоенной прозе Газданова этот акцент усилился, появились произведения, целиком написанные на французские сюжеты с французскими героями, что свидетельствовало о полном погружении в иную культурную среду.

Газданов экзистенциален по самой сути своего опыта – опыта эмигранта, человека «без почвы», водителя ночного такси, наблюдателя изнанки жизни. Экзистенциализм Газданова, в противовес сартровскому, носит не столько философско-теоретический, сколько лирически-переживательный характер, коренясь не в абстрактных построениях, а в лично выстраданном опыте абсурда и отчуждения.

Именно это позволило А. Звереву поставить «Ночные дороги» Газданова в один ряд с «Тропиком Рака» Г. Миллера и «Путешествием на край ночи» Л.-Ф. Селина, видя в них не влияние, а «ядовитые цветы», выросшие «на одной и той же парижской почве» [7, с. 208].

Творческий путь Гайто Газданова – это путь глубокой творческой ассимиляции и синтеза. Находясь на перекрёстке русской и французской культур, он сумел избежать обеих крайностей: и консервативного изоляционизма, и полного растворения в западной традиции. Его проза – это уникальный сплав, где русская метафизическая глубина соединилась с французской аналитичностью и ясностью формы.

Газданов доказал, что быть «самым французским» русским писателем – не значит копировать, а значит глубоко понять и сделать частью своего художественного мира другую культуру, оставаясь при этом верным русскому языку и русскому литературному сознанию. В этом заключается его главный урок и непреходящее значение как «моста» между двумя великими культурными мирами.

Список источников

1. Адамович Г. Современные записки. Кн. 49. Часть литературная / Г. Адамович // Последние новости. – 1932. – 2 июня. – С. 156.
2. Диенеш Л. Русская литература в изгнании: Творчество Гайто Газданова / Л. Диенеш // Русская литература в эмиграции / под ред. Н. П. Полторацкого. – Питтсбург: Отделение славянских языков и литератур Питтсбургского университета, 1972. – С. 189–199.
3. Иванов Г. О творчестве Газданова и Фельзена / Г. Иванов // Числа. – 1933. – № 5. – С. 45–47.
4. Кузнецова Е. В. Поэтика прозы Гайто Газданова и закономерности ее развития в контексте традиций русской литературы первой трети XX века / Е. В. Кузнецова. – Астрахань: Издатель: Сорокин Роман Васильевич, 2012. – 244 с.
5. Кузнецова Е. В. Творчество Гайто Газданова: 1920–1950-е гг. – Астрахань: Астраханский университет, 2009. – 125 с.
6. Кабалоти С. М. Поэтика прозы Гайто Газданова 20–30-х гг. / С. М. Кабалоти. – Санкт-Петербург: Петербургский писатель, 1998. – 280 с.
7. Туниманова В. А. Литература русского городка на Сене / В. А. Туниманова // Русская литература. – 2004. – № 3. – С. 205–210.
8. Седых А. Далекое – близкое / А. Седых. – Нью-Йорк, 1963. – 256 с.

9. Слоним М. Литературный дневник. Два Маяковских. Роман Газданова / М. Слоним // Современные записки. – 1930. – № 5–6. – С. 445–447.
10. Струве Г. Русская литература в изгнании / Г. Струве. – Нью-Йорк : Изд-во им. Чехова, 1956. – 376 с.
11. Раев М. Россия за рубежом: История культуры русской эмиграции. 1919–1939 / М. Раев. – Москва : Прогресс-Академия, 1994. – 296 с.
12. Robert S. Rencontres, Cahier de la quinzaine. Soirées franco-russes / S. Robert, W. de Vogt. – Paris, 1929–1930. – 245 p.

References

1. Adamovich G. Contemporary Notes. Book 49. Literary Section. *Poslednie novosti* = *Latest News*. 1932; June 2:156.
2. Dienes L. Russian Literature in Exile: The Work of Gaito Gazdanov. *Russkaya literatura v emigratsii* = *Russian Literature in Emigration*. Ed. by N. P. Poltoratskiy. Pittsburgh: Department of Slavic Languages and Literatures, University of Pittsburgh; 1972:189–199.
3. Ivanov G. On the Work of Gazdanov and Felzen. *Chisla* = *Numbers*. 1933;5:45–47.
4. Kuznetsova E. V. *Poetika prozy Gayto Gazdanova i zakonomernosti ee razvitiya v kontekste traditsii russkoy literatury pervoy treti XX veka* = *Poetics of Gaito Gazdanov's Prose and Patterns of its Development in the Context of Russian Literary Traditions of the First Third of the 20th Century*. Astrakhan: Publisher: Sorokin Roman Vasilevich; 2012:244 p.
5. Kuznetsova E. V. *Tvorchestvo Gayto Gazdanova: 1920–1950-e gg.* = *The Work of Gaito Gazdanov: 1920^s–1950^s*. Astrakhan: Astrakhan State University; 2009:125 p.
6. Kabaloti S. M. *Poetika prozy Gayto Gazdanova 20–30-kh gg.* = *Poetics of Gaito Gazdanov's Prose of the 1920^s–30^s*. St. Petersburg: Peterburgskiy pisatel; 1998:280 p.
7. Tunimanova V. A. Literature of the Russian Town on the Seine. *Russkaya literatura* = *Russian Literature*. 2004;3:205–210.
8. Sedykh A. *Dalekie – blizkie* = *The Distant and the Close*. New York; 1963.
9. Slonim M. Literary Diary. Two Mayakovskys. Gazdanov's Novel. *Sovremennye zapiski* = *Modern Notes*. 1930;5–6:445–447.
10. Struve G. *Russkaya literatura v izgnanii* = *Russian Literature in Exile*. New York: Chekhov Publ. House; 1956.
11. Raef M. *Rossiya za rubezhom: Istoriya kultury russkoy emigratsii. 1919–1939* = *Russia Abroad: A History of Russian Emigré Culture. 1919–1939*. Moscow: Progress-Akademiya; 1994:296 p.
12. Robert S., Vogt W. de. *Rencontres, Cahier de la quinzaine. Soirées franco-russes* = *Encounters, Notebook of the Fortnight. Franco-Russian Evenings*. Paris; 1929–1930 ; 245 p.

Информация об авторах

О. Г. Егорова – доктор филологических наук, профессор, директор Проектного офиса международного сотрудничества, профессор кафедры отечественной и зарубежной литературы, профессор кафедры переводоведения и практики перевода английского языка;

Е. В. Кузнецова – кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой романо-германской филологии.

Information about the authors

O. G. Egorova – D. Sc. (Philology), Professor, Director of the Project Office for International Cooperation, Professor of the Department of Russian and Foreign Literature, Professor of the Department of Translation Studies and Practice of English Translation;

Е. V. Kuznetsova – Cand. Sc. (Pedagogy), Associate Professor, Head of the Department of Romance-Germanic Philology.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflicts of interest: the authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 01.12.2025; одобрена после рецензирования 22.12.2025; принята к публикации 23.12.2025.

The article was submitted 01.12.2025; approved after reviewing 22.12.2025; accepted for publication 23.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 77–85.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):77–85.

Научная статья
УДК 82-1/29

**«В ЧЁРНОЙ ОГЛОБЛЕ И СБРУЕ»:
КОНЦЕПТ «КОНЬ» В ПОЭЗИИ ВЕЛИМИРА ХЛЕБНИКОВА**

Елена Евгеньевна Завьялова¹, Эльдар Дарханбекович Кайжигитов^{2✉}

Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, Астрахань,
Россия

¹zavyalovaelena@mail.ru

²ekayzhigitov.99@yandex.ru[✉]

Аннотация. Статья посвящена комплексному изучению концепта «конь», который рассматривается как один из ключевых элементов мифопоэтической системы Велимира Хлебникова. Актуальность проведённого исследования обусловлена устойчивым интересом современной филологии к концептному анализу и к поэтике русского авангарда, в частности, к механизмам формирования индивидуально-авторских смыслов в поэзии Председателя Земного шара. Цель работы состоит в выявлении семантического, мифологического потенциала образа коня, звукословесной выразительности лексемы «конь». Материалом исследования послужили стихотворные тексты Велимира Хлебникова («Скифское», «Ночь в окопе», «Дети выдры», «Зангези» и др.), а также его теоретические работы о языке. Доказано, что образ коня у Председателя Земного шара восходит к индоевропейской и славянской мифологической традиции, где он выступает посредником между мирами живых и мёртвых, символом солнца, огня, неба, движения и жертвенного начала. Особое внимание уделяется мотивам войны, смерти и перехода в иной мир, в контексте которых конь приобретает функции проводника, становясь спутником человека в состояниях пограничного бытия. Важным результатом исследования является раскрытие связи концепта «конь» с хлебниковской философией языка: звуковое сближение слов «конь» и «конец» интерпретируется как отражение идеи покоя, завершённости и прекращения движения. Одновременно конь осмысливается как метафора творческого труда поэта, преобразующего мир словом. В заключение делается вывод о многослойности и универсальности искомого концепта, который объединяет мифологические, культурные и индивидуально-авторские смыслы, раскрывает фундаментальные принципы поэтики Велимира Хлебникова.

Ключевые слова: Велимир Хлебников, концепт, конь, символика, смерть, солнце, звукобуквенный

Для цитирования: Завьялова Е. Е., Кайжигитов Э. Д. «В чёрной оглобле и сбруе»: концепт «конь» в поэзии Велимира Хлебникова // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 77–85.

