

Магнитогорский государственный технический университет  
им. Г. И. Носова

# Libri Magistri

**2025. № 2 (32)**

Научный рецензируемый журнал

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций – регистрационный номер ПИ № ФС 77 – 85231 от 25.04.2023.

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова», 2025

Учредитель – Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова (д. 38, пр. Ленина, г. Магнитогорск, Челябинская обл., Россия, 455000).

Издается 4 раза в год  
Основан в феврале 2015

Магнитогорск  
2025

Nosov Magnitogorsk State Technical University

# Libri Magistri

**2025. № 2 (32)**

Scientific peer-reviewed journal

The journal is registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications – registration number PI № FS 77 – 85231 dated 25.04.2023.

**© Federal State Budgetary Institution of Higher Professional Education  
Nosov Magnitogorsk State Technical University, 2025**

Founder -Nosov Magnitogorsk State Technical University (38, Lenin St.,  
Magnitogorsk, Chelyabinsk Region, 455000).

Published four times a year  
Founded in February 2015

Magnitogorsk  
2025

2025. 2 (32)

**Редакционная коллегия:**

С. В. Рудакова – главный редактор, д-р филол. наук, зав. кафедрой языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

Т. Е. Абрамзон – ответственный редактор, д-р филол. наук, профессор кафедры языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

Т. Е. Автухович – д-р филол. наук, профессор, профессор кафедры русской филологии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы (Беларусь, Гродно);

М. Боровски – канд. гуманитарных наук, адъюнкт по кафедре русской литературы и культуры Вроцлавского университета (Польша, Вроцлав);

Р. Кидэра – канд. филол. наук, внештатный преподаватель, Досияс университет в Японии (Япония, Киото);

Н. В. Кононова – д-р филологии, Рижская основная школа имени Валда Авотиня, центр развития (Латвия, Рига);

А. Ю. Леонтьева – канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка и литературы НАО «Северо-Казахстанский университет имени Манаша Козыбаева» (Республика Казахстан, Петропавловск);

Е. В. Ничипорчик – д-р филол. наук, заведующий кафедрой русского, общего и славянского языкознания Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины (Беларусь, Гомель);

И. Регеци – д-р философии, д-р литературы и культурных исследований (Dr. Habil), адъюнкт-профессор, доцент Института славистики, Дебреценский университет (Венгрия, Дебрецен);

Л. Росси – профессор русской литературы Миланского государственного университета (Италия, Милан);

А. Ф. Строев – д-р филол. наук, профессор кафедры сравнительного литературоведения университета Париж-III (Новая Сорбонна) (Франция, Париж);

Слободанка Владив-Гловер – адъюнкт-профессор в Школе языков, литератур, культур и лингвистики, университет Монаша (Австралия, Мельбурн);

З. П. Табакова – д-р филол. наук, профессор; профессор кафедры русского языка и литературы НАО «Северо-Казахстанский университет имени Манаша Козыбаева» (Республика Казахстан, Петропавловск);

Б. П. Ашрапов – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры языкознания и сравнительной типологии факультета иностранных языков ГОУ «Худжандский государственный университет им. академика Б. Гафурова» (Республика Таджикистан, Худжанд);

М. А. Амелин – русский поэт, переводчик, литературный критик и издатель, главный редактор «Объединенного гуманитарного издательства» (Россия, Москва);

А. П. Власкин – д-р филол. наук, профессор, независимый исследователь (Россия, Магнитогорск);

А. К. Гладков – канд. ист. наук, старший научный сотрудник Отдела западноевропейского Средневековья и раннего Нового времени Института всеобщей истории РАН (Россия, Москва);

М. Л. Ковшова – д-р филол. наук, ведущий сотрудник сектора теоретического языкознания ФГБУН «Институт языкознания РАН» (Россия, Москва);

В. Л. Коровин – д-р филол. наук, доцент кафедры истории русской литературы Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (Россия, Москва);

В. А. Котельников – главный научный сотрудник Отдела новой русской литературы Института русской литературы («Пушкинский дом»), зав. группой по изучению и изданию наследия К. Н. Леонтьева (Россия, Санкт-Петербург);

О. Г. Лазареску – д-р филол. наук, профессор кафедры русской литературы Московского педагогического государственного университета (Россия, Москва);

Н. В. Налегач – д-р филол. наук, профессор кафедры журналистики и русской литературы XX века Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций Кемеровского государственного университета (Россия, Кемерово);

Н. В. Патроева – д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка Петрозаводского государственного университета (Россия, Петрозаводск);

А. В. Растягаев – д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой филологии и массовых коммуникаций Самарского филиала Московского городского педагогического университет (Россия, Самара);

С. Е. Рахманкулова – д-р филол. наук, ведущий научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Искусственный интеллект и когнитивные исследования», профессор кафедры английского языка Высшей школы перевода Нижегородский государственный лингвистический университет им. Добролюбова (Россия, Нижний Новгород);

С. А. Песина – д-р филол. наук, профессор кафедры лингвистики и перевода Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

Ю. В. Сложеникина – д-р филол. наук, профессор кафедры филологии и массовых коммуникаций Самарского филиала Московского городского педагогического университета, декан филологического факультета (Россия, Самара);

О. Ю. Колесникова – канд. филол. наук, доцент кафедры языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

Н. В. Позднякова – канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и массовых коммуникаций Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

А. Л. Солдатченко – докт. пед. наук, профессор кафедры языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

О. В. Франчук – канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и массовых коммуникаций Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск);

А. В. Петров – д-р филол. наук, профессор, независимый исследователь (Россия, Магнитогорск);

Т. Б. Зайцева – технический редактор, д-р. филол. наук, профессор кафедры языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск).

