7universum.com
UNIVERSUM:

ФИЛОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

UNIVERSUM: ФИЛОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Научный журнал

Издается ежемесячно с ноября 2013 года

Является печатной версией сетевого журнала

Universum: филология и искусствоведение

Выпуск: 11(89)

Ноябрь 2021

Москва
2021

УДК 008+70/79+80/82
ББК 71+80/85
U55

Главный редактор:

Лебедева Надежда Анатольевна, д-р филос. наук;

Члены редакционной коллегии:

Бобокалонов Рамазон Раджабович, канд. филол. наук;

Бревнова Юлия Александровна, канд. культурологии;

Жукоцкая Зинаида Романовна, д-р культурологии;

Карпенко Виталий Евгеньевич, канд. филос. наук;

Купцова Ирина Александровна, д-р культурологии;

Попов Дмитрий Владимирович, д-р философии по филол. наукам;

Чурилина Любовь Николаевна, д-р филол. наук;

Шаронова Елена Александровна, д-р филол. наук.

U55 Universum: филология и искусствоведение: научный журнал. – № 11(89).
М., Изд. «МЦНО», 2021. – 20 с. – Электрон. версия печ. публ. –
<http://7universum.com/ru/philology/archive/category/1189>

ISSN : 2311-2859

DOI: 10.32743/UniPhil.2021.89.11

Учредитель и издатель: ООО «МЦНО»

ББК 71+80/85

© ООО «МЦНО», 2021 г.

Содержание	
Искусствоведение	4
Изобразительное и декоративно-прикладное искусство и архитектура	4
ПЕЙЗАЖНОЕ ТВОРЧЕСТВО В.Ф. СТОЖАРОВА В КОНТЕКСТЕ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ МАСТЕРОВ «МИРА ИСКУССТВА»	4
Попов Алексей Валентинович	
Кино-, теле- и другие экранные искусства	6
АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА МАССОВОГО КИНО ДЛЯ ПОДРОСТКОВ, НА ПРИМЕРЕ СЕРИИ ФИЛЬМОВ «СУМЕРКИ»	6
Луговская-Бакланова Марианна Валентиновна	
Филологические науки	11
Литературоведение	11
Журналистика	11
ХЭШТЕГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	11
Лешук Сергей Валерьевич	
Наседкина Надежда Игоревна	
Языкознание	15
Языки народов Российской Федерации	15
(с указанием конкретного языка или языковой семьи)	
ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА УСТНОГО НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА	15
Ильясова Раиса Сайтхасановна	

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ И ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО
И АРХИТЕКТУРАПЕЙЗАЖНОЕ ТВОРЧЕСТВО В.Ф. СТОЖАРОВА В КОНТЕКСТЕ
ЭСТЕТИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ МАСТЕРОВ «МИРА ИСКУССТВА»*Попов Алексей Валентинович*

канд. искусствоведения,
 член Ассоциации искусствоведов (АИС),
 РФ, г. Москва
 E-mail: alespopov@yandex.ru

LANDSCAPE CREATIVITY OF V.F. STOZHAROV IN THE CONTEXT
OF THE AESTHETIC TRADITIONS OF THE MASTERS OF THE "WORLD OF ART"*Alexey Popov*

Candidate of Science,
 art Critics and Art Historians Association(AIS),
 Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье проведен сравнительный анализ эстетических позиций известного московского художника В.Ф. Стожарова (1926-1973) и представителей объединения «Мир искусства» (1898–1927). На основании анализа художественного материала установлено, что эстетические устремления представителя послевоенной московской пейзажной школы совпадают с эстетическим кредо дореволюционных петербургских художников круга «Мира искусства».

ABSTRACT

The article presents a comparative analysis of the aesthetic positions of the famous Moscow artist V.F. Stozharov (1926-1973) and representatives of the World of Art association (1898-1927). Based on the analysis of the artistic material, it is established that the aesthetic aspirations of the representative of the post-war Moscow landscape school coincide with the aesthetic credo of the pre-revolutionary St. Petersburg artists of the "World of Art" circle.

Ключевые слова: модерн; «Мир искусства»; художник Стожаров; пейзаж второй половины XX века.

Keywords: Art Nouveau; "World of Art"; artist Stozharov; landscape of the second half of the XX century.

Творческое наследие художников начала XX до сих пор является камертоном высокого художественного качества для отечественных художников в Новейшем времени. Известный искусствовед В.С. Манин описал ситуацию, сложившуюся в послевоенной живописи, следующим образом: «Все как будто искали соответствующих истоков: Москва ориентировалась, главным образом, на Союз русских художников и Бубновский валет, Ленинград – на салон и Мир искусства» [2, с. 544]. В целом можно согласиться с мнением В.С. Манина, однако существуют и исключения. Например, установлено, что на пейзажные устремления художника из Ленинграда – народного художника СССР, действительного члена и президента Академии художеств СССР (1983–1991)

Бориса Сергеевича Угарова (1922-1991) оказало влияние творческие завоевания московской пейзажной школы «Союза русских художников» [4, 5].

Анализ искусствоведческой литературы показал, что исследованию влияния художественных традиций петербургских мастеров объединения «Мир искусства» (1898-1927) на московскую живопись второй половины XX уделено недостаточное внимание.

Поводом для проведения данного исследования стало пейзажное наследие члена-корреспондента АХ СССР, заслуженного деятеля искусств РСФСР и лауреата Государственной премии РСФСР им. И.Е. Репина Владимира Федоровича Стожарова.

Цель исследования – определить связь между эстетической позицией послевоенного московского

пейзажиста и эстетическим кредо петербургских художников круга «Мир искусства».

Для достижения сформулированной цели был проведен сравнительный анализ возникновения первоначального эстетического чувства, от произведений основоположников «Мира искусства» и В.Ф. Стожарова на предмет тождественности, которое может передаваться зрителю как от формальной, так и содержательной составляющей.

Анализ таких картин, как «Кострома. Апрель. К вечеру», «Село Андрейково. Покров» (обе 1957), «Приезд на слет колхозников-передовиков» (1959), «Исады. Переправа» (1961), «Каргополь. Склады сельпо» (1964), «Церковь Покрова от пролома» (1967), «Весна. Большая Пысса. Коми АССР», «Церковь Успенья. Костромская область» (обе 1971-1972), относящихся к разным периодам творческой жизни В.Ф. Стожарова, показывает, что все произведения пропитаны желанием автора эстетизировать увиденное в реальности, то есть формальными средствами самой живописи создать у зрителя ощущение красоты. Действительно, цветовой строй всех исследованных картин московского художника в первую очередь привлекает внимание зрителя и только после этого зритель начинает вникать в содержательные особенности изображенного. Иными словами, возникающее первоначальное эстетическое чувство от красоты художественной формы, отодвигает на второй план содержательную составляющую.