Original article

**“IN THE BLACK SHAFT AND HARNESS”:
THE CONCEPT OF “HORSE” IN THE POETRY OF VELIMIR KHEBNIKOV**

Elena E. Zavyalova¹, Eldar D. Kayzhigitov²

Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russia

¹zavyalovaelena@mail.ru

²ekayzhigitov.99@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to a comprehensive study of the concept of the “horse”, which is examined as one of the key elements of Velimir Khlebnikov’s mythopoetic system. The relevance of the research is обусловлена the sustained interest of contemporary philology in conceptual analysis and in the poetics of the Russian avant-garde, in particular in the mechanisms of forming individual authorial meanings in the poetry of the Chairman of the Globe. The aim of the study is to reveal the semantic and mythological potential of the image of the horse, as well as the sound-semantic expressiveness of the lexeme kon’ (“horse”). The research material consists of Khlebnikov’s poetic texts (“Scythian,” “Night in the Trench,” “The Otter’s Children,” “Zangezi,” etc.), as well as his theoretical works on language. It is demonstrated that the image of the horse in the works of the Chairman of the Globe goes back to the Indo-European and Slavic mythological tradition, where it functions as a mediator between the worlds of the living and the dead and as a symbol of the sun, fire, sky, movement, and the sacrificial principle. Special attention is paid to the motifs of war, death, and transition to the otherworld, within the context of which the horse acquires the functions of a guide, becoming a companion of humans in states of liminal existence. An important result of the study is the elucidation of the connection between the concept of the “horse” and Khlebnikov’s philosophy of language: the phonetic proximity of the words kon’ (“horse”) and konets (“end”) is interpreted as a reflection of the idea of rest, completion, and the cessation of movement. At the same time, the horse is understood as a metaphor for the poet’s creative labor, which transforms the world through the word. In conclusion, the article argues for the multilayered and universal character of the concept under study, which brings together mythological, cultural, and individual authorial meanings and reveals the fundamental principles of Velimir Khlebnikov’s poetics.

Keywords: Velimir Khlebnikov, concept, horse, symbolism, death, sun, sound-meaning

For citation: Zavyalova E. E., Kayzhigitov E. D. “In the black shaft and harness”: the concept of “horse” in the poetry of Velimir Khlebnikov. *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96):77–85 (In Russ.).

Владимир Хлебников нередко путешествовал вместе со своим сыном, будущим поэтом Велимиром Хлебниковым, по просторам Калмыцкой степи, показывая мальчику бескрайнее море тюльпанов, табуны сайгаков, однако особое восхищение у ребёнка вызывали лошади. Впоследствии будетлянин настолько проникся образом коня, что использовал это слово в своём творчестве более двухсот раз.

А. Парнис в заметке «Кони Пржевальского – дикие кони футуризма» отмечает, что ранние футуристы сопоставляли себя с дикими лошадьми Пржевальского, родиной которых была Центральная Азия, и это сравнение стало футуристическим знаком [6]. Так, в поэме «Любовь приходит страшным смерчем» В. Хлебников пишет о себе как о коне, «дробившем песка буруны»:

Я пел, ударив в струны,
То, как конь
Пржевальского,
Дробил песка буруны.
[9, с. 52]

В автобиографии Председатель Земного шара с гордостью отмечал, что в его жилах течёт «кровь запорожцев (Вербицкие), особая порода которых сказала в том, что Пржевальский, Миклухо-Маклай и другие искатели земель были потомками птенцов Сечи» [8, с. 327].

Значимость образа коня в творческом наследии В. Хлебникова подчёркивалась многими исследователями. Например, Д. Петровский вспоминает: «Рыцарская, дерзкая голова коня постоянно мерещилась Хлебникову, как символ, как герб нашего равнинного человека. Коньки на крышах домов, коньки на носках челнов поволжских ушкунников, “конек-горбунок”, кони в сказках, – конь был его “коньком”» [5, с. 157].

Р. В. Дуганов, в свою очередь, писал: «Конь вообще один из самых устойчивых и самых насыщенных хлебниковских символов... Чаще всего конь символизирует дикую вольную, стихийно-прекрасную природу...» [3, с. 208].

О значимости «конской» тематики свидетельствует также внедрение то-поса Конецарство («Война в мышеловке»), прообразом которого стали вольные и необъятные просторы Калмыкии:

Страну Лебедию забуду я
И неги трепетных Моревен.
Про Конецарство, ведь оттуда я,
Доверю звуки моей цеце.

[9, с. 462]

В произведении кони, позиционирующие себя как олицетворение мудрости, разумности и благородства, становятся мировыми судьями, благодаря которым человечество становится «лучше и небесней»:

Где конь благородный и чёрный
Ударом ноги рассудил,
Что юных убийца – упорный,
Жуя, станет жить, медь удил.
Где конь звероокий с волной белоснежной
Стоит, как судья у помоста,
И дышло везут колесницы тележной
Дроби злодеев и со ста.
И гривонос благородный
Свое доверяет копыто
Ладони покорно холодной,
А чья она – всеми забыто.
Где гривы – воздух, взоры – песни,
Все дальше, дальше от ням-ням!
Мы стали лучше и небесней,
Когда доверились коням.

[9, с. 463]

Конь занимает особое место в мировой истории: и мирная, и военная жизнь многих народов связана с этим животным – постоянным спутником, помощником и товарищем человека. Наиболее часто образ коня вводится у В. Хлебникова в контексте битвы и смерти.

В стихотворении «Скифское» кони «алчут боя»:

И жизнь иль смерть – любое,
И алчут кони боя.

[9, с. 52]

Там же:

И конь, чья ярь испытана,
Грозит врагу копытами.
Свирипооки кони,
И кто-то, кто-то стонет.

[9, с. 53]

Батальная сцена с участием боевого товарища описывается также в поэме «Ночь в окопе»:

Одни вскочили на хребты
И стоя борются с врагом,
А те за конские хвосты
Рукой держались бегом.
Оставив ноги в стремях,
Лицом волочатся в траве
И вдруг, чтоб удаль вспоминать,
Опять пануют на коне
Иль ловят раненых на руки
[9, с. 279];

чуть раньше:

По степи конница летела.
Как гости, как старинные знакомые,
Входили копы в крикнувшее тело.
А конь скакал...
[9, с. 278]

Рассматривая мотивирующие признаки концептов “horse” и «лошадь» / «конь» в кросскультурных концептуальных картинах мира, Ф. Ш. Бекмурзаева отмечает: «Лошадь (конь) в русской культуре в первую очередь является посредником между царством живых и царством мёртвых: конь одинаково считался детищем Белобога (стихия света) и Чернобога (стихия мрака), причём доброму богу посвящался белый конь, а злomu – чёрный» [2, с. 218]. В. В. Иванов упоминает, что в индоевропейской мифологии, к которой относятся и славянская, рассказывается о жертвоприношении богу коня, преимущественно белого [4, с. 545].

В «Детях выдры» скакун несёт умирающего всадника сквозь горы окровавленных тел в иной мир, выполняя функцию проводника:

И пал Кентал.
Но долго мчался наяву,
Прижав к коню свою главу,
С своим поникшим кистенём
И сумасшедшим уж конём.
И нёс его конь, обнажая резцы,
Сквозь трупы, сквозь сонмы смущённых людей,
И руссы схватили коней под уздцы,
И мчались на отмель, на парус ладей.
[9, с. 435]

Также спутником своего хозяина на смертном одре становится конь в эпосе «Зангези»:

Князь твой погибнет в огне
На белом прекрасном коне.
[9, с. 494]

В «Исторических корнях волшебной сказки» В. Я. Пропп пишет о старинном ритуале захоронения коней вместе с погибшими воинами, упоминая также важную функцию животного – перевозить мёртвых в мир иной. Именно поэтому в сказках конь часто является белым и невидимым.

Схожим функционалом обладает существо из скандинавской мифологии – конь верховного бога Одина Слейпнир, который, согласно исследованию британского фольклориста Х. Дэвидсон, перевозил души в Вальхаллу, обитель павших в бою воинов, и Хельхей, куда попадали души других. В стихотворении «В даль бежит вода...» конь, опустив поводья, бежит в мир, где «людеголосо поёт нежить»:

В даль бежит вода.
 Высоки тростники.
 Небо величаво.
 Конь опустил поводя.
 Взоры быстры и дики.
 На плечах небыль
 Дивной чары.
 Людеголовсо поет нежить.
 Мир быви небывь нежит...
 [9, с. 152]

В тексте угадывается аллюзия на реки смерти, фигурирующие, в частности в древнегреческой (Стикс, Лета и проч.), а также в славянской (Смородина) мифологиях. Обителю мёртвых, связанных с конём, становится также пустыня, ассоциирующаяся в мировой культуре со смертью, мучениями, гибелью:

Поводырём в пустыне грезной
 Для тех, кто молод и кто юн,
 Перелетали мира бездны
 Младокониерей табун.
 Их огнистая черта
 Так и реет, как мечта,
 Так и рвётся, словно птица,
 Словно праменей станица...
 [9, с. 128]

При описании табуна актуализируются ключевые мотивы, напрямую связанные с образом коня в славянской мифологии, – жара, огня, полёта, неба. В культуре славян образ коня тесно ассоциирован с почитанием солнца, согласно А. Н. Афанасьеву, «уже в Ведах представленным в образе человека, стоящего на золотой, блестящей колеснице, которую влекут по воздушным пространствам две, семь или десять крылатых, золотошерстных, ретивых кобылиц. Лучи солнечные уподоблялись вожжам или поводьям, накинутым на чудесных коней» [1, с. 20].