Рисунок на обложке сгенерирован Flyvi.io на основе промта С. В. Рудаковой, д-ра филол. наук, зав. кафедрой языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова (Россия, Магнитогорск).

**2025. 2 (32)**

**Editorial Board:**

Svetlana Rudakova – Editor-in-Chief, Doctor of Sciences (Philology), Head of the Department of Linguistics and Literary, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Tatiana Abramzon – Deputy Editor, Doctor of Sciences (Philology), Director of the Institute for the Humanities, Professor of the Department of Linguistics and Literary, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Tatiana Avtukhovich – Doctor of Sciences (Philology), Professor of the Department of Russian Philology, Yanka Kupala State University of Grodno (Belarus, Grodno);

Marcin Borowski – PhD, Assistant Professor, Department of Russian Literature and Culture, University of Wrocław (Poland, Wrocław);

Ritsuko Kider – Associate Professor, Candidate of Sciences (Philology), Part-time Lecturer, Doshisha University in Japan (Japan, Kyoto);

Natalia Kononova – Doctor of Sciences (Philology) (Latvia, Riga);

Anna Yurievna Leontyeva – Candidate of Philology, Associate Professor; Associate Professor of the Department of Russian Language and Literature, North Kazakhstan University named after Manash Kozybayev (Republic of Kazakhstan, Petropavlovsk);

Alena Nichyporchyk – Doctor of Sciences (Philology), Head of the Department of Russian, General and Slavic Linguistics (Belarus, Gomel);

Ildikó Regéczy – Academic degree: Dr. Habil. in Literature and Cultural Studies, Kandidátus (PhD) Degree in Literature, Associate Professor, Institute of Slavic Studies, University of Debrecen (Hungary, Debrecen);

Laura Rossi – Professor of Russian Literature, University of Milan (Italy, Milan);

Alexandre Stroev – Doctor of Philology, Professor of the Department of Comparative Literary Studies, University Paris-III (New Sorbonne) (France, Paris);

Slobodanka Vladiv-Glover – Adjunct Associate Professor in the School of Languages, Literatures, Cultures and Linguistic, Monash University (Australia, Melbourne);

Zinaida Petrovna Tabakova – Doctor of Philology, Professor; Professor of the Department of Russian Language and Literature, North Kazakhstan University named after Manash Kozybayev (Republic of Kazakhstan, Petropavlovsk);

Bahodurjon Pulotovich Ashrapov – candidate of philological sciences, senior lecturer of the department of linguistics and comparative typology attached to the faculty of Foreign languages under the SEI «Khujand State

University named after academician B. Gafurov» (Tajikistan Republic, Khujand-city);

Maxim Amelin – Russian Poet, Translator, Literary Critic and Publisher, Chief Editor of the United Humanitarian Publishing House;

Alexander Vlaskin – Doctor of Sciences (Philology), Professor (Russia, Magnitogorsk);

Alexander Gladkov – Candidate of Historical Sciences, Senior Scholar of the Department of the Western European Middle Ages and Early Modern times of the Institute of General History of the Russian Academy of Sciences (Russia, Moscow);

Maria Kovshova– Doctor of Sciences (Philology), leading Researcher, Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences (Russia, Moscow);

Vladimir Korovin – Doctor of Sciences (Philology), Department of History of Russian Literature, Lomonosov Moscow State University (Russia, Moscow);

Vladimir Kotelnikov – Doctor of Sciences (Philology), General Research Officer of Department of New Russian Literature of Russian Literature Institute (the Pushkin House), Russian Academy of Sciences, Group Curator of K. N. Leontiev writings Publication Group (Russia, Saint Petersburg);

Natalia Nalegach – Doctor of Sciences (Philology), Professor of the Department of Journalism and Russian Literature of the 20th century, Kemerovo State University;

Olga Lazarescu – Doctor of Sciences (Philology), Professor of the Department of the Russian Literature, Moscow State Pedagogical University (Russia, Moscow);

Natalia Patroeva – Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of the Russian Language, Petrozavodsk State University (Russia, Petrozavodsk Petrozavodsk);

Andrey Rastyagaev – Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of Philology and Mass Communications, Moscow City University (Samara Branch) (Russia, Samara);

Svetlana Rakhmankulova – Doctor of Sciences (Philology), Senior researcher at Artificial Intelligence and Cognitive Research Laboratory, Full Professor at the Department of the English Language, Higher School of Translation and Interpreting, Linguistics University of Nizhny Novgorod (Russia, Nizhny Novgorod);

Julija Slozhenikina – Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of Philology and Mass Communications, Moscow City University (Samara Branch) (Russia, Samara);