Таким образом, эстетическая позиция В.Ф. Стожарова близка эстетическому кредо мирискусников, которые первыми в конце XIX – начале XX века начали борьбу за усиление эстетического начала в отечественном изобразительном искусстве. Известный русский живописец и художественный критик В.Д. Милиоти в 1909 году писал: «Это было важно, необходимо, так как слишком далеко зашли передвижники в игнорировании того, что составляет плоть искусства, слишком была понижена общая эстетическая атмосфера» [3, с. IV]. Действительно, мирискуснический эстетизм основывался на возникновении у зрителя первичного эстетического чувства именно от художественной формы [1, с. 109].

Необходимо отдельно обратить внимание на то, что формальная красота эффектных цветосочетаний и необычно насыщенных цветовых тонов возникает у В.Ф. Стожарова уже на стадии написания этюдов, являющихся в дальнейшем основанием для создания полноценных картин. Анализ таких этюдных работ, как «На Енисее. Сумерки» (1954), «Последний снег. Дворик» (1955), «Этюд с колодцем» (1962), «Последний луч. Муфтыга» (1965), «Псков. Кремль» (1967), «Серда. Последний луч» (1969), «Курицкая церковь» (1971-1972), подтверждает сказанное.

Содержательная составляющая обсуждаемых этюдов В.Ф. Стожарова, связанная с не простой жизнью русской провинции, с бедностью и не обустроенностью отступает на второй план. Особенно явно разная последовательность появления эстетического чувства проявляется при сравнении работ послевоенного художника, например, с таким деревенским пейзажем, принадлежащим кисти В.А. Серова, как «Стог сена» (1901). Прославленный русский живописец входил в объединение «Мир искусства» и часто использовал в своих произведениях стилистику модерна, но в данной работе, относящейся к русскому реалистическому пейзажу, содержательная составляющая воспринимается зрителем в первую очередь. Действительно, убогая, нищая русская действительность с самого начала притягивает к себе внимание и формирует первое эстетическое ощущение у зрителя. И только потом красота самой живописи начинает себя проявлять.

Подводя итоги проведенного исследования, можно утверждать, что эстетическое чувство от формальной красота эффектных цветосочетаний и необычно насыщенных цветовых тонов в пейзажах В.Ф. Стожарова возникает у зрителей в первую очередь. При этом содержательная составляющая обсуждаемых работ, связанная с непростой жизнью русской провинции, сохраняется, но отступает на второй план. Таким образом, благодаря стремлению придать красоте часто неприглядной российской действительности, которыми пропитаны практически все работы В.Ф. Стожарова, не возникает сомнений в совпадении эстетического кредо дореволюционных петербургских художников круга «Мира искусства» и представителя послевоенной московской пейзажной школы.

Список литературы:

1. Бычкова Л.С. Эстетика Александра Бенуа // Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда. Вып. 3. М.: ИФ РАН, 2008. С. 103–121.
2. Манин В.С. Русский пейзаж. М.: Белый город, 2001. 631 с.
3. Милиоти В.Д. Забытые заветы // Золотое Руно. М., 1909. №4. С. III–VI.
4. Попов А.В. Соединение традиций «Союза русских художников» и «Мира искусства» в пейзажном творчестве Б.С. Угарова // Дом Бурганова. Пространство культуры. М., 2015. № 3. С. 160-167.
5. Попов А.В. Традиции московской пейзажной школы «Союза русских художников» в творчестве Б.С. Угарова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2015. №10, ч. 2. С. 135 – 137.

КИНО-, ТЕЛЕ- И ДРУГИЕ ЭКРАННЫЕ ИСКУССТВА

DOI - 10.32743/UniPhil.2021.89.11.12586

АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА МАССОВОГО КИНО ДЛЯ ПОДРОСТКОВ, НА ПРИМЕРЕ СЕРИИ ФИЛЬМОВ «СУМЕРКИ»

Луговская-Бакланова Марианна Валентиновна

студент 5 курса продюсерского факультета

Школы-студии МХАТ,

РФ, г. Москва

E-mail: mb.lugovskaia@gmail.com

ANALYSIS OF THE PHENOMENON OF MAINSTREAM MOVIES FOR TEENAGERS, ON THE EXAMPLE OF "THE TWILIGHT" FILM SERIES

Lugovskaya-Baklanova Marianna

5th year student of the Theatre Management Faculty

of the Moscow Art Theater School,

Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

Цель статьи заключается в рассмотрении исключительной популярности серии фильмов «Сумерки». При анализе успеха были применены исторический и логический методы исследования, а также метод сопоставительного анализа. С помощью этих исследовательских подходов были выявлены определённые критерии, создавшие феномен данной кинофраншизы. А также это дало возможность лучше понять предпочтения сегодняшнего молодого потребителя, который в свое время повлиял на культовый статус серии фильмов.

ABSTRACT

The purpose of the article is a consideration of the exceptional popularity of the Twilight Saga film series. In the analysis of success, there were used historical and logical research methods, as well as methods of comparative analysis. With the help of these methods, certain criteria created the phenomenon of this film franchise were identified. And in consequence, it led to understanding the preferences of modern consumers, who influenced the cult status of the film series.

Ключевые слова: кинофраншиза, массовое кино для подростков, подростковое кино, Сумерки, образ вампир в киноискусстве.

Keywords: film franchise, mass cinema for teenagers, teen movies, The Twilight Saga, vampire in cinema.

Эволюция образа вампира в кинематографе

Для более полного анализа феномена популярности франшизы «Сумерки», необходимо на примере нескольких фильмов рассмотреть эволюцию образа вампира в кинематографе, как отражения глобальных художественных изменений.

Образ вампира появился в культуре ещё в народных сказаниях. В художественной литературе он возник в период романтизма в конце XVIII – начале XIX века. Его популярность была связана сначала с готическим романом, затем с литературой ужасов. В наше время он наиболее популярен в литературе жанра фэнтези.

Самый первый из сохранившихся кинофильмов о вампирах – «Носферату: Симфония ужаса» (1922 г.), снятый режиссёром Фр. Мурнау, по роману Б. Стокера «Дракула». Картина является характерным примером киноэкспрессионизма, когда эмоции разочарования, тревоги и возмущения, переживаемые жителями Германии после проигрыша в Первой Мировой войне,

нашли отражение в фильмах с геометрическими декорациями, съёмками с острого угла, контрастным освещением, экзальтированной игрой актёров, а также безумными или пугающими героями, кем и стал для них вампир. Вампир в этом фильме – зло, пожирающее мир и уничтожающее все прекрасное, что в нем есть. Обязательные атрибуты образа в фильме – особый грим (белое лицо, лысая голова, длинные тонкие ногти, черные круги под глазами), темная одежда, закрывающая всё тело, кроме пугающих кистей рук и головы, гроб, развалины замка.

Для сравнения в качестве второго примера стоит привести кинофильм режиссера В. Херцога «Носферату: призрак ночи» (1978 г.), снятый почти полвека спустя, опять же по роману Б. Стокера «Дракула».

Несмотря на то, что эта картина идентична по своей атмосфере – постепенное погружение в мир ужаса и страха – её главное отличие проявляется в ярко выраженном влечении вампира к Люси.