Через образ солнца конь выступает символом небесных божеств, поэтому нередко сопровождается эпитетом «небесный». Его связь с небом выражается также в ассоциациях со стихиями природы, птицами и звёздными светилами, которые соотносятся с культом плодородия. Конь служил священным атрибутом Свентовита – славянского бога света и изобилия. Благодаря солнцу, являющемуся небесным огнём, все проявления огненной стихии проецируются на мифологических коней. Достаточно вспомнить Сивку-бурку, у которой «из ноздрей пламя пышет, из ушей дым столбом валит». Огненный конь, по замечанию В. Я. Проппа, был посредником между двумя мирами.

Связь коня и смерти обусловлена у В. Хлебникова не только влиянием мифологических народных воззрений, но и его философией звуков. Статья будетлянина «О простых именах языка», датированная 1916 годом, описывает следующее значение буквы К: «К начинается или слова около смерти: колоть, (по) койник, койка, конец, кукла (безжизненный, как кукла), или слова лишения свободы: ковать, кузня, ключ, кол, кольца, корень, закон, князь, круг, или малоподвижных вещей: кость, кладь, колода, кол, камень, кот (привыкающий к месту). Закон и его книга вносят в страну покой, как и его источник: князь. Покой всадника дан конем; покой инока келией. Рабочему покой даётся концом работы. Частицы в камне не двигаются. Исчезновение движения – содержание К-имени; ему довольно близко действие сложения. Ограничивающий место край даёт красоту, кровь (скрытую), крысу (кроющееся существо)» [8, с. 119–120].

Звуковое сходство слов «конь» и «конец» актуализируется в стихотворении «Семеро»:

А если девичья конница
Бой окончит, успокоясь?
Страсти верен, каждый гонится,
Товарищ и друг,
Страсти верен, каждый гонится
Разрубить мечом их пояс...

[9, с. 92]

В стихотворении «Смерть коня» лирический субъект лишается устойчивой антропоморфной идентичности и представляется в виде метафорического образа белого коня:

Я – белый конь городов
С светлым русалочьим взглядом,
Невидящим глазом
Синим,
В черной оглобле и сбруе,
Как снежные струи,
Я бьюсь.

[9, с. 42]

Образ коня в упомянутом тексте выполняет сразу несколько функций, отсылая, с одной стороны, к традиционному символу жертвенности и служения, а с другой – актуализируя мотив отчуждения и «товаризации» тела, подчеркнутый прямым указанием на «продажу конского мяса»:

И даже
В продаже
Конского мяса
Есть «око за око»
И вера в пришедшего Спаса.
Грубеем
И тихо грубеем.
Где в кольцах оглобли говею,
Падая на земь бьющимся задом,
Кониной.

[9, с. 42]

Ветхозаветная формула «око за око» и упоминание в стихотворении образа Спасителя вводит христианский контекст, который, однако, лишён сакральности. Вера позиционируется как риторический остаток, не обладающий трансформирующей силой. Это подчёркивается строками «Грубеем / И тихо грубеем», в которых процесс духовного огрубления и умирания показан как неизбежный и незаметный. Обет, традиционно связанный с актом самопожертвования и спасения, в тексте парадоксально становится причиной гибели: «Так упаду / Убитым обетом», формируя образ религиозного, утратившего свою искупительную функцию.

Конь становится центральным образом в поэме «Жуть лесная», где он подвергается антропоморфизации. Текст строится на экфрасисе – действующий субъект помещает себя в позицию зрителя, смотрящего на портрет кисти художника П. Филонова:

Я со стены письма Филонова
Смотрю, как конь усталый, до конца
И много муки в письме у одного,
В глазах у конского лица.
Свирепый конь белком желтеет,
И мрак залит(ый) (им) густеет,
С нечеловеческою мукой

На полотне тяжёлом грубом
Согбенный будущей наукой
Дает привет тяжёлым губам.

[9, с. 89]

Отождествление лирического героя с конём, наделённым чертами человеческого лица и переживаниями, подчёркивает трагичность образа, который оказывается носителем «нечеловеческих» страданий.

Конь, испокон веков использовавшийся в сельском хозяйстве как неутомимый труженик, тесно связан у В. Хлебникова с образом поэта, вспахивающим, облагораживающим Землю своим творчеством. Метафорическое переосмысление фигуры словотворцев, которых лирических герой кормит овсом и сеном, поит студеной водой, встречаем в стихотворении «Ну, тащися, Сивка...», построенном на кольцовской реминисценции и обращённом к В. В. Маяковскому, – ему жмут «благородное копытце»:

Ну, тащися, Сивка
Шара земного.
Айда понемногу!
Я запрег тебя
Сохой звездною,
Я стегаю тебя

<...>

Ну, тащися, Сивка, по этому пути
Шара земного, – Сивка Кольцова, кляча Толстого.
Кто меня кличет из Млечного Пути?
[А? Вова!
В звезды стучится!
Друг! Дай пожму твоё благородное копытце!]

[9, с. 74]

Таким образом, концепт «конь» в творчестве Велимира Хлебникова представляет собой сложное многослойное образование, объединяющее мифологические, культурные и индивидуально-авторские смыслы. Семантическое поле концепта «конь» вербализуется посредством обширного числа репрезентантов: табун, конница, всадник, бой, сбруя, повод, смерть, жизнь и др. В поэтической системе будетлянина конь выступает не только зооморфным образом, но и знаковым посредником между мирами – живых и мёртвых, земного и небесного, реального и метафизического. Семантическое поле этого концепта формируется через устойчивые ассоциации с войной, смертью, солнцем, стихиями, полётом и творчеством.

Мифопоэтическая традиция, связывающая коня с переходом в иной мир и со стихией огня, получает у Хлебникова новое, звуко-смысловое обоснование: внутренняя форма слова «конь» сопрягается с идеей конца, покоя и прекращения движения. Образ коня оказывается не только носителем архаического мифологического содержания, но и отражением лингвофилософской концепции поэта, стремившегося раскрыть внутреннюю закономерность языка как живой системы.

В поэтическом мире Хлебникова конь символизирует одновременно разрушение и созидание: он несёт смерть и ведёт в иные миры, но также вспахивает «почву бытия», становясь метафорой творческого труда, движения и преображения. Через этот образ раскрывается основополагающий принцип хлебниковской поэтики – единство природного, языкового и космического начал, связывающих человека с универсальным миропорядком.

Список источников

1. Афанасьев А. Н. Поэтические воззрения славян на природу : в 3 т. / А. Н. Афанасьев. – Москва : Юрайт, 2020. – Т. 2. – 494 с.
2. Бекмурзаева Ф. Ш. Мифосимволическая составляющая анималистического концепта лошадь / конь в русской языковой картине мира / Ф. Ш. Бекмурзаева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2020. – № 22 (1). – С. 216–225.
3. Дуганов Р. В. Велимир Хлебников. Природа творчества / Р. В. Дуганов. – Москва : Советский писатель, 1990. – 38 с.
4. Иванов В. В. Мифы народов мира / В. В. Иванов. – Москва : Советская энциклопедия, 1980. – 1147 с.
5. ЛЕФ: Журнал Левого фронта искусств / под ред. В. Маяковского. – 1923. – № 1. – 258 с.
6. Парнис А. Е. Кони Пржевальского – дикие кони футуризма / А. Е. Парнис. – URL: https://www.ng.ru/ng_exlibris/2005-11-24/5_koni.html (дата обращения: 08.12.2025).
7. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки / В. Я. Пропп. – Москва : Азбука, 2024. – 544 с.
8. Хлебников В. Собр. соч. : в 6 т. / под общ. ред. Р. В. Дуганова. – Москва : Институт мировой литературы им. А. М. Горького РАН, 2006. – Т. 6, кн. 1: Статьи. Учёные труды. Воззвания. Открытые письма. Выступления. 1904–1922. – 451 с.
9. Хлебников Велимир. Творения / сост. В. П. Григорьев, А. Е. Парнис. Москва : Советский писатель, 1986. – 736 с.

References

1. Afanasev A. N. *Poeticheskie vozzreniya slavyan na prirodu: v trekh tomakh = Poetic Views of the Slavs on Nature: in 3 vols.* Moscow: Iurait Publ. 2020;2:494 p.
2. Bekmurzaeva F. Sh. Mythosymbolic Component of the Animalistic Concept "Horse" in Russian Linguistic Worldview. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin Kemerovo State University.* 2020;22(1):216–225.
3. Duganov R. V. *Velimir Khlebnikov. Priroda tvorchestva = Velimir Khlebnikov: The Nature of Creativity.* Moscow: Sovetskii Pisatel; 1990:38 p.
4. Ivanov V. V. *Mify narodov mira = Myths of Peoples of the World.* Moscow: Sovetskaya Entsiklopedia; 1980:1147 p.
5. *LYeF: Zhurnal Levogo fronta iskusstv = LEF: Journal of Left Front of Arts.* Ed. by V. Mayakovsky. Moscow: Gosizdat; 1923;1:258.
6. Parnis A. E. *Koni Przheval'skogo – dikiye koni futurizma = Przewalski's Horses – Wild Horses of Futurism.* URL: https://www.ng.ru/ng_exlibris/2005-11-24/5_koni.html (accessed: 08.12.2025).
7. Propp V. Ya. *Istoricheskie korni volshebnoy skazki = Historical Roots of Fairy-Tale Magic.* Moscow: Azbuka; 2024:544 p.
8. Khlebnikov V. *Sobranie sochineniy: v shesti tomakh = Collected Works: in 6 vols.* Ed. by R. V. Duganov. Moscow: Institute for Literary Studies, RAS. 2006;6(1):451.
9. Khlebnikov Velimir. *Tvoreniya = Works.* Comp. by V. P. Grigoriev, A. E. Parnis. Moscow: Sovetskiy Pisatel; 1986:736 p.