Svetlana Pesina – Doctor of Sciences (Philology), Professor, of the Department of Linguistics and Translation, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Olga Kolesnikova – PhD in Philology, Assistant Professor of the Department of Linguistics and Literary, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Natalia Pozdnyakova – PhD in Philology, Assistant Professor of the Department of the Russian Language, General Linguistics and Mass Communication, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Aleksandr Soldatchenko – Doctor of Sciences (Pedagogy), Assistant Professor of the Department of Linguistics and Literary, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Oksana Franchuk – PhD in Philology, Assistant Professor of the Department of the Russian Language, General Linguistics and Mass Communication, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk);

Alexej Petrov – Doctor of Sciences (Philology), Professor (Russia, Magnitogorsk);

Tatiana Zaitseva – Technical Editor, Doctor of Sciences (Philology), Professor of the Department of Linguistics and Literary, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk).

The picture on the cover is generated by Flyvi.io on the basis of the prompt of S. V. Rudakova, Doctor of Philology, Head of the Department of Linguistics and Literature, Nosov Magnitogorsk State Technical University (Russia, Magnitogorsk).

## СОДЕРЖАНИЕ

### РАЗДЕЛ I. ПОЭТИКА ЛИТЕРАТУРЫ

*Ярина Н. В.* «ЛИНИЯ СУДЬБЫ» ЕЛИЗАВЕТЫ ДЪЯКОНОВОЙ В «СЮЖЕТАХ» ЕЕ «ДНЕВНИКА» (СТАТЬЯ ПЕРВАЯ) 13

*Нестеренко А. Д., Царан А. А.* ОБРАЗ МУЧЕНИЦЫ В ТВОРЧЕСТВЕ ЛАРСА ФОН ТРИЕРА 24

*Валюк М. Н., Харитонова С. В.* ОБРАЗ МОРЯ В ПЕРЕВОДАХ СТИХОТВОРЕНИЙ НЕМЕЦКИХ ПОЭТОВ-РОМАНТИКОВ 30

*Абдрахимова А., Колесникова О. Ю.* MYTHOLOGICAL CONTEXT IN THREE NOVELS ON «О» BY I. A. GONCHAROV 39

*Весельева А., Колесникова О. Ю.* THE IMAGE OF VENICE IN RUSSIAN POETRY OF THE XIX CENTURY 46

### РАЗДЕЛ II. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ПОЭТИКА. РИТОРИКА

*Газетдинова А. Р.* ЯЗЫКОВАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В МЕДИАПОЛЕ ДВУХ КУЛЬТУР 53

*Жавнерович М. С., Овчарова С. В.* СПОСОБЫ КРЕОЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА 61

*Коновалов М. А., Солдатченко А. Л.* THE SPECIFICS OF A SALES LETTER (ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ПИСЕМ) 71

*Костина К. К., Солдатченко А. Л.* PECULIARITIES OF WEB WRITING (СПЕЦИФИКА ВЕБ-РАЙТИНГА) 77

### РАЗДЕЛ III. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И СТРАНОВЕДЕНИЕ

*Ильинова Е. В.* АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «АМЕРИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» 83

## **РАЗДЕЛ V. ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ**

*Середкин* Т. Д., *Царан* А. А. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК 92

### **РАЗДЕЛ. ФИЛОСОФИЯ ЛИТЕРАТУРЫ**

*Чепелева* Г. И., *Карпова* А. П., *Астафьев* Д. А. «ОПИУМ ДЛЯ НИКОГО», ИЛИ МУЗЫКАЛЬНЫЙ ЭСКАПИЗМ КАК РЕФЛЕКСИЯ РУССКОГО РОК-АНДЕГРАУНДА В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ МЕТАМОРФОЗ 101

### **РАЗДЕЛ VI. СЕМИОТИКА: МИР КАК ТЕКСТ**

*Федяинова* А. К., *Царан* А. А. НАРОДНО-СЦЕНИЧЕСКИЙ ТАНЕЦ КАК ФОРМА СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ТРАДИЦИИ 115

**АВТОРАМ** 121

# CONTENTS

## РАЗДЕЛ I. POETICS OF LITERATURE

*Yarina N. V.* ELIZAVETA DYAKONOVA'S «LINE OF FATE»  
IN THE «PLOTS» OF HER «THE DIARY» (THE FIRST  
ARTICLE) 13

*Nesterenko A. D., Tsaran A. A.* THE IMAGE OF A MARTYR  
IN LARS VON TRIER'S CINEMATIC DISCOURSE 24

*Valyuk M. N., Kharitonova S. V.* IMAGE OF THE SEA  
IN THE TRANSLATIONS OF POEMS BY GERMAN ROMANTIC  
POETS 30

*Abdrakhimova A. N., Kolesnikova O. Y.* MYTHOLOGICAL  
CONTEXT IN THREE NOVELS ON «O» BY I. A. GONCHAROV 39

*Veseleva A. O., Kolesnikova O. Y.* THE IMAGE OF VENICE  
IN RUSSIAN POETRY OF THE 19<sup>th</sup> CENTURY 46