И хотя внешность вампира В. Херцога практически идентична образу, созданному Фр. Мурнау – лысая голова, крысиные зубы, длинные ногти на пальцах. Он при этом приобретает визуальную деталь – огромную тень, которая становится художественным приемом нагнетания страха и ужаса, но также символично может быть истолкована, как темное пространство, скрывающее мир с тайными человеческими удовольствиями и страхами. Тем самым мы видим вампира в фильме, как уже не просто карикатурного кинозлодея, а монстра, раздираемого человеческими страстями.

С конца 1970-х до 2000-х в мире было снято сразу несколько довольно успешных и популярных до сих пор кинокартин: «Дракула Брэма Стокера» (Ф.Ф. Коппола, 1992 г.), «Интервью с вампиром» (Н. Джордан, 1994 г.), «Другой мир» (Л. Уайзман, 2003 г.) и другие.

Эти фильмы перестали быть только лишь фильмами ужасов, выставяющими вампира, в качестве главного предмета зрительского страха. Теперь образ стал более многогранным – история разложения человеческой души с красивым и обаятельным героем, обладающим чаще всего сверхъестественной силой.

В «Дракула Брэма Стокера» и «Интервью с вампиром» образ вампира романтизирован переживаниями трагической любви. Благодаря готической атмосфере и красивой внешности героев зритель перестает воспринимать вампира как монстра, а наоборот испытывает к нему симпатию и восхищение.

В кинофильме «Другой мир» вампиры представлены в образе классических супергероев. Объединившись, они борются со злом в кожаных костюмах и с автоматами, тем самым лишая вампирские фильмы привычной мистической атмосферы, но не теряя при этом увлеченного революционностью образа зрителя.

В 2008 г. появились первый фильм франшизы «Сумерки» и сразу же произвел революцию в развитие этого образа в кино. Вампиры в фильме показаны, как красивые подростки с дружной семьи, отказывающиеся от убийства людей по моральным соображениям, умеющие любить, ревновать, ненавидеть и жертвовать собой. Их бессмертие в первом и последующих фильмах представлено никак проклятие, а как залог яркой полноценной жизни.

По мнению ряда исследователей, популярность этой серии фильмов («Сумерки» 2008 г.; «Сумерки. Сага. Новолуние» 2009 г.; «Сумерки. Сага. Затмение» 2010 г.; «Сумерки. Сага. Рассвет: Часть 1» 2011 г.; «Сумерки. Сага. Рассвет: Часть 2» 2012 г.) и приобретение ими статуса культовой франшизы, подсказало ряду режиссеров превратить вампира в героя комедийного жанра. Именно так появились фильмы – «Колыбельная» Ю. Махульский 2010 г.; «Мрачные тени» Т. Бертон 2012 г.; «Реальные упыри» Т. Вайтити, Дж. Клемент 2014 г. и др. В этих картинах люди противопоставляются вампирам в пользу вторых. Хотя и в комической форме, но перед зрителем встает тезис о разрушительности влияния прогресса на культуру, когда нами забываются основы моральных и человеческих ценностей, что напротив не свойственно вампирам, так как они гости прошлых столетий.

Таким образом, мы видим окончательное очеловечивание образа вампира в кинематографе. Его превращения из монстра в образцовую личность. На мой взгляд, поворотным моментом в этой эволюции стала серия фильмов «Сумерки», которая окончательно приблизила вампира к человеку и полностью лишила его пугающих черт. Тем самым мы можем констатировать, что сегодняшний образ вампира, как сверхчеловека, вписывается в постмодернистскую концепцию трактовки современного героя, который способен что-то изменить только, если обладает особыми противостественными, сказочными способностями.

Литературный первоисточник

Популярность серии фильмов «Сумерки» или «Сумеречная сага» объяснима рядом факторов, один из основных – литературный первоисточник.

Первая книга серии появилась в 2005 г. («Сумерки»), когда домохозяйка-филолог и мать троих детей, Стефани Майер, решила записать свой сон. В результате, история разрослась до тетралогии: «Новолуние» (2006 г.), «Затмение» (2007 г.), «Рассвет» (2008 г.), что повлекло за собой результат большой популярности серии, каждая книга которой стала бестселлером. Общий мировой тираж составил 160 миллионов экземпляров, а перевод был сделан на 40 языков.

Сумеречная сага относится к самостоятельному жанру литературы – «young adult literature» (литература для молодых взрослых) или же подростковая литература, ориентированная на читателей 14–20 лет. Среди других серий книг, также относящихся к молодежной литературе, можно назвать трилогию Сьюзен Коллинз «Голодные игры» или романы Джоан Роулинг о Гарри Поттере.

Разумеется, качество книг в этом жанре очень разное. В контексте размышлений о вампирских романах Стефани Майер стоит привести высказывание Стивена Книга о ней, которое он сделал в интервью журнала USA Weekend в 2009 г. Писатель сказал, что, по его мнению, главная разница между Джоан Роулинг и Стефани Майер состоит в том, что Роулинг потрясающе пишет, а Майер «писать не умеет ни хрена». Поэтому можно констатировать, что популярность серии совсем не связана с её литературным качеством.

При этом Стефани Майер все-таки удалось изменить книжную индустрию. Благодаря «Сумеркам» подростковая литература перестала быть маловажным и нишевым явлением. Несмотря на то, что Джоан Роулинг была первой, кто доказала миру, что дети и подростки могут читать толстые книжки, именно тетралогия С. Майер окончательно закрепила этот эффект. Писательнице даже удалось основать свой собственный поджанр – *paranormal romance* («паранормальный любовный роман»), в котором центральной темой становится любовная линия между человеком и сверхъестественным существом [1].

Сюжет «Сумерек», который лег в основу и одноименных фильмов, можно описать как историю любви главной героини, Беллы Свон, к вампиру, Эдварду Каллену. На протяжении трёх книг Белла и

Эдвард строят взаимоотношения, не вступая в половой контакт, чем вводят читателей в состояние сексуальной ажитации, а также взаимодействуют с оборотнями и древним кланом вампиров – управленцев Вальтуры. В четвертой же книге у пары рождается волшебный ребенок, а Белла превращается в мощного обученного вампира.

Не рассматривая подробно все факторы успеха книги, я выделю лишь те, которые повлияли, по моему мнению, и на кинофраншизу, в следствие сохранившийся в сценарии сюжетной основы тетралогии (сценарий к фильмам написала М. Розенберг):

- роман написан от первого лица, что позволяет читательницам ассоциировать себя с героиней и прожить её историю [4];
- сквозная тема романа — это исцеление главной героини от комплексов путем превращения её недостатков в качества сверхъестественного существа, что завораживает и прельщает молодых людей;
- возлюбленный героини (Эдвард) гораздо старше и опытнее её (в первой книге ему уже больше 100 лет), хоть и с внешностью старшеклассника, что делает его интересным для женщин разных возрастных групп [4];
- любовь главных героев бессмертная (Эдвард и Белла будут жить вечно, как вампиры), так писательница удовлетворяет мечту читательниц о вечной любви и без страха расставания.

Главную героиню «Сумерек» можно назвать феминистической, потому что именно её выбор и решения определяют развитие сюжета. Белла хотела стать вампиром и, переубеждая близких ей людей, реализует свои намерения.