Информация об авторах

Е. Е. Завьялова – профессор, доктор филологических наук, заведующий кафедрой литературы;
Э. Д. Кайжигитов – старший преподаватель кафедры литературы.

Information about authors

E. E. Zavyalova – D. Sc. (Philology), Professor, Head of the Department of Literature at V.N. Tatishchev Astrakhan State University.
E. D. Kayzhigitov – Senior Lecturer of the Department of Literature.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Conflicts of interest: the authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 08.12.2025; одобрена после рецензирования 23.12.2025; принята к публикации 25.12.2025.

The article was submitted 08.12.2025; approved after reviewing 23.12.2025; accepted for publication 25.12.2025.

Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 86–94.
Humanitarian Researches. 2025;4(96):86–94.

Научная статья
УДК 82.09

**ДОМ И ДОРОГА: МИФОПОЭТИКА ПРОСТРАНСТВА
В ТЕТРАЛОГИИ Б. ЗАЙЦЕВА «ПУТЕШЕСТВИЕ ГЛЕБА»**

Александр Владимирович Млечко

Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия,
av_mlechko@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1329-8478>

Аннотация. В целях определения мифопоэтических характеристик пространственных и хронотопических констант культуры русской эмиграции «первой волны» автором были проанализированы основные символы и мифопоэтические образы романов Б. К. Зайцева в рамках традиционных мифологических парадигм. Эти константы представлены в крупнейшем романном цикле писателя – тетралогии «Путешествие Глеба» – в виде чётко структурированной системы символических комплексов, ведущими из которых выступают символы дома (рая) и дороги, претендующих в романной поэтике Зайцева на статус мифологем. Семантика пересечения пространств также представляет собой у Зайцева систему постепенно разворачивающихся смыслов – от классического образа перемещения по географическим реально-достоверным локусам (образа пути и путешествия) до образа «жизненного пути» или «пути самопознания». Фигура главного героя при этом рассматривается в парадигме героев-странников, ищущих свой путь и открывающих сакральные пространства памяти. «Путешествие Глеба» включается в широкий контекст мировой литературы – от «Божественной комедии» Данте Алигьери до «Жизни Арсеньева» И. А. Бунина.

Ключевые слова: пространство, путь, путешествие, локус, роман, тетралогия, мифопоэтика, символ, символическая фигура, мифологема, творчество Б.К. Зайцева, дом, дорога, странник, художественный образ, трансфер, хронотоп, память.

Для цитирования: Млечко А. В. Дом и дорога: мифопоэтика пространства в тетралогии Б. Зайцева «Путешествие Глеба» // Гуманитарные исследования. 2025. № 4 (96). С. 86–94.

Original article

**HOME AND THE ROAD: THE MYTHOPOETICS OF SPACE
IN B. ZAITSEV'S TETRALOGY "THE JOURNEY OF GLEB"**

Aleksander V. Mlechko

Volgograd State University, Volgograd, Russia, av_mlechko@volsu.ru,
<https://orcid.org/0000-0003-1329-8478>

Abstract. In order to determine the mythopoetic characteristics of the spatial and chronotopic constants of the culture of the first wave of Russian emigration, the author analyzed the main symbols and mythopoetic images of B. K. Zaitsev's novels within the framework of traditional mythological paradigms. These constants are presented in the writer's largest novel cycle, the tetralogy "The Journey of Gleb," as a well-structured system of symbolic complexes, with the symbols of home (paradise) and the road serving as the leading symbols in Zaitsev's novel poetics. The semantics of space intersection is also a system of gradually unfolding meanings in Zaitsev's work, from the classical image of moving through real-life geographical locations (the image of a journey) to the image of a "life journey" or a "journey of self-discovery." The protagonist's figure is viewed within the paradigm of wandering heroes who seek their own path and discover the sacred spaces of

memory. "Gleb's Journey" is included in the broad context of world literature, from Dante Alighieri's "Divine Comedy" to Ivan Bunin's "The Life of Arsenyev."

Keywords: space, path, journey, locus, novel, tetralogy, mythopoetics, symbol, symbolic figure, mythologeme, creativity of B. K. Zaitsev, house, road, wanderer, artistic image, transfer, chronotope, memory

For citation: Mlechko A. V. Home and the Road: The Mythopoetics of Space in B. Zaitsev's Tetralogy "The Journey of Gleb". *Gumanitarnyye issledovaniya = Humanitarian Researches*. 2025;4(96):86–94 (In Russ.).

Творчество Б. К. Зайцева удивительно органично вписалось не только в общую литературную повестку культуры русского зарубежья первой волны, но и заняло особое место в отечественной словесной традиции рядом с именами И. С. Шмелёва и И. А. Бунина, мифопоэтический потенциал творчества которых давно стал объектом многочисленных литературоведческих исследований. В эмиграции увидели свет (помимо повестей, рассказов и очерков) такие романы Зайцева, как «Золотой узор», «Дом в Пасси» и «Путешествие Глеба». Последний представляет собой тетралогия, к которой входят четыре романа, создаваемые Зайцевым в течение чуть менее двадцати лет: «Заря» (1937), «Тишина» (1948), «Юность» (1950) и «Древо жизни» (1953). Тетралогия считается вершинным романом Зайцева, книгой, в которой пересеклись ведущие темы и мотивы его творчества, с новой силой и отчётливостью зазвучали основные авторские идеи, по-новому раскрылись, казалось бы, хорошо знакомые метафоры и образы.

«Путешествие Глеба» представляет собой «художественную автобиографию» Зайцева, глубоко личностный рассказ об особом жизненном выборе героя, проходящего путь, уготованный многим русским изгнанникам первой трети XX века. Явственную близость главного героя автору отмечали ещё эмигрантские критики. Так, Георгий Адамович в сборнике «Одиночество и свобода» писал, что «"Путешествие Глеба" и другие повести... лишены формальных автобиографических признаков. Автор вправе утверждать, что в них всё выдуманно, сочинено, и нам на такое утверждение нечего было бы ему возразить. Но никакими доводами не убедит он нас, что в этих повестях ничего личного нет, как не убедил бы нас в том же самом и Бунин по отношению к "Жизни Арсеньева"» [1, с. 73].

«Путешествие Глеба» не имеет жёсткой сюжетной структуры. В тетралогии мы видим историю жизни и странствий Глеба, сначала мальчика, погруженного в неспешное бытие русской провинции, затем отрока-гимназиста, юноши-студента и, наконец, эмигрантского писателя, размышляющего о пройденном вместе со многими «русском пути». Тетралогия поделена в соответствии с этапами этого пути, каждый из которых ограничен хронологическими рамками. В «Заре» рассказывается о детских годах героя, сына инженера, заведующего рудниками Мальцовских заводов. Во второй книге — об отроческих годах Глеба, вынужденного расстаться с родным именем, где прошли его райские детские дни, и переехать в Калугу учиться сначала в гимназии, а потом — в реальном училище. В третьей части перед нами предстаёт картина возмужания Глеба, его поисков себя в этой жизни. В «Древе жизни» рассказывается о жизни Глеба и его близких в послереволюционной России, о начале эмигрантского бытия героя, пытающегося вновь обрести незримый «град Китеж» — утраченное Отечество. И тем не менее зайцевский нарратив здесь монолитен и синкретичен. Мифопоэтическое единство сюжета, архитектоники, образов и идей тетралогии создать целостную картину бытия, угасания и возрождения русского Космоса, пропущенную через онтологическое Я Глеба — Бориса Зайцева.

Мифопоэтика «Путешествия Глеба» и мифопоэтика «Жизни Арсеньева» имеют много общих черт в силу универсальности и архетипичности их хронотопа и системы образов: «В каком-то смысле "Путешествие Глеба", особенно

две первые части его – pendant к “Жизни Арсеньева” Бунина, и именно потому на этих вещах особенно ясно обнаруживается разница и писательского существа, и писательской манеры обоих» [6, с. 265]. Действительно, оба текста представляют собой историю инкрементальных утрат. Начинается всё с потери «родового гнезда», а заканчивается утратой Отечества – при этом связь этих потерь никогда не утрачивала своего явного символизма. У Зайцева мифопоэтический образ «пути потерь» отчётливо инкрустируется сменой главным героем «родовых гнезд» (Усты, Будаки, Людиново, Прошино), мифопоэтический потенциал образа которых явственно отсылает к архетипическому символу рая или райского сада: «Так, уже на первых страницах возникает образ прекрасного Божьего мира, в котором живёт маленький человек “райского возраста”, не знающий ещё горести и страданий. Это изначальная гармония, красота, чистота, напоминающая о райских кущах. Детство ребёнка – детство человечества, времени пребывания человека в Эдеме, и в ребёнке Глебе как бы пробуждается родовая память человечества» [4, с. 99].