## PART II. LINGUISTIC POETICS. RHETORIC

*Gazetdinova A. R.* LINGUISTIC AND VISUAL  
COMMUNICATION IN THE MEDIA OF TWO CULTURES 53

*Zhavnerovich M. S., Ovcharova S. V.* METHODS  
OF CREOLIZATION OF MODERN ADVERTISING TEXT 61

*Konovalov M. A., Soldatchenko A. L.* THE SPECIFICS  
OF A SALES LETTER 71

*Kostina K. K., Soldatchenko A. L.* PECULIARITIES OF WEB  
WRITING 77

## PART III. CULTURAL LINGUISTICS AND COUNTRY- SPECIFIC STUDIES

*Ilyinova E. V.* AXIOLOGICAL COMPONENT  
OF THE LINGUOCULTURAL CHARACTER TYPE  
“AMERICAN BUSINESSMAN” 83

## **PART IV. TRANSLATION AND TRANSLATION STUDIES**

*Seredkina T. D., Tsaran A. A.* THE TRANSLATION  
OF THE TITLES OF ENGLISH-LANGUAGE FILMS INTO  
RUSSIAN 97

## **PART V. PHILOSOPHY OF LITERATURE**

*Chepeleva G. I., Karpova A. P., Astafiev D. A.* «OPIUM  
FOR NOBODY», OR MUSICAL ESCAPISM AS A REFLECTION  
OF RUSSIAN ROCK UNDERGROUND IN THE ERA  
OF SOCIAL METAMORPHOSES 101

## **PART VI. SEMIOTICS: THE WORLD AS A TEXT**

*Fedyainova A. K., Tsaran A. A.* CULTURAL TRADITION  
PRESERVATION: FOLK STAGE DANCE 115

**TO AUTHORS** 121

## РАЗДЕЛ I. ПОЭТИКА ЛИТЕРАТУРЫ

**ББК 83.3(2)**

**УДК 82-94**

**Н. В. Ярина<sup>1</sup>**

*ORCID: 0009-0008-4885-8993*

*МОУ СОШ № 38 им. В. И. Машковцева*

*455045, Россия, г. Магнитогорск, ул. Ворошилова, 11/1*

*alter\_egonv@mail.ru*

### **«ЛИНИЯ СУДЬБЫ» ЕЛИЗАВЕТЫ ДЬЯКОНОВОЙ В «СЮЖЕТАХ» ЕЕ «ДНЕВНИКА» (СТАТЬЯ ПЕРВАЯ)**

В статье дается аналитический обзор тех «сюжетов», которые составляют содержание первой части («Дневник одной из многих») известного русского женского дневника, принадлежащего Е. А. Дьяконовой (1874–1902). Анализ сюжетов оставшихся двух частей «Дневника» предполагается сделать в другой статье.

Дневниковый сюжет, в сравнении с фикциональным сюжетом произведения художественной литературы, обладает тремя специфическими особенностями. Он не вымышлен, не завершен, дискретен.

«Линия судьбы» Дьяконовой в «Дневнике одной из многих» (1886–1895) определяется, во-первых, естественно-биологически (переход из девического возраста к совершеннолетию); во-вторых, ментально-идеологически (главное и осознанное желание даиэристки в возрасте от 14 лет до 21 года – покинуть родной дом ради дальнейшей учебы и самостоятельной, независимой от матери жизни). В 14 лет в жизнь Дьяконовой входят три феномена, которые станут сквозными сюжетами ее «Дневника»: любовь – смерть – мечта о свободе (в правовом и материальном смыслах прежде всего).

Кроме этих сюжетов, в первой части «Дневника» намечаются и другие. На конец 1891 г. приходится завязка «материнско-дочернего сюжета» (отчуждение Лизы от матери); «развяжется» он лишь за год до гибели Дьяконовой. В начале этого же, 1891 г. (Лизе 16 лет) она открывает для себя свое тело; телесность в разных ее проявлениях

---

<sup>1</sup> Ярина Наталия Викторовна, преподаватель-исследователь, магистр, директор, МОУ «СОШ № 38 им. В. И. Машковцева», г. Магнитогорск, Россия.

и ощущение ее даиэристок составят важный (а для третьей части «Дневника» центральный) сюжет. Всё в том же 1891 г. после чтения Дьяконовой «Крейцеровой сонаты» начинается сюжет ее заочных отношений с Л. Н. Толстым. Около 1892 г. возникает характерно дневниковый сюжет самопознания и сопутствующий ему сюжет разочарования в Боге и вере (Дьяконова принадлежала к старинной купеческой семье, где были сильны традиции православия). Тогда же, в 1892 г., Дьяконова делает выбор в пользу учебы и свободы, отказываясь от обычного (традиционного) женского счастья – любви и семьи.

**Ключевые слова:** Е. А. Дьяконова, сюжетология, дневниковедение, гендерология, дневниковый сюжет, сюжет взросления, сюжет освобождения, ранний русский феминизм

### **Введение**

«Дневник» Елизаветы Александровны Дьяконовой (1874–1902) – выдающийся памятник русской литературной культуры рубежа XIX–XX вв. – содержит разнообразнейший материал о жизни незаурядной русской девушки из купеческого сословия. Для литературоведов дьяконовский дневник представляет первостепенный интерес, причем с самых разных точек зрения. В данной статье мы рассмотрим «сюжет» первой части «Дневника». Теоретико-методологической основой работы явились исследования по сюжетологии, дневниковедению и гендерологии.