При этом именно эту сагу, как никакую другую, обвиняют в трансляции абьюзивных отношений, где жертва с низкой самооценкой подчиняется воле классического абьюзера, доминанта-вампира [2].

Книгам и фильмам достается также и за пропаганду «строгих патриархальных ценностей». То, в чем многие фанаты видят сильную сторону серии – долгое ожидание секса главных героев, который бы стал кульминацией их любовных отношений, другие видят рекламу устаревших ценностей, когда транслировалось, что первый сексуальный опыт должен сразу же приводить к беременности.

Количественные показатели

Если рассматривать успех франшизы в цифрах, то становится очевидным её продюсерский успех, когда при рекордно низких для блокбастера бюджетах и принадлежности к низшему жанру, фильмам удалось получить феноменальные сборы.

Первый фильм серии «Сумерки» вышел в 2008 г. Несмотря на то, что кинокомпания Summit Entertainment практически не сомневалась в успехе экранизации из-за широкой популярности книг Стефани Майер к тому моменту, подобных сборов не ожидал никто. При бюджете фильма в 37 млн. долларов, мировые сборы составили 392 млн. долларов, что почти в 10 раз больше. Уже в первый уик-энд проката в США «Сумерки» набрали почти 70 млн. долларов, что составляет 36% от общего числа сборов [6].

Важно отметить, что пять фильмов франшизы сняли под руководством четырех разных режиссеров, что логически отразилось на их разном киноязыке и смысловых акцентах.

Режиссером первой серии стала Кэтрин Хардвик, которая до этого имела богатый опыт работы в низкобюджетных картинах, рассказывающих о трудностях подросткового периода («Тринадцать» 2003 г., «Короли Догтауна» 2005 г.). Она, как никто из последующих режиссеров серии, смогла раскрыть тему юношеского одиночества и дискомфорта от взаимодействия с миром, уместно вписав это в романтические мистические пейзажи маленького американского города (туман, лес, дождь, ветер, поляна в цветах и т. д.) [5].

Второй фильм «Сумерки. Сага. Новолуние» был выпущен в 2009 г. и в первый уик-энд проката в США собрал почти 143 млн. долларов. Общие мировые сборы составили почти 710 млн. долларов. Режиссер, Крис Вайц, пришедший в проект на смену Кэтрин Хардвик, увеличил бюджет фильма до 50 млн. долларов и сумел превратить подростковую драму с юношескими проблемами во взрослое кино о препятствиях любви, при этом сумев не потерять мистическую атмосферу фильма [5].

Третий фильм «Сумерки. Сага. Затмение» 2010 г. при минимально возросшем бюджете (68 млн. долларов) собрал в мировом прокате 700 млн. долларов, что на 10 млн. долларов меньше, чем предыдущая часть. Первый уик-энд проката в США также принес фильму в 2 раза меньше, чем «Новолуние» – 64 млн. долларов.

Режиссер прошлой части, Крис Вайц, из-за разногласий с Summit Entertainment покинул проект, и на смену ему пришел, Дэвид Слэйд. К тому моменту на его счету было уже несколько успешных картин, в частности хоррор о вампирах («30 дней ночи» 2007 г.), который запомнился зрителям своим ярким визуальным рядом и реалистичными образами. Тем не менее, анализируя все части серии, можно заметить, что именно с этого фильма франшиза теряет свои главные достоинства: символический пейзаж, который хоть как-то уравнивал уж очень романтизированные диалоги, визуально человеческие интонации, второй план, которые часто дополнял и углублял первый, юношеский модный плейлист. Общий смысл «Затмения» сводится к тому, что главная героиня мечется между оборотнем и вампиром, а режиссер пытается разбавить их бесконечное соперничество энергичными сценами драк [5].

Четвертый и пятый фильм серии «Сумерки. Сага. Рассвет: часть 1» (2011 г.) и «Сумерки. Сага. Рассвет: часть 2» (2012 г.) снимались авторами сразу вместе, но в прокат вышли с разницей в год. Общий бюджет фильмов составил почти 230 млн. долларов (бюджет первой части – 110 млн. долларов, бюджет второй части – 120 млн. долларов), но при этом увеличились и сборы – 713 млн. долларов собрала первая часть и 830 млн. долларов собрала вторая, что в общей сложности принесло 1,5 млрд долларов.

Эти две последние части оказались самыми высокобюджетными, что оправдывается большим количеством спецэффектов, которыми занимался

обладатель Оскара, Дж.Бруно. Режиссером стал Билл Кондон также обладатель премии Оскар, чьи предыдущие работы («Бал монстров 2001 г., «Доктор Кинси» 2004 г.) – серьезные драмы, раскрывающие темы секса и бесконтрольного влечения. Отчасти продюсерский выбор режиссера логичен, ведь именно в четвертой части литературного первоисточника не остается ничего подросткового – главная героиня выходит замуж, впервые занимается любовью, рождает ребенка и становится вампиром. Именно поэтому режиссером стал постановщик с большим опытом создания биографических драм. Тем не менее именно эти фильмы называют самыми слабыми во франшизе. Последние картины Сумеречной Саги окончательно потеряли своё мелодраматическое обаяние, стали всё больше напоминать однотипные блокбастеры студии Marvel с большим количеством экшна – сцен и статичным обменом реплик на фоне приятных глазу декораций [6].

В общей сложности кассовый сбор всех фильмов составил несколько миллиардов долларов и сделала франшизу одних из самых успешных проектов Голливуда за все время его существования. «Сумерки» совершили революцию в кино по несоотнесимости вложенных и полученных средств. Даже в сравнении с самыми успешными проектами Голливуда последних лет – фильмы о Гарри Поттере или пиратах Карибского моря – «Сумерки» вне конкуренции, потому что стоили создателям в несколько раз меньше.

В заключение хочется сделать вывод, что несмотря на упрощение киноязыка франшизы, сборы устойчиво в несколько раз превышали бюджет и с каждой частью лишь увеличивались. Если ещё первую и вторую серии «Сумерек» можно рассматривать, как хорошее кино для подростков, раскрывающие проблемы пубертатного периода, чем и объясним их успех, то последующие фильмы скорее просто иллюстрируют историю, не имея собственной художественной ценности.

Составляющие успеха

Проанализировав литературную основу и количественные показатели успеха фильма, я бы хотела рассмотреть отдельные факторы, которые могли бы также повлиять на популярность серии фильмов «Сумерки».

Во-первых, «Сумерки» стали первой франшизой, по-настоящему открывшей зрительскую значимость подростковой женской аудитории. Именно успех первой части заставил Голливудские студии обратить внимание на возможность создания блокбастеров, таргетированных не только на мальчиков и мужчин. В качестве примера, приведу ряд фильмов начала двухтысячных годов, которые пользовались большой популярностью у юного поколения: «Темный рыцарь», «Властелин колец: Возвращения короля», «Человек паук», «Трансформеры». Успех

саги доказал заинтересованность публики в фильмах с традиционно «женским» конфликтом и сюжетом, в основе которого романтические отношения. Не случайным кажется тот факт, что популярность «Сумерек» спровоцировала появление множество киноадаптаций в жанре young adult, ориентированных именно на женскую аудиторию – «Голодные игры», «Дивергент», «Академия вампиров», «Сумеречные охотники» и т.д. Именно благодаря «Сумеркам» молодые девушки получили свое место в поп-культуре.