Действительно, самые первые строки «Зари» погружают нас в первозданное, райское, *космическое* бытие маленького Глеба, ощущающего свою онтологическую сопричастность миру. И нет ничего удивительного в том, что сама «ткань» этого мира инкрустируется Зайцевым всё той же символикой *дома и сада*: «Двухэтажный барский дом, каменный, с деревянной пристройкой. Июньское утро, ничем от других не отличающееся – для всех, но не для некоего маленького человека. Вставши, умывшись, в деревенской своей курточке стоит он на галерейке стеклянного второго этажа – просто на минуту приостановился, прежде чем спускаться в сад пить чай. <...> Всё это так, и всё не раз видано. Но сегодня... Какой невероятный, ослепительный свет, что за жаворонки, голубизна неба, горячее, душистое с лугов веянье... Кажется, что сейчас задохнешься от ощущения счастья и рая – да, конечно, рай и пришёл из Высоцкого заказа, или ещё дальше из-за него, в световых волнах, в блаженстве запахов и неизъяснимом чувстве радости бытия. Благословен Бог, благословенно имя Господне! Ничего не слыхал ещё ни о рае, ни о Боге маленький человек, но они сами пришли, в ослепительном деревенском утре...» [3, с. 27].

При этом к мальчику приходит и осознание потери этого райского существования, конца этого пути, греха и смерти (образом-медиатором, согласно Клоду Леви-Строссу, здесь выступает образ охоты): «Дико-сумрачно шумит осенний ветер! В лете ворон – ухабами – в пустынности поля за парком, в дальних лесах – Чертоломе, Дьяконовом косике, в горестном благоухании октябрьском терпкая, пронзительная прелесть. Ветер обдувает детское лицо. Мальчик скитался в одиночестве, странно стремясь к убийствам... волнуясь, подкрадываясь. Что это? Для чего? Какой зов крови, греха? Кто не испытал охотничьей страсти, не знает темных её корней. Глеб не выносил грубости и жестокости. С ужасом видел, как пьяные мужики бьют жён, как дерутся сами на Успенье или на Славящую. <...> И с восторгом, почти сладострастным, смотрел, как с липового сука падает застреленная им ворона, или дрозд судорожно дергает лапой, а глаз его предсмертно затягивается – сероватой пленкой» [3, с. 41]. «Тёмные корни» греха – буквально через несколько страниц – протягиваются в сознании героя и к факту неизбежной смерти горячо любимых им родных, факту, потенциальная реальность которого бросает на соразмерность русского Космоса тень трагического фатализма: «Все умрем, все, одни раньше, другие позже! И мать умрёт, и её тоже положат на этот погост. Да, но без мамы... Он ощутил вдруг такой приступ отчаяния, что будь тут она рядом, бросился бы к ней и зарыдал. <...> Боже мой... но ведь все умрут, и сама Соня...» [3, с. 44].

Мифопоэтическая и символическая двойственность образа жизненного пути / путешествия в «Заре» аккумулируется в совершенно определённом хронотопе – это Рождество в селе Усты: «А в сочельник, пред вечером, Лота и мать, бородатый Дед, отец, плотно запрут двери, начнут ёлку убирать, сколько звёзд, коробочек, рыбок, сияющих шариков, а главное: сколько свечей! – красных, белых, зелёных. В щель на полу из угловой детской, где живут Лиза и Соня-Собачка, виден свет. Вот счастливые, кто убирает елку! Но и те, кто дожидается, тоже счастливые. Долго их не пускают, а уж когда откроют двери, точно царские врата отверзлись. Дети даже останавливаются на пороге, такое сияние, струение тепла и света, смешанный запах ёлки, тающих свечей, свежести...» [3, с. 56]. Мифопоэтическое пространство «райского бытия» структурируется и целом рядом охранительных архетипических образов, например, Церкви и Младенца Иисуса: «Давным-давно вся уж Россия с океанами лесов своих, полей, степей Младенца приняла. <...> Младенец рождается и приходит. Сквозь вековой сон и тьму на мгновение просыпается мир, улыбается» [3, с. 56]. Образ Младенца Иисуса обеспечивает сакральную гомогенность этому пространству. Как пишет К.-Г. Юнг, «смысл всех объединяющих символов связан со спасением. <...> “Младенец” – это символ целостности, охватывающий глубинные начала природы» [9, с. 105, 108]. Но указанная выше амбивалентность сохраняется и здесь. Сакральный покой Рождества быстро сменяется праздничным разгулом, причём мифосимволика этой смены выступает трансфером идеологем, связанных с русской революцией. Так, если в начале тетралогии повествователь просто фиксирует эту двойственность народной ментальности, то в «Древе жизни» «революционный праздник» приводит к потере не столько географического, сколько метафизического «тела» России: «Поезд постоял, постоял, да и двинулся.

– Мама, теперь Россия кончается?

Элли лежала на нижнем диване, тоже в изнеможении.

– Кончается. А что?

– Нет, радость моя, ничего.

Таня вышла в коридор. В сквозняке покачивались её косички. Ленточки на концах трепетали. В руке у неё были две незабудки, остатки того, что им поднесли на вокзале. Она постояла у открытого окна и возвратилась. Незабудок не было больше в её руке.

– Россия теперь кончилась, – сказала она. И отвернулась» [3, с. 475].

Таким образом зайцевская мифопоэтика пространства получает ту структурную рамку, внутри которой символ Дома сменяется символом Дороги, что, безусловно, характерно для «кризисных эпох» с их лиминальными культурными паттернами: «Оппозиция дом-дорога имеет место и в стабильные эпохи. Однако в этом случае ценности дома преобладают. Дом означает некое, исключающее хаос сакральное пространство. Это символ включённости человека в пространство, связи с ним. Дом можно представить одним из значимых элементов традиционной и, даже точнее, архаической картины мира. <...> “Дом” – свидетельство сотворённого пространства, преобразования природы в культуру. Возникновение дома в архаической культуре придаёт миру пространственный смысл в том случае, что с помощью возведения дома мир становится организованным, упорядоченным» [7, с. 284]. Кризисные эпохи, напротив, активизируют иные архетипы, например мифопоэтическую фигуру странника: «Героям неподвижного, замкнутого *Iocus*’а противостоят герои открытого пространства. <...> Такова логика переходности. Дорога – это стихия передвигающегося в пространстве человека, т. е. странника. Однако ориентация на дорогу скрывает амбивалентное к ней отношение. Ведь передвижение в пространстве – не только движение к сакральной точке пространства, но и выпадение из стабильного существования, что оборачивается хаосом. Если поведение человека в доме регламентируется нормами,

то поведение человека в дороге не предполагает нормы. Иначе говоря, если всё, что связано с домом, представляет космос, то всё, что связано с дорогой, оказывается хаосом. Хаос означает отсутствие норм. В традиционной картине мира дорога соотносится с негативными значениями, в частности с представлениями о смерти, нечистой силе и т. д. С этой точки зрения его возвращение в дом оказывается невозможным» [9, с. 285].

Символическая фигура странника / изгнанника, будучи классическим образом «обрядов перехода», особым образом структурирует мифологические пространственные константы. Герой-странник действует в ситуации символического трансфера, когда поиск конкретной вещи превращается в поиск абстракции, ценность которой для героя определяется её внутренним соответствием на пути его самопознания и обретения идентичности (легенды о Граале и т. д.).

Глеб и является классическим примером такой фигуры странника, лиминальный статус которой позволяет пересекать не только географические, но и метафизические пространства. Разумеется, нельзя не учитывать не столько интертекстуальный, сколько архетипический фон перемещений между этими локусами. Так, отчётливая артикуляция в «Путешествии Глеба» «итальянского текста» позволяет сравнить мифопоэтику пространства в тетралогии Зайцева с иеротопией «Божественной комедии», в которой исторические и метафизические локусы представляют собой систему духовного пути главного героя: «Зайцевская мифологема “утраченного рая”, подобно бунинской, представляется синтезированной, включающей в себя многие глобальные составляющие, в том числе и представление о Доме-родине. Россия ушедшая, подобно ушедшему детству как невозвратимой эпохе, мифологизируется Зайцевым, на её изображение также ложится легендарный отблеск, ибо её историческое бытие окажется трагически изломленным и потому ещё более “заслуживающим” быть легендарно запечатлённым. В тетралогии создаётся яркий авторский миф о России ушедшей» [2, с. 116].

Со временем в тетралогии на первый план начинает выходить символический образ потерянного Дома, а сам Глеб на протяжении всего цикла находится в состоянии постоянного перехода, он всё время переезжает с одного места на другое, и каждый раз, оказываясь на новом месте, герой пытается воссоздать свой самый первый Дом, повторить ощущение космической целостности и полной гармонии с «тварным» миром, вернуть «утраченный рай». Поэтому и само состояние «пересечения пространств» воспринимается Глебом болезненно, он словно предчувствует свою последнюю утрату – потерю Отечества.