«Дневник» был опубликован четырежды в 1900–1910-е годы. Его публикатором выступил Александр Александрович Дьяконов – родной брат Е. А. Дьяконовой; после ее трагической гибели к нему перешёл весь архив сестры. Предположительно, Е. А. Дьяконова сама разделила свои дневниковые записи на части, и сама дала им название (остается, однако, гипотетическая возможность того, что частично или полностью это сделал А. А. Дьяконов). В последнем, наиболее полном издании (1912 г.) «Дневник» разделен на три части:

- 1) «Дневник одной из многих» (1886–1895).
- 2) «Дневник на Высших Женских курсах» (1895–1899).
- 3) «Дневник русской женщины» (1900–1902).

Охват времени от части к части заметно сокращается (10 лет – 4 года – 1 год), а сам дневник становится, особенно с 1891 г., содержательно плотнее и драматичнее, «сюжетнее» и «литературнее» (особенно третья часть). Заголовками/названиями даиэристка задаёт главные, с ее точки зрения, темы и сюжетные векторы своего повествования. В каждой из частей «линия судьбы» Е. А. Дьяконовой

складывается из многих сюжетов и мотивов, как сквозных для всего «Дневника», так и индивидуально-своеобразных.

### **Сюжет в произведении дневникового жанра**

Все современные исследователи признают дневник жанром, совмещающим в себе художественное (фикциональное) и документально-публицистическое (нефикциональное). А. А. Зализняк и И. Л. Савкина считают дневник даже «в чем-то более фиктивным текстом, чем текст художественный, fiction-литература» [7; 11, 167]. В свое время Л. Я. Гинзбург находила в документальной литературе «эстетическую организованность», отмечая, что «для эстетической значимости не обязателен вымысел и обязательна организация – отбор и творческое сочетание элементов, отраженных и преображенных словом» [3, 8]. Исследовательница имела в виду возникновение в мемуарах и дневниках художественной образности. Если «художник» (беллетрист) изначально создает «знаки» (образы), «воплощающие мысль», то мемуарист «не может творить события и предметы», т. к. они ему даны, но он может превратить их в знаки исторических, философских, психологических и прочих «обобщений». В «факте», в «единичном и конкретном» возникает обобщающее, символическое значение, «пробуждается эстетическая жизнь; он становится формой, образом, представителем идеи» [3, 8–9].

Развивая мысль Л. Я. Гинзбург о том, что «построение художественной символики» в дневниках специфично, укажем как на один из способов такого построения на создание даиэристами «сюжетов».

Основой понятия «сюжет в дневнике» является скорректированное сквозь призму жанра дневника понятие «сюжет в художественном произведении», т. е. свойственный эпосу способ сообщения о событиях и сами события; «комплексный художественный образ – образ события или цепи событий» [9, 1048–1049]. Очевидны, конечно, и отличия «дневникового сюжета» от собственно художественного, «беллетристического». Отличия эти проистекают из жанровой природы дневника и конкретного эпического жанра, а специфические черты дневникового сюжета несложно дедуцировать из сущностных черт жанра дневника.

Понятие «сюжет» для дневниковедения привычно. Так, И. Л. Савкина отмечает, что «дневник обычно время от времени перечитывается автором, и все записанное ранее переосмысливается им

в какой-то результативный сюжет, который развивается в дальнейших записях» [12, 147]. А. А. Зализняк говорит об особой «семиотической природе» дневникового сюжета. Исследовательница считает, что в дневнике, в отличие от художественного произведения, отсутствует «единый авторский замысел», т. е., по сути, сюжет. «Аналогом отсутствующего в дневнике авторского замысла» она предлагает считать «ощущение» даиэристом «ценности» своей личности. Этот «стержень» и скрепляет (содержательно, стилистически, эмоционально) «разнородные записи» в дневнике [7]. О. Г. Егоров для анализа дневникового сюжета предлагает использовать такие, в частности, терминологические выражения: «сюжетоподобная организация» и «линия судьбы автора» [5, 226]. Заметим, что анализ О. Г. Егоровым дневников первой половины XIX в. убедительно опровергает приведенный выше тезис А. А. Зализняка, демонстрируя, что некоторые дневники строятся по литературным схемам, например жанров «романа воспитания» и «любовного романа», и что «замысел» «в той или иной степени» у даиэриста всегда имеется [5, 228–233].

Главными особенностями дневникового сюжета как такового можно считать следующие:

– *невывышенность*: он «не мыслится заранее, а создается в процессе написания произведения» [5, 227].

– *незавершенность*: даиэрист, зависимый от внешних событий окружающей жизни, начатый им «сюжет» может просто не завершить в силу того, что сама жизнь не дает ему материала для продолжения;

– *дискретность*: начатый в одной подневной записи рассказ о неких событиях, встречах и пр. даиэрист может возобновить в другой записи через длительный промежуток времени и формально никак не связывать его с предыдущими упоминаниями об этом «предмете» или «теме».