Во-вторых, это очень удачно подобранные создателями первой части исполнители. Когда привлекательность главных героев – вампира Эдварда (Роберт Паттинсон) и оборотня Джейкоба (Тейлор Лотнер), не могла оставить равнодушными не только девушек подростков, но и их мам. По сути, каждый зритель мог выбрать героя на свой вкус: сдержанного и умного Эдварда или сексуального (чаще всего персонаж ходит с голым торсом) и энергичного Джейкоба. Выбор на роль героини, Кристин Стюарт, тоже был неслучаен. Обладая относительно средне-статистической внешностью, с актрисой могли себя ассоциировать сразу многие. На эту роль никак не могла быть выбрана красавица с впечатляющими внешними данными, потому что тогда в эту историю сложно было бы поверить большинству зрителей.

В-третьих, эта франшиза так популярна, потому что в основе её знакомая всем история о Золушке. Когда обычная никому неинтересная девушка получает сразу двух красивых возлюбленных и в конце истории превращается в очень привлекательную и уверенную в себе женщину.

В-четвертых, многие кинокритики рассматривают успех фильмов серии «Сумерки» в контексте постмодернистского взгляда на смешение «высоких» и «низких» жанров, при котором недостатки, наивность и простота фильма превращаются в китч [3]. Отчасти это можно оправдать усталостью современного зрителя от сложных постмодернистских смыслов и форм, когда аудитории хочется почувствовать свое превосходство и получить прямое не слишком отягощенное подтекстом художественное высказывание.

В заключении хотелось бы отметить, что фильмы серии «Сумерки» создали не только уникальную ситуацию коммерческого успеха, но и стали определенным культурным феноменом для девушек, рожденных в двухтысячных.

Сумеречная сага никогда не претендовала на высокие смыслы и награды международных фестивалей авторского кино. Эти фильмы идеально вписываются в феномен поп-культуры (массовой), когда произведения, создаются для большинства зрителей на доступном языке с развлекательными или досуговыми целями.

Список литературы:

1. Нарушева А.Г. «Десять лет “Сумеркам”: Зрители о неочевидных достоинствах подросткового хита» / The Wonder 22.11.2018 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/entertainment/question/239533-twilight> (дата обращения: 31.11.21).

2. Селецкий С.К. «Феномен “Сумерек”: кто виноват и что делать?» / 25-й кадр независимый журнал о кино 12.08.2010 // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.25-k.com/page-id-821.html> (дата обращения: 31.11.21).
3. Сильвестрова С.А. «Сумерки. Анализ франшизы»// Medium 29.10.2019// [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://medium.com/@sophiesilvestrova/серия-романов-стефани-майер-сумерки-первая-young-adult-история-не-только-полностью-1433a5c64c55> (дата обращения: 29.11.21).
4. Устиан Г.А. «От заката до рассвета: в чем секрет популярности «Сумерек» / The Hollywood Reporter 14.11.2012 // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://thr.ru/cinema/ot-zakata-do-rassveta-v-chem-sekret-popularnosti-sumerecnoj-sagi/> (дата обращения: 01.11.21).
5. Mendelson Scott “Twilight Taught Hollywood Lessons That It Has Only Started to Learn” // Forbes 21.11.2018// [Electronic resource]. - Available at: <https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2018/11/21/how-twilight-with-kristen-stewart-and-robert-pattinson-turned-a-fairy-tale-romance-into-a-blockbuster-franchise/?sh=46ece5ef6fb8> (accessed 11 October 2021)

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

ЖУРНАЛИСТИКА

ХЭШТЕГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Лешук Сергей Валерьевич**магистр филологических наук,
ГрГУ им. Я. Купалы
Республика Беларусь, г. Гродно
E-mail: s.leshuk@grsu.by**Наседкина Надежда Игоревна**магистр филологических наук,
ГрГУ им. Я. Купалы
Республика Беларусь, г. Гродно
E-mail: nasedkina_ni@grsu.by*

HASHTAG AS A DIGITAL COMMUNICATION TOOL

*Siarhei Liashuk**Master of Philology
Yanka Kupała State University,
Republic of Belarus, Grodno**Nadezhda Nasedkina**Master of Philology
Yanka Kupała State University,
Republic of Belarus, Grodno*

АННОТАЦИЯ

В статье дается определение понятию «цифровая коммуникация». Анализируются особенности использования хэштегов в СМИ и социальных медиа. Рассматриваются содержание и функции хэштега как элемента интернет-коммуникации.

ABSTRACT

The article gives a definition of the concept of "digital communication". The question is raised about the peculiarities of using hashtags in mass media and social media. The content and functions of a hashtag as an element of Internet communication are considered.

Ключевые слова: хэштег, цифровая коммуникация, СМК, СМИ, медиа, медиа дискурс.

Keywords: hashtag, digital communication, mass media, media, social media, media discourse.

На протяжении последнего десятилетия в интернете формируется новая коммуникативная среда, где одновременно с обновлением информационных технологий происходят изменения в способах потребления, получения и ретрансляции информации. Цифровая среда становится не только площадкой

для общения, презентации человека как личности со своими взглядами и убеждениями, но и логически оформленной системой, порождая тем самым новую модель поведения пользователя в сетевом пространстве.

С возникновением информационных технологий и их стремительным обновлением человек наделяется определенным статусом, который автоматически трансформирует его в «человека медийного» (Е.Л. Вартанова) при условии пользования всеми возможностями СМК, то есть включенности в процесс производства цифрового информационного продукта. Участник интернет-коммуникации вынужден осваивать новые инструменты виртуального взаимодействия, чтобы быть частью цифровой эпохи. Ведь «человек медийный» – это член общества, бытие которого определяется и в значительной степени формируется содержанием СМИ как продуктом, производимым отдельной отраслью современной экономики – медиаиндустрией – и потребляемым в процессах массовой/социальной коммуникации, а также коммуникационными отношениями и интересами индивида» [1].

Под цифровой коммуникацией мы понимаем возможность взаимодействия индивида с другими пользователями сети с учетом использования всех языковых и современных технических средств одновременно. Поэтому переход к «цифровой личности» (И.В. Курьянова), как к новому этапу становления социального процесса, достаточно стремителен и, безусловно, необходим, ведь «человек медийный» – это не только тот, кто справляется с вызовами технологической революции и в области доставки информации, и в области преодоления информационной избыточности» [2], но и член определенного виртуального комьюнити, который участвует в формировании новой сетевой идентичности.