По мере развития сюжета образ пути или путешествия начинает приобретать ещё одно значение – жизненный путь. Герой мыслит этот путь как путь лишений – утраты Дома и потери близких. Так, вспоминая своё отрочество, Глеб говорит: «И отец, и мать, и Глеб, и другие совершали таинственно данный им путь жизни, приближаясь – одни к старости и последнему путешествию, другой к отрочеству и юности. Никто ничего не знал о своей судьбе. Глеб не знал, что в последний раз видит Людиново. Отец не знал, что через несколько лет будет совсем в других краях России. Мать не знала, что переживёт отца и увидит крушение всей прежней жизни. <...> Губернатор с бакенбардами окончил благополучно свою поездку. Всюду были исправники, становые. Всюду ему кланялись и принимали, как в Людинове. Искренно он полагал, что всюду внесёт порядок и благоденствие. В некоторой усталости от пути всё же не задумывался о том, что будет, и не мог себе представить, что через тридцать лет вынесут его больного, полупараличного, из родного дома в Рязанской губернии и на лужайке парка расстреляют» [3, с. 156].

Пытаясь возродить утраченное, Зайцев инкорпорирует героев в «пространство вечности», а именно в «сферу памяти», внутри которой ушедшему миру не грозит окончательное забвение, на застывшем пространстве которой время остановило разрушительный бег. Но спасение этого утраченного Космоса становится возможным лишь при условии, что образ пути обретает ещё одно значение – символическое. Это путь к себе, поиск себя в этом мире, путешествие вглубь собственного Я, путь самопознания. Зайцевский герой совершает движение не столько по пространству России, сколько по пространству собственной памяти и своей души. М. Мамардашвили, анализируя «психологическую топологию пути» в романе «В поисках утраченного времени» Пруста, закономерно замечает: «Итак, теперь мы имеем один из основных, сквозных образов мира Пруста, всего романа Пруста. А именно – образ путешествия особого рода, некоторого внутреннего путешествия, которое можно проделать, не совершая путешествия реального. <...> Чтобы закрепить этот образ внутреннего путешествия особого рода, я напому вам также Данте. Мы встречаем этот образ и у него, если посмотрим, конечно, на текст “Божественной комедии” глазами экзистенциальными, а не филологическими, не академическими. <...> Но я хочу несколько иначе посмотреть на текст и ухватиться за тот несомненный факт, что, кроме исторических и литературных значений, многозначные символы Данте имеют и символику внутреннего пути, лежащего в глубине души. По мысли Данте, в действительности Ад – в нашей душе и Рай – там же. Кстати, у Пруста появляется образ Рая как образ потерянного времени, равный образу Ада, и он часто, говоря о Рае, добавляет, что действительный рай – это рай потерянный» [5, с. 18–19].

И здесь опять мы видим чёткую артикуляцию «итальянского текста». Одной из центральных символических фигур «Путешествия Глеба» является фигура Данте, великого поэта и изгнанника, сыгравшего в жизни самого Зайцева очень большую роль. С образом великого итальянца многое связано и у самого изгнанника-Глеба, решающего перевести «Божественную комедию». В последнем романе цикла есть картина своеобразного «благословления» на предстоящий нелёгкий путь у подножия памятника великому флорентийцу: «Башенные часы пробили одиннадцать. Глеб допивал свой кофе. Шляпа его лежала рядом, Данте смутно белел в нескольких шагах. Над ним, как и над Глебом, стояли звёзды. И в этой тишине, чуть прерываемой иной раз одиночными шагами проходящего да негромкими словами камеръере, собиравшего и уносившего внутрь кафе столики – вдруг сверху медленно, винтообразно кружась в полёте несколько таинственным, спустилось голубиное перо, маленькое и лёгкое – село на плечо Глеба. Оно было почти невесомо. Оно было почти не вещь. Откуда пришло? Голуби спали. Сколько оно плавало, куда носил его тёплый ток? Но прилетело. Глеб снял его в некоем волнении. Данте безмолвно стоял. Данте был совершенно безмолвен» [3, с. 488–489]. То есть автобиографический герой уже не может свернуть с предначертанной ему дороги, он обязан пройти по ней до конца. После символического эпизода с пером ему суждено осуществить своё высокое предназначение «под знаком Данте», и Глеб это чувствует. Он сохраняет перо как напоминание о том, что ему пора совершить ещё одно путешествие, но это уже будет не очередная поездка по безграничным русским пространствам, а путешествие по хронотопическому континууму, воссозданному в памяти героя, пережитому им.

Поэтому в тетралогии перед нами не просто биография Глеба, сколько «биография России», пропущенная через внутреннее Я героя-автора. Тогда становится понятным и известное дистанцирование самого Зайцева от своего персонажа – в противном случае перед нами бы была сугубая (авто)биография, но никак не фиксация (метафизического) пути русского человека в условиях разрушающегося, но долженствующего быть восстановленным русского Космоса. Справедливость этого замечания подтверждает и сам

Зайцев, в самом крупном своём автобиографическом очерке «О себе» (1943) уточняющий: «...*внутренно* не оказывается ли *Россия* главным действующим лицом – тогдашняя её жизнь, склад, люди, пейзажи, безмерность её, поля, леса и т. п.? Будто она и на заднем плане, но фон этот, аккомпанемент повествования, чем дальше, тем более приобретает самостоятельности. И затем: Бог с ним с Глебом лично, но ведь он такой же (ребёнок, позже подросток, юноша), как тысячи других, значит, говорить о его исканиях цели жизненной, томлениях, сомнениях религиозных и пути приближения к Истине, о его попытках творчества и культе творчества – значит, говорить о человеке вообще. А это ведь, пожалуй, не так не нужно?» [3, с. 592].

Мифопоэтика пространства при моделировании образа «России-Китежа» в тетралогии Зайцева окрашивает страну в не просто «исторические», а в сакральные тона. Географический статус её пространства уступает место статусу сакральному, святому, православному. Зайцевым выстраивается православная картина мира, она фундируется целым рядом символических фигур, например, образ Данте. Но особое место среди них занимает образ Николая Чудотворца – почитание этого святого носит у Зайцева ярко выраженный автобиографический характер.

Николай Чудотворец в двух эпизодах тетралогии в буквальном смысле слова спасает Глеба и его семью. В «Древе жизни», во время страшной послереволюционной зимы, именно образок с изображением святого сохраняет Глебу жизнь: «Из этого-то давнего гнезда, с Земляного вала на Арбат, по Воронцову полю, мимо Хитрова рынка по солянке и влекла раз зимой, этой зимой 1922 года, Элли салазки с барахлишком <...>. Но это было одно только из ее странствий, одно из испытаний зимы. Странствовала она и за дровами, и с Глебом вместе на Воздвиженку за академическим пайком. Зимой возили муку, сахар, бараний бок на салазках, а весна подошла – на деревянной тележке со скрипучими деревянными же колесиками. Но главное, в этой весне была тяжкая болезнь Глеба: та самая, о которой писали матери в Прошино. Эта болезнь, когда тридцать суток Глеб лежал без памяти, в жару, когда, казалось, всё было потеряно и только Элли продолжала верить и бороться (в смертный час положила на грудь Глебу икону Николая Чудотворца и к утру он ожил) – болезнь эта и выздоровление стали в семье легендой и рассказывались друзьям долгие годы, всегда волнуя. Да и как мог не волновать рассказ о полуживом Лазаре, верую и любовь спасённом – никогда потом Элли не жалела свечей Николаю Угоднику, никогда не пропускала служб ему» [3, с. 451–452]. Здесь отчётливо звучит тема страданий, приводящая нас к ещё одному значению образа пути. Это жизненный путь как путь Страстей, Крестный путь.

Второй эпизод – это сцена чудесного спасения Сони-собачки и Климки, когда их, попавших в метель, вывел «вызванный» Сониной молитвой «в розвальнях старичок, лёгенький, вроде мужичка». Чудо было в том, что старичка, проехавшего через всю деревню на глазах её жителей, никто, кроме Сони и Климки, не видел – в этом случае идентификация героями «призрачного старичка» со св. Николаем, к которому была обращена молитва Собачки, есть признание символической власти божественного начала в пространстве автобиографического Космоса. Здесь мы видим репрезентацию символической фигуры «Божьего странника», выступающего, по терминологии В. Проппа, в качестве «волшебного помощника», обеспечивающего безопасность героям в ситуации «перехода»: «Появление странника в качестве “святого угодника”, Бога или Его пророка есть идентификация с источником высшей санкции. Это уже не простая апелляция к Богу... Здесь прибавляется элемент власти, идентификации с источником власти» [8, с. 437]. Симптоматично, что эти образы на страницах тетралогии идут в тесном единстве с ещё одной очень важной для зайцевской мифопоэтики символической фигурой –

св. Серафима Саровского. Этот синтез позволяет вписать в легендарную мифологическую картину мира не просто историю одной русской семьи, но и «метаисторию» России, обозначить направление Крестного пути уже всей страны.