Опираясь на приведенные выше теоретические положения, рассмотрим подробнее сюжеты/сюжеты первой части «Дневника» Е. А. Дьяконовой. Анализ сюжетов второй и третьей частей оставляем для другой статьи.

### **«Дневник одной из многих» (31 мая 1886 – 15 августа 1895): история о девичьем взрослении, мечтах и освобождении**

На первый взгляд, названием этой части дневника – «Дневник одной из многих» – Е. А. Дьяконова хотела подчеркнуть свою малость, типичность и незаметность – отсутствие у нее индивидуальности, и до какого-то момента это действительно отвечало ее

самоощущению. Однако запись от 16 мая 1892 г., где впервые встречается это обозначение «журнала», вскрывает его полемический характер. «Одна из многих» в понимании даиэристки – это некое обобщающее «мы», а «мы» в указанной записи – это «девушки, окончившие и неокончившие курса гимназии, желающие продолжать свое образование далее, но не находящие в семье ни сочувствия, ни поощрения, а наоборот, сильное сопротивление...»<sup>1</sup> (с. 74). Незванный «адресат» дальнейших феминистских размышлений Дьяконовой – традиционные, «мужские» взгляды на женское образование, т. е., в сущности, патриархатная российская культура конца XIX века.

Однако до 1892 г. еще 6 лет, и за эти годы девочка-подросток, только-только вышедшая из детства в начале ведения дневника (1886 г.), превратилась в девушку, не по годам развитую и начитанную. Не следует забывать, однако, что дневник Дьяконова стала вести в возрасте 11 лет. В соответствии с этим возрастом она поначалу и пишет дневник, в частности, делает записи нерегулярно и редко (в 1886–1887 гг. и даже в 1891–1892-м – один раз в несколько месяцев); отбирает материал, следуя своим детско-отроческим интересам (в основном это учеба: перевод из класса в класс, оценки в гимназии, а также отдельные яркие события – праздники, день рождения, поход на концерт, прогулка с гувернанткой на бульваре, урок танцев и т. д.). Функции этого детско-девичьего дневника (какими их описывает исследователь русской девичьей культуры С. Б. Борисов) до определенного момента вполне стандартные. Это типичный личный девичий дневничок – «милый дневник» (с. 2), который призван сохранять в памяти «значимые события индивидуальной жизни» и заменять реальное общение, быть «исповедником» [2, 261–263]. В дневнике Лизы за 1886–1888 гг. еще практически нет того, что в гендерологии считается основными культурными практиками «девичьего детства» – «практик знакомства с собственным и чужим телом» [2, 6]. Всё или почти всё сводится к так называемым «неэротическим коммуникативным девичьим практикам» [2, 63].

Нет в дневнике за эти два года и никаких «сюжетов», ибо 12–14-летняя девочка, хотя и начитанная, и рассуждающая иногда не по годам взросло, этих «сюжетов» в жизни видеть и опознавать ещё просто не умеет, да и сама ее жизнь пока «внесюжетна» и бесконфликтна – состоит из посещения гимназии, из домашних

---

<sup>1</sup> Далее «Дневник» Е. А. Дьяконовой цитируется по изданию [4] с указанием в тексте страницы в круглых скобках.

## *Н. В. Ярина*

занятий и прогулок. «Рождение» первых сюжетов концентрированно приходится на конец 1888 года.

Первый такой сюжет намечается 12 ноября 1888 г., и связан он с предполагаемым, но не состоявшимся замужеством гувернантки – Александры Николаевны. В жизнь даиэристки, таким образом, входит любовь, пока еще чужая. Становление и формирование другого сюжета более растянуто во времени; он – о вхождении в судьбу Дьяконовой смерти, прежде всего ее отца, умершего 12 января 1887 г., но и других людей тоже (см. записи от 04.01.1887, 05.05.1888, 11.10.1888 и др.). Вместе с любовью смерть являются, пожалуй, двумя главными, точнее даже, сквозными темами «Дневника», образующими в ходе своего развертывания ряд отдельных сюжетов и мотивов.

26 декабря 1888 г. в «Дневнике одной из многих» появляется третий сюжет – мечта, которая будет реализована девушкой уже после окончания Бестужевских курсов. После разговора с гувернанткой Дьяконова, во-первых, вдруг узнаёт о своей «самобытности», непохожести на других и, во-вторых, признаётся в том, что хочет «уехать в Америку, сдать там экзамен на капитана, получить в команду какое-нибудь судно и отправиться путешествовать» (с. 26). Вместо Америки Дьяконова в 1895 году уедет в Петербург (и это равносильно Америке в тех обстоятельствах, в которых находилась даиэристка), а потом в Париж и Лондон; экзамен она тоже сдаст, хотя и не на капитана; будет и путешествовать. То есть все эти скорее юношеские, нежели девичьи полуосознанные мечтания трансформируются в жизненные и дневниковые сюжеты.

В конце этой же декабрьской записи, последней в 1888 г., Дьяконова впервые задумывается о своем совершеннолетии и гражданских правах: «Ведь я читала, что римлянка 14-ти лет надевала тогу и делалась полноправной гражданкой; а у нас когда это право получается? – В 21 год, или когда замуж выйдешь. Странно!..» (с. 27).