Участники цифровой коммуникации могут пользоваться различными инструментами передачи информации в зависимости от цели и задач, которые ставит перед собой создатель сообщения. К инструментам онлайн-коммуникаций принято относить веб-сайты, блоги, тематические форумы, социальные сети, рекламу. В свою очередь, внутри каждого из перечисленных элементов существуют свои типы (подвиды) инструментов, которые помогают аудитории получить необходимую информацию. Так, по способу передачи информации в социальных сетях используют невербальные (визуальные) средства, к которым можно отнести аватары, эмодзи, стикеры, смайлы, демотиваторы, картинки, сториз и т.д., и вербальные – хэштеги, ники, посты (собственно тексты). Стоит отметить и тот факт, что человек одновременно становится участником межличностной и групповой коммуникации. Поэтому особого внимания заслуживает как содержание самого текстового сообщения, его языковая оболочка, так и историко-культурологический контекст происхождения информации. Более того, необходимо учитывать и возможность появления различного рода виртуальных сообществ, где участники определенной части общественной культуры со своими взглядами и убеждениями, моделью поведения или субкультуры, как их принято называть, могут использовать свои, понятные узкому кругу людей символы и знаки для общения, выражения мысли и т.д. Так, например, в 2000–х годах пользователи глобальной сети Интернет в качестве

нового языка виртуального общения стали применять «олбанский язык» (появившийся в Рунете «специфический русский», для которого характерны искажения орфографии). Советский и российский лингвист М.А. Кронгауз характеризует данное явление как «всевозможные странности русского языка в интернете, порожденные разными сообществами, разными субкультурами, разными творцами, привлекательные и отвратительные, недолговечные и устойчивые, случайные и закономерные» [3, с. 13].

XXI век – век информационных технологий, характеризующийся появлением своих уникальных знаковых систем, которые служат для облегчения передачи текстовой информации. Так, Интернет как новое социальное пространство, предоставляющее различные технологические возможности аудитории, служит своеобразной площадкой /системой по формированию новых способов и средств вербализации текстового сообщения в процессе осуществления речевого взаимодействия участников интернет-коммуникации. Пользователи активно объединяются в сетевые сообщества и вовлекаются в интернет-коммуникацию. «Сетевое интернет-сообщество» (Б. Уэлмен, К. Хэмптон), «виртуальное сообщество» (Р. Говард, Г. Рейнгольд, Ю.Г. Рыков, А.А. Стриженко), «виртуальное сетевое сообщество» (С.В. Бондаренко, Е.Ю. Стриганкова), «онлайн-комьюнити» (Л.Р. Дускаева) или же «сетевое комьюнити» (О.А. Волосатова, Н.Р. Маликова) представляет собой особый вид межличностной и групповой коммуникации, в которой сам процесс общения регулируется нормами и ценностно-регулятивными механизмами менталитета каждой коммуникативной личности, а также правилами и предписаниями, зафиксированными в соответствующих разделах web-сайта. Контроль за информационной составляющей осуществляет медиатор: модератор веб-ресурса либо сами пользователи сетевого комьюнити. Данное утверждение дает нам право говорить о полноценно сформировавшихся лингвокультурной и коммуникативной общностях, которые «существуют в социальном пространстве Интернет» и «социокультурное единство которых является разделяемой ценностью для ее членов» [4, с. 12].

Изменения, которые фиксируются в интернет-среде, диктуют появление новых элементов, способствующих продуктивному обмену информацией. Сочетание текстовой и графической информации – элемент неотъемлемой фиксации сообщения в интернет-дискурсе. Тэги (от англ. «метка», «ярлык», «этикетка», «бирка») для работы с большим объемом данных были изначально использованы профессиональным сообществом программистов. В Толковом словаре терминов понятийного аппарата информатизации образования под редакцией И.В. Роберта и Т.А. Лавиной тег (tag) обозначается как «команда языка разметки Web-страниц (HTML или XML), определяющая способ форматирования фрагмента текста, размещение в нем тех или иных мультимедиа-компонентов и гиперссылок, либо несущая в себе некоторую служебно-справочную информацию» [5, с. 25]. То есть тег является основным элементом

кодирования в системе HTML и служит своеобразной гиперссылкой для привлечения внимания к определенным словам в тексте. В связи с этим для увеличения пользовательской активности и информирования широких слоев населения новостными сообщениями в 2007 году данный термин был трансформирован в адаптированный для социальных сетей «хэштег».

В 2009 году после официальной поддержки соцсети Twitter, а в 2010 – соцсети Instagram, хэштег стал общепринятым инструментом по формированию и генерированию информации, своеобразным маркером/меткой контента на обеих платформах. Так, на сегодняшний день социальной сетью Twitter пользуются 288 млн. пользователей по состоянию на ноябрь 2021 года, социальной сетью Instagram – 1,3 млрд. человек, что дает основание говорить о том, что пользователи не только формируют любительские страницы (как было ранее), но и становятся включенными в процесс создания новостей, готовы реагировать на события (мировые, локальные) в онлайн-режиме, вступать в диалог и комментировать происходящие события, активно пользуясь современными средствами коммуникации.

На сегодняшний день слово «хэштег» зафиксировано лишь в одном русскоязычном словаре – «Словаре языка интернета.ru», вышедшем под редакцией профессора М.А. Кронгауза в 2016 году. М.А. Кронгауз – первый из русских лингвистов, который предпринял попытку зафиксировать и упорядочить систему «лингвистических терминов», характерную для интернет-коммуникации. Исследователь актуализирует следующее значение лексемы хэштег, рассматривая ее как «содержательную метку для сообщений в виде слова или выражения, которая позволяет классифицировать и группировать их тематически» [6, с. 230], и отмечает, что в письменной коммуникации данная лексема обозначается символом – # ».

Национальный корпус русского языка на запрос слова «хэштег» выдает 120 документов и отмечает 146 вхождений в газетном корпусе (материалы с 2012 по 2019 год). Так, предположительно слово «хэштег» в русскоязычных источниках появилось в 2012 году преимущественно в публикациях СМИ при освещении социально значимых вопросов и политических аспектов и достигло наиболее высокой активности (частотности) употребления в 2013 и 2014 годах.

В большинстве работ хэштег как инструмент коммуникации рассматривается сквозь призму интернет-коммуникации и выполняет ряд функций, которые достаточно разнородны ввиду отсутствия общепринятой классификации, например, обеспечение быстрого поискового запроса (Е. А. Мингажева, Е.А. Юхмина; Е.А. Гуляев, Ю.В. Клюкина, М. Е. Кайгородова), функция продвижения товара либо услуги (Е. А. Мингажева, Е. А. Юхмина; М.Е. Кайгородова, И.А. Ильина, А.П. Атягина, Л.С. Патрушева), выполнение функции тематического агрегатора (Е.А. Гуляев, Ю.В. Клюкина; И.А. Ильина), фиксация главной мысли текстового сообщения (Е.А. Гуляев,

Ю.В. Клюкина), оценка социально-значимого явления либо явления в целом (М.Е. Кайгородова, А.П. Атягина), самопрезентация (М.Е. Кайгородова, А.А. Беловодская, Л.С. Патрушева), привлечение внимания к определенному событию, явлению (М.Е. Кайгородова, И.А. Ильина), функция «модальной рамки высказывания» (А.А. Беловодская) и т.д.

Проанализировав работы отечественных исследователей, можно говорить о том, что хэштег сегодня широко востребован в интернет-коммуникации и закрепился в качестве ключевого обозначения процесса влияния медиа на различные стороны жизни социума: служит маркером и агрегатором, оценочным компонентом определенного тематического контента, а также активно используется за пределами интернет-дискурса.