Список источников

1. Адамович Г. Одиночество и свобода / Г. Адамович. – Москва : Республика, 1996. – 447 с.
2. Анисимова М. С. Мифологема «дом» и её художественное воплощение в автобиографической прозе русского зарубежья / М. С. Анисимова, В. Т. Захарова. – Нижний Новгород : Нижегородский гос. пед. ун-т, 2004. – 154 с.
3. Зайцев Б. К. Собр. соч. : в 5 т. / Б. К. Зайцев. – Москва : Русская книга, 1999. – Т. 4. – 624 с.
4. Козыро Л. А. Образ природы в тетралогии Б. Зайцева «Путешествие Глеба» / Л. А. Козыро // Проблемы изучения жизни и творчества Б. К. Зайцева. – Калуга : Граф, 2001. – Вып. 3. – С. 98–104.
5. Мамардашвили М. К. Лекции о Прусте (психологическая топология пути) / М. К. Мамардашвили. – Москва : Ad Marginem, 1995. – 548 с.
6. Струве Г. Русская литература в изгнании. – Paris : YMCA-PRESS, 1984. – 426 с.
7. Хренов Н. А. Культура в эпоху социального хаоса / Н. А. Хренов. – Москва : Едиториал УРСС, 2002. – 448 с.
8. Щепанская Т. Б. Культура дороги в русской мифоритуальной традиции XIX–XX вв. / Т. Б. Щепанская. – Москва : Индрик, 2003. – 528 с.
9. Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов / К. Г. Юнг. – Москва : Совершенство – Port-Royal, 1997. – 384 с.

References

1. Adamovich G. *Odinochestvo i svoboda = Loneliness and Freedom*. Moscow: Respublika; 1996:447 p.
2. Anisimova M. S., Zakharova V. T. *Mifologema "dom" i ee khudozhestvennoe voploshchenie v avtobiograficheskoy proze russkogo zarubezhya = The Mythologem "Home" and Its Artistic Embodiment in the Autobiographical Prose of the Russian Diaspora*. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State Pedagogical University; 2004:154 p.
3. Zaitsev B. K. *Sobranie sochineniy : v pyati tomakh = Collected Works: in 5 vols*. Moscow: Russkaya Kniga; 1999;5:624 p.
4. Kozyro L. A. The Image of Nature in B. Zaitsev's Tetralogy "The Journey of Gleb". *Problemy izucheniya zhizni i tvorchestva B. K. Zaitseva = Problems of Studying the Life and Work of B. K. Zaitsev*. Kaluga: Graf; 2001;3:98–104.
5. Mamardashvili M. K. *Lektsii o Pruste (psikhologicheskaya topologiya puti) = Lectures on Proust (Psychological Topology of the Path)*. Moscow: Ad Marginem; 1995:548 p.
6. Struve G. *Russkaya literatura v izgnanii = Russian Literature in Exile*. Paris: YMCA-PRESS; 1984;426 p.
7. Khrenov N. A. *Kultura v epokhu sotsialnogo khaosa = Culture in the Era of Social Chaos*. Moscow: Editorial URSS, 2002. 448 p.
8. Shchepanskaya T. B. *Kultura dorogi v russkoy miforitualnoy traditsii XIX–XX vv. = The Culture of the Road in the Russian Mythological and Ritual Tradition of the 19th and 20th Centuries*. Moscow: Indrik; 2003:528 p.
9. Jung C. G. *Dusha i mif: shest arkhetipov = The Soul and Myth: Six Archetypes*. Moscow: Sovershenstvo – Port-Royal; 1997:384 p.

Информация об авторе

А. В. Млечко – доктор филологических наук, профессор кафедры русской филологии и журналистики.

Information about the author

A. V. Mlechko – D. Sc. (Philology), Professor of the Department of Russian Philology and Journalism.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 02.12.2025; одобрена после рецензирования 23.12.2025; принята к публикации 25.12.2025.

The article was submitted 02.12.2025; approved after reviewing 23.12.2025; accepted for publication 25.12.2025.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Журнал включён в перечень изданий, утверждённых ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований по отраслям науки: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки); 5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки); 5.9.3. Теория литературы (филологические науки); 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки); 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки); 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки); 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Требования к публикуемым материалам: актуальность, высокий научный уровень, хороший стиль изложения. Статьи должны быть интересны достаточно широкому кругу читателей. Возможна публикация на английском языке. В журнале печатаются ранее не публиковавшиеся материалы.

Периодичность издания – 4 раза в год.

Объём публикаций – не более 0,5 п.л., гарнитура Arial, кегль 10, все поля по 2,5 см.

Справочный аппарат. В статьях используется система текстовых сносок в квадратных скобках с указанием номера источника в списке литературы и через запятую – страницы, например: [1, с. 10]. **Страницы указываются обязательно.** Источники в списке литературы располагаются в алфавитном порядке.

Образец оформления

1. Иванов И. И. Проблемы художественного слова. – Москва : Парус, 1990. – 456 с.
2. Петрова Г. В. Романтическая модель мира // Вопросы литературы. – 1997. – № 5. – С. 16–25.
3. Тихомирова Л. Н. «Ночная» поэзия как свертхтекст. – URL: <http://proceedings.usu.ru> (дата обращения: 12.04.2023).

На электронный адрес редакции просим направлять:

- текстовый файл со статьей;
- справку о проверке статьи в системе «Антиплагиат»;
- заключения экспертной комиссии и внутривузовской комиссии экспортного контроля (ВКЭК) о возможности открытого опубликования;
- согласие на обработку персональных данных.

Авторам необходимо предоставить справку о проверке статьи в системе «Антиплагиат», а также получить заключение экспертной комиссии (государственная тайна) и Заключение внутривузовской комиссии экспортного контроля (ВКЭК) о возможности открытого опубликования. При необходимости редколлегия журнала оставляет за собой право на дополнительную проверку текста статьи в системе «Антиплагиат».

Оплата публикации статьи производится автором только **после** получения от ответственного секретаря письма о том, что статья принята к публикации в очередном номере журнала.

Объём аннотации должен составлять от 200 до 250 слов.

Аннотации на английском языке должны быть информативными, содержательными, структурированными, компактными, оригинальными (не быть калькой русскоязычной аннотации), написаны качественным английским языком. В аннотации должны быть указаны предмет, тема, цель работы, метод или методология проведения работы, результаты работы, область применения результатов, выводы.

В **References** совершенно недопустимо использовать российский ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Не используются разделительные знаки, применяемые в российском ГОСТе («//» и «—»). Название источника и выходные данные отделяются от авторов и заглавия статьи типом шрифта, чаще всего, курсивом (*italics*), точкой или запятой.

Примеры:

1. Kulikov V. A., Sannikov D. V., & Vavilov V. P. Use of the acoustic method of free oscillations for diagnostics of reinforced concrete foundations of contact networks. *Defektoskopiya*. 1998;7:40–49.

2. Kaplin V. V., Uglov S. R., Bulaev O. F., Goncharov V. J., Voronin A. A., Piestrup M. A. Tunable, monochromatic x rays using the internal beam of a betatron. *Applied Physics Letters*. 2002;80(18):3427–3429.

К публикации принимаются статьи, оформленные в соответствии с ГОСТ Р 7.07.-2021 «Статьи в журналах и сборниках. Издательское оформление».

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

Гуманитарные исследования. 2025. № 1 (93). С. 80–90.
Humanitarian Researches. 2025;1(93):80–90.

Научная статья
УДК 811.161.1'373.21:2 (470.6)

ФОРМИРОВАНИЕ ЛУГАНСКИХ АГИОНИМОВ-ОЙКОНИМОВ КАК ЧАСТИ РУССКОГО САКРАЛЬНОГО ОНОМАСТИКОНА

Оксана Владимировна Шкуран Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия, oksana.shkuran@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0063-464X>

Аннотация. Предметом исследования выбраны национально-культурные особенности агιονимов-ойконимов Среднего Подонцовья, зафиксированные в этнографическом сборнике «Жизнь и творчество крестьян Харьковской губернии. Очерки по этнографии края» (1898), монографии «Исторические аспекты топонимов Луганщины» (2003), которые в диахронии иллюстрируют национально-культурные особенности ойконимов Луганщины. Изначально поселения назывались слободами, позже – сёлами, посёлками, городами, которые в большей степени сохранили православный смысл ойконимов. Цель работы – классификация агιονимов-ойконимов Среднего Подонцовья, содержащих религиозный сакральный смысл и названных в честь святых, церковных праздников. В исследовании применяются метод лингвистического описания, сбор, обработка и интерпретация материала, этимологический метод. Результаты работы могут быть использованы для составления более подробного историко-лингвистического описания агιονимов-ойконимов всех российских регионов, которые содержат сакральный смысл и отображают национально-культурные особенности топонимического словаря России, а также при проведении лингвокраеведческой работы в образовательных организациях. Ойконимы Среднего Подонцовья прошли несколько этапов онимизации, названия с религиозным содержанием населённые пункты получили в дореволюционный период. Такая тенденция характерна для российских ойконимов, поэтому Среднее Подонцовье Луганщины – это исконно российская этноязыковая и культурологическая территория, обладающая некоей целостностью, заселённая

в разные исторические периоды и сохраняющая опыт религиозной православной жизни предыдущих поколений.

Ключевые слова: агониим, ойконим, лингвокультурологическое поле, сакральный смысл, Луганщина, культурно-национальные особенности, Среднее Подонцовье

Для цитирования: Шкуран О. В. Формирование луганских агониимовойконимов как части сакрального ономастикона // Гуманитарные исследования. 2025. № 1 (93). С. 80–90.