Итак, в 14-летнем возрасте даиэристка сталкивается с феноменами любви, смерти, личностной индивидуации, гражданских прав женщины – иными словами, очевидно и резко взрослеет. С этого момента в «Дневнике» и начинают свое движение указанные сюжеты.

1 января 1889 г., во время семейного (новогоднего) праздника Лиза осознает свою (и своих сестер) отчужденность от матери. Эта запись становится прологом к «материнско-дочернему сюжету» (ср. [8]) – семейной драме, завязка которой приходится где-то на конец 1891 г. (ср. запись от 30.10.1891), периодические обострения – на 1894–1895 гг. (когда приближается совершеннолетие Дьяконовой),

временное затишье – на период обучения на Бестужевских курсах, а драматичная развязка – на март 1901 года (когда Лиза ненадолго возвращается из Парижа в Ярославль по делам бабушкиного наследства).

1891 год является важнейшей вехой в «линии судьбы» даиэристки и, соответственно, в появлении и развитии новых сюжетов в ее дневнике. Дьяконовой 16 лет. Именно в этом, знаковом для девушки возрасте она делает ряд значительнейших личностных открытий (завязываются соответственно новые сюжеты «Дневника») и прежде всего открывает для себя свое тело.

Утром 1 февраля 1891 г. Дьяконова глядится в зеркало и обнаруживает, что на нее смотрит «урод» (с. 66). С этого момента начинается собственно «женский» дневник: «телесность» (см., например [6; 12]) во всех ее проявлениях и ощущение ее даиэристкой трансформируются в делящийся до конца ее жизни сюжет. П. Басинский, автор беллетризованной биографии Е. А. Дьяконовой, указывает на эту запись как на переломную в «Дневнике» [1, 43].

19 апреля 1891 г. в руки Е. А. Дьяконовой попадает «Крейцера соната» Л. Н. Толстого, на тот момент скандально известное и запрещенное цензурой произведение. Кроме того, что оно с его символическими смыслами входит в сюжет о «телесности», о пробуждении в даиэристке сексуальности, с чтения и дальнейшего осмысления «Крейцеровой сонаты» начинается новый сюжет – отношений Е. А. Дьяконовой, читательницы и феминистки, со Львом Толстым и позднейшей полемики с ним по поводу брака и «женского вопроса» (см. [10]).

Экзистенциальное потрясение испытает даиэристка 23 мая 1891 г., когда узнает от «просвещенной» одноклассницы правду о «самом низком чувстве» – любви (с. 69).

Неудивительно, что на следующий год (запись от 10.03.1892 г.) Дьяконова решает вести «новый дневник», теперь уже «только для себя», ничего от себя не скрывая (с. 72) и не доверяя людям (с. 80) (запись от 12.08.1892). Стимулом к началу словесного «самообнажения», духовно-телесной «исповеди» послужило, вероятно, чтение ею «Дневника» Марии Башкирцевой (10.03.1892).

Запись от 13 марта 1892 г., пожалуй, первая, где отчетливо начинается характерно дневниковый сюжет самопознания, поиска ответов на те самые, отнюдь не женские только, вопросы «кто я?», «почему я такая?», «почему меня никто не любит?» и пр. 2 апреля, в Великий четверг, Дьяконова впервые испытает религиозный кризис – очередной и очень значимый сюжет «Дневника», особенно 2-й его

## **Н. В. Ярина**

части. Даиэристка не может «дать ответа на вопрос: что такое Бог?» и упрекает себя «за неверие, – грех, в котором до сих пор никогда не была виновата в детстве, ибо мысли о Боге для меня были самыми лучшими» (с. 73).

Напомним, что 16 мая того же года Е. А. Дьяконова дает своему дневнику название «журнал “одной из многих”» (с. 74) и признаётся в самом заветном своем желании – «учиться». Высказанное словесно, оно превращается в жизненный сюжет, который подробно описан во второй части «Дневника». В записи от 12 августа 1892 г. даиэристка формулирует для себя то противоречие в своей жизни, которое, как окажется, во многом определит ее судьбу: «Я хочу одного и только одного: учиться. <...> Все другие желания и страсти не существуют для меня; природа же нарочно создала меня так, что благодаря моей внешности – все мечтания о счастье, любви не для меня» (с. 79). Иными словами, выбор в пользу учебы (= «неженское», запретное) был сделан едва ли не по одной причине – некрасивой внешности, которая закрыла девушке дорогу к любви и счастью (= «женское», одобряемое обществом). Этот конфликт выльется не только в соответствующий напряженный дневниковый сюжет, но самым прямым образом скажется на судьбе даиэристки.

«Дневник одной из многих» заканчивается записью от 15 августа 1895 года – дня совершеннолетия Е. А. Дьяконовой. Она ничего не чувствует, когда мать поздравляет ее, плачет и нежно целует, и в то же время испытывает «глубокое чувство внутреннего освобождения», ощущает, что стоит «на рубеже прежней и предстоящей новой жизни». Здесь завершается главный сюжет первой части «Дневника», каким он окончательно вырисовывается к моменту достижения даиэристкой 21 года. Это, во-первых, история взросления, перехода из одного возраста (девичество) в другой (молодость/совершеннолетие) и, во-вторых, начало освобождения (пока только от материнского «гнёта» и некоторых традиционных социокультурных представлений, свойственных провинциальному русскому купечеству), эмансипации.