Особый интерес вызвала и сама лексема *хэштег*, которая в последнее время часто используется как в сообщениях социальных медиа, так и в материалах средств массовой информации. Поэтому анализ функционирования лексической единицы *хэштег* в текстах СМИ и социальных медиа позволяет обнаружить важные характеристики актуального состояния языка и языковой картины мира. Объектом рассмотрения являются высказывания, включающие слово *хэштег*.

Регулярное использование слова *хэштег* в сочетаниях с прилагательными со значением меры и степени и усилительными частицами способствует актуализации в слове такого его семантического компонента, как необходимость сакцентировать внимание на каком-то объекте либо явлении, наделяя его оценочными характеристиками: *секретный хэштег* (gazeta.ru, 09.10.2018), *специальный хэштег* (gazeta.ru, 09.10.2018), *саркастичный хэштег* (lenta.ru, 24.09.2014), *своеобразный хэштег* (Известия, 19.10.2012), *суперпопулярный хэштег* (lenta.ru, 12.11.2015), *вирусный хэштег* (lenta.ru, 24.09.2014), *особый хэштег* (lenta.ru, 24.12.2014); использование лексемы в сочетании с указательным местоимением или демонстративом для фиксации конкретного смыслового элемента: *«Такой «хэштег» в 30-е уже имел распространение в Германии и привел к удалению миллионов пользователей планеты Земля», — отметила Захарова* (gazeta.ru, 21.04.2019); *По ее словам, этот хэштег в электронных письмах использовался «более 100 раз»* (lenta.ru, 10.01.2017).

Не менее значимым в текстах массмедиа является использование лексемы *хэштег* в различных сочетаемостных вариациях, что позволяет читательской аудитории реализовывать нужный семантический и прагматический потенциал лексемы в зависимости от того, с каким словом она взаимодействует. Нестандартные сочетания способствуют потенциальному увеличению смыслового объема слова в интернет-коммуникации, например, *использовать хэштег* (Комсомольская правда, 28.03.2013), *задаем хэштег* (РБК Дейли, 27.11.2013), *встретить хэштег* (РБК Дейли, 26.12.2013), (РБК Дейли, 26.12.2013), *гуляет «хэштег»* (Новая газета, 15.11.2015), *придумали хэштег* (lenta.ru, 24.09.2014), *создали хэштег* (lenta.ru,

21.09.2015), *начали распространять хэштег* (Коммерсант, 07.01.2016), *возглавил хэштег* (lenta.ru, 02.13.2016), *намекает хэштег* (lenta.ru, 22.03.2016), *хэштег продержался* (lenta.ru, 14.04.2016), *высмеивают хэштег* (lenta.ru, 01.10.2017), *призвала поставить хэштег* (gazeta.ru, 12.06.2017), *обыгрывает хэштег* (Коммерсант, 29.01.2019), *приписал хэштег* (Московский комсомолец, 15.12.2017).

Значение лексемы «хэштег» уточняется и актуализируется в его сочетаемости, в частности, в активно функционирующих в массмедийном дискурсе двухкомпонентных субстантивных терминологических словосочетаниях с объектными отношениями: *хэштег фестиваля*, *хэштег Инстаграм* либо *хэштег для свадьбы*, *хэштег для тик тока*, *хэштег для фото*, *хэштег для брсм* и т. д.

Примечательно, что слово «хэштег» нашло свое отражение в корпусе Национального корпуса русского языка с 2012 по 2021 год в количестве 146 словоупотреблений (газетный подкорпус), в то время как Британский национальный корпус (BNC) в период с 2001 по 2021 год насчитывает 301 словоупотребление, что все же позволяет говорить о включенности лексемы в активный словарь русского и английского языков и частотности его использования в большинстве случаев в массмедийном дискурсе.

Большинство новых терминов проникает в реальную действительность через тексты СМИ и посредством СМК. И если в 2015 году на запрос слова «хэштег» Гугл выдавал 221 000 тысячу ответов, то уже в 2021 году поисковик на идентичный запрос выдает более 1 340 000 тысяч результатов. Это дает основание предположить, что лексема *хэштег* не только стремительно проникает в смысловое пространство современного социума, но и активно используется в рамках научных исследований. А это, в свою очередь, позволит в скором времени данному термину

прочно укорениться в активном словаре современного человека и стать общеупотребительным словом.

Лексема *хэштег* постепенно завоевывает смысловое пространство социальных медиа и СМИ, проникает в сферу обыденной жизни человека. Наиболее часто фиксируется и используется в массмедийном, рекламном и интернет-дискурсе. Хэштег как неотъемлемая часть интернет-дискурса выступает не только в качестве инструмента коммуникации, но и выполняет функцию посредника с точки зрения информационного воздействия и взаимодействия между автором и аудиторией, аудиторией и массмедиа, аудиторией и социальными медиа. Наступление новой «коммуникативной эры» (В.И. Карасик) диктует свои параметры поглощения и восприятия информации. Новые медиа в большей степени призваны опираться на аудиовизуальные и графические формы подачи сообщения, которым не присуще анализировать и разъяснять, а необходимо лишь показывать и направлять. В то же время СМИ активно трансформируют модель представления различного рода информации, используя все графические средства социальных медиа в публикациях новостных интернет-порталов.

Графические текстовые элементы «электронного языка» (Е.И. Коккокен) наряду с техническими инновациями, проникающие из виртуального пространства в социальную среду, трансформируют не только мышление человека, но и превращают его в человека с новой формой восприятия существования языка. Таким образом, можно говорить как о новом этапе становления языка, новом типе коммуникации – «промежуточной коммуникации» (М.А. Кронгауз), так и о возникновении нетрадиционного, смешанного типа письменной речи.

Список литературы:

1. Вартанова Е.Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества / Е.Л. Вартанова // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/сми-и-журналистика-в-пространстве-постиндустриального-общества>. – Дата доступа: 23.04.2021.
2. «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nkj.ru/open/27523.html> (дата обращения: 17.11.21).
3. Кронгауз М.А. Самоучитель олбанского / М.А. Кронгауз. – М.: АСТ, 2013. – 210 с.
4. Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Екатеринбург, 2010. – 22 с.
5. Толковый словарь терминов понятийного аппарата информатизации образования / И.В. Роберт, Т.А. Лавина. – М.: ИИО РАО, 2009. – 96 с.
6. Кронгауз М.А. Словарь Языка Интернета.ru / М.А. Кронгауз. – М.: АСТ- ПРЕСС КНИГА, 2016. – 288 с.

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ЯЗЫКОВОЙ СЕМЬИ)

DOI - 10.32743/UniPhil.2021.89.11.12561

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА УСТНОГО НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА

*Ильясова Раиса Сайтхасановна**канд. филол. наук, доц. кафедры общего языкознания,
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»,
РФ, г. Грозный
E-mail: raisa_s11@mail.ru*

FEATURES OF THE LANGUAGE OF ORAL FOLK ART

*Raisa Ilyasova**Associate Professor of the Department of General Linguistics,
Candidate of Philological Sciences,
Chechen State University,
Russia, Grozny*

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются особенности языка устного народного творчества. Язык устного народного творчества выходит далеко за пределы конкретного говора, обладает целым комплексом характеристик. Специфика языка фольклора заключается не только в том, что в нем употребляются формы неизвестные в обиходно-разговорном языке, но и в том, как сконцентрированы те или иные факты языка.