Original article

FORMATION OF LUGANSK HAGIONYMS-OIKONYMS AS PART OF THE RUSSIAN SACRED ONOMASTICON

Oksana V. Shkuran Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia, oksana.shkuran@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0063-464X>

Abstract. The subject of the study is the national and cultural features of the hagionyms of the Middle Donets region, recorded in the ethnographic collection "The Life and work of peasants of Kharkov province. Essays on the ethnography of the region" (1898), monographs "Historical aspects of the toponyms of the Luhansk region" (2003), which diachronically illustrate the national and cultural features of the oikonyms of the Luhansk region. Initially, settlements were called settlements, later villages, towns, and cities, which largely preserved the Orthodox meaning of oikonyms. The purpose of the work is to classify hagionyms-oikonyms of the Middle Eastern region, containing a religious sacred meaning and named after saints, church holidays. The research methods chosen are the method of linguistic description, collection, processing and interpretation of material; etymological method. The results of the work can be used to compile a more detailed historical and linguistic description of hagionyms-oikonyms of all Russian regions, which contain a sacred meaning and reflect the national and cultural features of the toponymic dictionary of Russia; when conducting linguistic and local history work in educational organizations. The oikonyms of the Middle Donets Region went through several stages of onymization, and localities received names with religious content in the pre-revolutionary period. This trend is typical for Russian oikonyms, therefore, the Middle Eastern region of the Luhansk region is a native Russian ethnolanguage and cultural territory with a certain integrity, inhabited in different historical periods and preserving the experience of religious legal life of previous generations.

Keywords: hagionym, oikonym, linguistic and cultural field, sacred meaning, Luhansk region, cultural and national peculiarities, Middle Eastern region

For citation: Shkuran O. V. Formation of Lugansk Hagionyms-oikonyms as Part of the Sacred Onomasticon. *Gumanitarnyye issledovaniya* = *Humanitarian Researches*. 2025;1(93):80–90 (In Russ.).

ТЕКСТ СТАТЬИ

Список источников

1. Большой словарь русских пословиц / ред. В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина, Е. К. Николаева. – Москва : ОЛМА МЕДИА ГРУПП, 2010. – 1023 с.
2. Бугаева И. В. Агионимы в православной среде: структурно-семантический анализ / И. В. Бугаева. – Москва : РГАУ – МСХА им. К. А. Тимирязева, 2007. – С. 138.
3. Высоцкий В. И. Исторические аспекты топонимов Луганщины / В. И. Высоцкий. – Луганск, 2003. – 196 с.
4. Житие, иже во святых отца нашего Димитрия, митрополита Ростовского, чудотворца // Димитрий, митрополит Ростовский, святитель. Сочинения. – Москва, 1839. – Т. 1. – С. 2.
5. Жизнь и творчество крестьян Харьковской губернии. Очерки по этнографии края / под ред В. В. Иванова. – Харьков : Харьковский Губернский статистический комитет, 1898. – Т. 1. – 1012 с.
6. История Луганского края. – URL: <https://letopis.donbass-name.ru/istorijaluganskogo-kraja-glava-1-ocherki> (дата обращения: 20.01.2025).

7. Материалы для историко-статистического описания Екатеринославской епархии. Церкви и приходы за истекший XXVIII век : в 2 т. – Екатеринослав: Тип. Я. М. Чаусский, 1880. – Вып. 1–2.

8. Митрополит Филарета (Гумилевский). Историко-статистическое описание Харьковской епархии. – Харьков. 1857–1858. – URL: https://azbyka.ru/otechnik/Filaret_Chnigovskij/istoriko-statisticheskoe-opisanie-harkovskoj-eparhii/ (дата обращения: 10.01.2025).

9. Мозговой В. И. Уроки идеологизации онимного пространства / В. И. Мозговой// Ономастика Поволжья / науч. ред.: Е. Н. Бекасова, В. И. Супрун; сост.: П. А. Якимов. – Оренбург : Оренбургская книга, 2021. – С. 53–56.

References

1. *Bolshoy slovar russkikh poslovits = The Large Dictionary of Russian Proverbs*. Ed. by V. M. Mokienko, T. G. Nikitina, E. K. Nikolaeva. Moscow: OLMA MEDIA GRUPP; 2010:1023 p.

2. Bugaeva I. V. *Agionimy v pravoslavnoy srede: strukturno-semanticheskij analiz = Hagionyms in the Orthodox Environment: Structural and Semantic Analysis*. Moscow: Moscow Timiryazev Agricultural Academy; 2007:138.

3. Vysotskiy V. I. *Istoricheskie aspekty toponimov Luganshchiny = Historical Aspects of Toponyms of Lugansk Region*. Lugansk; 2003:196 p.

4. The Life of Our Sainted Father Dmitry, Metropolitan of Rostov, Wonderworker. Dimitrij, mitropolit Rostovskij, svyatitel. *Sochineniya = Works*. Moscow: 1839;1:2.

5. *Zhizn i tvorchestvo krestyan Kharkovskoy gubernii. Oчерки po ehноgrafii kraya = Life and work of peasants of the Kharkov province. Essays on the ethnography of the region*. Ed. By V. V. Ivanov. Kharkov: Kharkov Provincial Statistical Committee; 1898;1:1012 p.

6. *Istoriya Luganskogo kraya = History of the Lugansk region*. URL: <https://letopis.donbass-name.ru/istorija-luganskogo-kraja-glava-1-ocherki> (accessed: 20.01.2025).

7. *Materialy dlya istoriko-statisticheskogo opisaniya Ekaterinoslavskoy eparkhii. tserkvi i prikhody za istekshiy XXVIII vek = History of the Lugansk region*. URL: <https://letopis.donbass-name.ru/istorija-luganskogo-kraja-glava-1-ocherki> (accessed: 20.01.2025).

8. Mitropolit Filareta (Gumilevskiy). *Istoriko-statisticheskoe opisanie Kharkovskoy eparkhii = Historical and statistical description of the Kharkov diocese*. Kharkov; 1857–1858. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Filaret_Chnigovskij/istoriko-statisticheskoe-opisanie-harkovskoj-eparhii/ (accessed: 10.01.2025).

9. Mozhgovoy V. I. Lessons in the ideologization of the onimnogo space. *Onomastika Povolzhya = Onomastics of the Volga region*. Ed. by E. N. Bekasova, V. I. Suprun. Orenburg: Orenburgskaya kniga; 2021:53–56.

Информация об авторе

О. В. Шкуран – кандидат филологических наук, доцент, старший преподаватель кафедры иностранных языков.

Information about the author

O. V. Shkuran – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: the author declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 10.03.2025; одобрена после рецензирования 08.04.2025; принята к публикации 10.04.2025.

The article was submitted 10.03.2025; approved after reviewing 08.04.2025; accepted for publication 10.04.2025.

Реквизиты для оплаты публикаций

ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»

Адрес г. Астрахань, ул. Татищева, 20а

УФК по Астраханской области

(ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»
л/с 20256Ц14780)

ИНН 3016009269 / КПП 301601001

Банк: ОТДЕЛЕНИЕ АСТРАХАНЬ БАНКА РОССИИ

УФК по Астраханской области г. Астрахань

Единый казначейский счёт

№ 40102810445370000017

Казначейский счёт

№ 03214643000000012500

ОКТМО 12701000

ОГРН 1023000818554

БИК 011203901

Лицевой счет 20256Ц14780

Обязательно указывать назначение платежа: Ф. И. О. автора, название
и номер журнала.

**По всем возникающим вопросам авторы могут связаться
с ответственным секретарём журнала
Юлией Александровной Васильевой по e-mail: gis_00@mail.ru**

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ

Автор представляет в редакцию рукопись, оформленную в соответствии с правилами для авторов.

Представленная автором рукопись направляется по профилю научного исследования или по тематике рассматриваемых в рукописи вопросов на рецензию членам редколлегии соответствующей области научного издания, курирующим данную тематику, или экспертам – учёным и специалистам в данной области (докторам, кандидатам наук).

Рецензенты уведомляются о том, что присланные им рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению. Рецензентам не разрешается делать копии рукописей для своих нужд.

Рецензирование проводится конфиденциально. Рецензия носит закрытый характер и предоставляется автору рукописи по его письменному запросу, без подписи и указания фамилии, должности, места работы рецензента. Нарушение конфиденциальности возможно только в случае заявления рецензента о недостоверности или фальсификации материалов, изложенных в рукописи.

Рецензия может быть предоставлена по соответствующему запросу экспертных советов в ВАК РФ.

В случае положительной рецензии и рекомендации рецензентом материала к публикации рукопись и текст рецензии рассматриваются на заседании редколлегии. Наличие положительной рецензии не является достаточным основанием для публикации статьи. Решение о целесообразности публикации принимается редколлегией и фиксируется в протоколе заседания.

Если рецензент указывает на необходимость доработки материала, рукопись возвращается автору. В таком случае датой поступления в редакцию считается дата возвращения доработанной рукописи. Разъяснение нуждающихся в улучшении аспектов производится редакторами журнала на основании полученной рецензии.

Редколлегия информирует автора о принятом решении. Автору не принятой к публикации рукописи редколлегия направляет мотивированный отказ.

Оригиналы рецензий хранятся в редколлегии в течение пяти лет.

Не рецензируются:

- рецензии на научную литературу, опубликованные в разделе «Рецензии»;
- тексты выступлений на круглых столах;
- материалы, публикующиеся в разделе «Научная жизнь АГУ».

Статьи выражают точку зрения автора,
с которой редколлегия может не соглашаться.
Все материалы, поступающие в редколлегию журнала,
проходят независимое рецензирование.