ABSTRACT

The article analyzes the peculiarities of the language of oral folk art. The language of oral folk art goes far beyond the limits of a specific dialect, has a whole set of characteristics. The specificity of the folklore language lies not only in the fact that it uses forms unknown in the everyday spoken language, but also in how certain facts of the language are concentrated.

Ключевые слова: язык фольклора, устное народное творчество, художественная литература, лексика, языковые средства, художественный стиль, фольклорное произведение.

Keywords: folklore language, oral folk art, fiction, vocabulary, language means, artistic style, folklore work.

Факты языка разных стилей в контексте художественного произведения приобретают эстетическую функцию. Они могут превращаться в один из активных компонентов самого произведения. А современный писатель может включать в свое произведение любые элементы диалектного или иноязычного характера. Те или иные факты литературного языка могут восприниматься как элементы художественного или разговорного языка не как таковые - они становятся элементом художественного или нехудожественного языка лишь в соответствующем контексте.

Язык устного народного творчества находится в ином соотношении со своей языковой базой, нежели язык современной художественной литературы с литературным языком. Язык фольклора насыщен

многими фактами, которые принадлежат к различным уровням языковой системы, характерными только для него и не использующимися в обычной диалектной речи. В единстве с диалектной основой языка фольклора образуется определенная замкнутая система, интегрирующаяся из самых различных фактов, конкретных говоров, диалектного, общенационального языков. Он также вбирает в себя факты, являющиеся результатами внутреннего развития языка фольклора как целостной системы. Вне пределов произведений фольклора данная система как единое целое не отмечается. Отмечено, что язык устного народного творчества нельзя отрывать от народных говоров. Но, в то же время, важно видеть и то, что их различает.

Язык устного народного творчества выходит далеко за пределы конкретного говора. Он обладает целым комплексом характеристик: язык устного народного творчества имеет единый стиль, а язык художественной литературы таким стилем не обладает.

История изучения языка фольклора и его специфики представлена различными подходами, имеющими своей целью не только осмысление и оценку фактов устно-поэтического языка, но и исследование этого языка как целостной и самобытной системы, одной из разновидностей общенародного языка [2, с. 7].

Отличие языка устного народного творчества от языка художественной литературы не является постоянным. Оно неравномерно на разных уровнях развития национальной художественной литературы, так как язык художественной литературы приспосабливается к новым эстетическим условиям. А эстетика фольклора, как известно, меняется медленно и то может вовлечь за собой перевоплощение жанра. Примером могут служить исчезновение былин в устном бытовании, переход лирических песен в частушки и т.д.

Исследователи отмечают тесную связь фольклора с диалектным языком, хоть и подчеркивают различия между ними. О.И. Богуславская утверждает, что «языковой состав былин в основном отражает языковую систему того говора, в области распространения которого находились былины» [1, с. 9].

И.К. Зайцева сравнивает материал говоров с материалом лирических песен, обращает внимание на фонетические стороны, употребление предлогов в народных песнях. Она отмечает общие и специфические черты художественной речи и фольклорного языка. «В языке устного народного творчества имеются факты, специфичные для художественного языка, но и факты, характерные для нехудожественной речи, которые пришли в результате миграции из других говоров» [3, с. 63].

Говоря о миграции фольклорного текста, надо сказать, что он влечет за собой трансформацию фактов обиходного языка, которые приобретают в различных языках дополнительную экспрессию, иную семантику, которая может стать выразительной и яркой. Так, основой языка устного народного творчества является система общенационального языка, реализующаяся в литературном языке и в народных говорах по-разному. Кроме того, в языке фольклора тесно связаны в единое целое говор и поэтический язык, с его специфическими чертами.

Языку устного народного творчества характерен целый комплекс языковых средств, которые определены его художественной функцией и устной традицией. Именно они способствуют выработке в языке

фольклора этих специфических языковых выразительных средств.

А в нем наблюдается множество нехарактерных для нефольклорного языка моментов, которые отмечаются на всех уровнях. Особенно много таких фактов встречается в песенном фольклоре.

Специфична лексика фольклорного языка, включающая в свой состав большое количество архаизмов или же приводящая к образованию новых сложных слов. Наблюдаются интересные факты в морфологии и синтаксисе фольклорного языка. Синтаксис языка фольклора специфичен и эстетически нагружен [4, с. 23].

К специфическим чертам синтаксиса фольклорных произведений нужно отнести их поэтическую фразеологию, которая характерна для каждого жанра фольклора. Поэтическая фразеология возникает за счет стабильных языковых формул. Она представляет собой художественные лексико-синтаксические конструкции разного плана, включающие в себя сочетания с эпитетами и метафорами, стабильные синтаксические конструкции со словами-символами и с заданной экспрессией, со словами, обозначающими время, пространство, качество, количество и т. д.

При изображении персонажей широко распространена поэтическая фразеология. Поэтическая фразеология особенно четко осознается и легко вычленяется в неизменяемом тексте. Она стабильна в отношении компонентов и в отношении значения, при всем богатстве и разнообразии. Семантическое слияние компонентов неодинаково, структурная и смысловая устойчивость способствует традиционности фольклора.

Хотя язык фольклора и представляет собой целостную систему, однако из этого вовсе не вытекает, что он состоит из фольклорно-языковых экзотизмов, и что элементы его системы не встречаются за ее пределами. Специфика языка фольклора заключается не только в том, что в нем употребляются формы неизвестные в обиходно-разговорном языке, но и в том, как сконцентрированы те или иные факты языка. От этого зависит, какова степень преимущественного употребления тех или иных факторов фольклорного языка, а также какова сравнительная частотность одних и тех же языковых фактов в фольклоре. Особенностью его языка является большая продуктивность того или иного языкового факта, т.к. в данном случае специфичен не материал, а способы его употребления. Это объясняется определенной эмоционально-идейной установкой фольклорных произведений, так как такие выражения имеют широкое использование в различных сложных предложениях, в пословицах, лирических песнях и т. д.

Список литературы:

1. Богуславская О.И. Соотношение народно-поэтической и народно-разговорной речи на материале системы именного склонения в былинах сказителей Рябиновых и в кижских говорах Заонежья. АКД, 1965.
2. Венгранович М.А. Стилистика фольклорного текста: учебное пособие / М.А. Венгранович. Тольятти: ТГУ, 2011.
3. Зайцева И.К. Некоторые фонетические особенности языка русской народной песни. Воронеж, 1961.
4. Ухов П.Д. Атрибуция русских былин. М., 1970.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Научный журнал

**UNIVERSUM:
ФИЛОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ**

№ 11(89)
Ноябрь 2021

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 54436 от 17.06.2013

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, улица Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: mail@7universum.com
www.7universum.com

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленного оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3
16+