### **Список источников**

1. Басинский П. В. Посмотрите на меня: Тайная история Лизы Дьяконовой. Москва: Изд-во АСТ: Редакция Елены Шубиной, 2018. 448 с.
2. Борисов С. Б. Мир русского девичества: 70–90 годы XX века. Москва: Ладомир, 2002. 343 с.
3. Гинзбург Л. Я. О психологической прозе. Москва: INTRADA, 1999. 411 с.

4. Дневник Елизаветы Дьяконовой. 1886–1902 г.; Литературные этюды, стихотворения, статьи, письма / Под ред. и с вступ. ст. А. А. Дьяконова. 4-е изд., знач. доп. Москва: Издание В. М. Саблина, 1912. 837 с.

5. Егоров О. Г. Русский литературный дневник XIX века: исследование. Москва: ФЛИНТА, Наука, 2011. 280 с.

6. Жеребкина И. «Прочти мое желание...». Постмодернизм. Психоанализ. Феминизм. Москва: Идея-Пресс, 2000. 256 с.

7. Зализняк А. Дневник: к определению жанра [Электронный ресурс] // Новое литературное обозрение. 2010. № 6. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2010/6/dnevnik-k-opredeleniyu-zhanra.html> (дата обращения: 20.02.2025).

8. Лебедева У. Б. Взаимоотношения матери и дочери в «Дневнике русской женщины» Е. А. Дьяконовой // Слово и текст: теория и практика коммуникации: сб. научно-метод. трудов / под общ. ред. О. В. Четвериковой. Вып. 18. Армавир: РИО АГПУ, 2024. С. 31–35.

9. Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А. Н. Николюкина. Москва: НПК «Интелвак», 2001. 1600 стб.

10. Петров А. В., Ярина Н. В. Статья Елизаветы Дьяконовой «О женском вопросе» (1902): из истории русского феминизма и толстовства // Libri Magistri. 2022. № 3 (21). С. 55–69.

11. Савкина И. Дневник советской девушки (1968–1970): приватное и идеологическое // Cahiers du Monde russe. 2009. № 50 (1). P. 153–168.

12. Савкина И. Разговоры с зеркалом и Зазеркальем: Автодокументальные женские тексты в русской литературе первой половины XIX века. Москва: Новое литературное обозрение, 2007. 416 с.

#### REFERENCES

1. Basinskij P. V. Posmotrite na menja: Tajnaja istorija Lizy D'jakonovoj [Look at Me: The Secret Story of Lisa Dyakonova]. Moscow: Izd-vo AST: Redakcija Eleny Shubinoj, 2018. 448 p. (In Russ.).

2. Borisov S. B. Mir russkogo devichestva: 70–90 gody XX veka [The world of Russian girlhood: 70-90 years of the XX century]. Moscow: Ladomir, 2002. 343 p. (In Russ.).

3. Ginzburg L. Ja. O psihologicheskoy proze [About psychological prose]. Moscow: INTRADA, 1999. 411 p. (In Russ.).

4. Dnevnik Elizavety D'jakonovoj [The diary of Elizaveta Dyakonova]. 1886–1902 g.; Literaturnye jetjudy, stihotvorenija, stat'i, pis'ma / Pod red. i s vstup. st. A. A. D'jakonova. 4-e izd., znach. dop. Moscow: Izdanie V. M. Sablina, 1912. 837 p. (In Russ.).

5. Egorov O. G. Russkij literaturnyj dnevnik XIX veka:

issledovanie [Russian literary diary of the 19th century: a study]. Moscow: FLINTA, Nauka, 2011. 280 p. (In Russ.).

6. Zherebkina I. «Prochi moe zhelanie...». Postmodernizm. Psihoanaliz. Feminizm [«Read my wish...». Postmodernism. Psychoanalysis. Feminism]. Moscow: Ideja-Press, 2000. 256 p. (In Russ.).

7. Zaliznjak A. Dnevnik: k opredeleniju zhanra [Diary: towards the definition of a genre] [Elektronnyj resurs] // Novoe literaturnoe obozrenie [New Literary Review]. 2010. № 6. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2010/6/dnevnik-k-opredeleniyu-zhanra.html> (accessed 20.02.2025). (In Russ.).

8. Lebedeva U. B. Vzaimootnosheniya materi i docheri v «Dnevnikе russkoj zhenshiny» E. A. D'jakonovoj [The relationship between mother and Daughter in the «Diary of a Russian Woman» by E. A. Dyakonova] // Slovo i tekst: teorija i praktika kommunikacii: sb. nauchno-metod. trudov / pod obshh. red. O. V. Chetverikovoj. Vyp. 18. Armavir: RIO AGPU, 2024. Pp. 31–35. (In Russ.).

9. Literaturnaja enciklopedija terminov i ponjatij [The literary encyclopedia of terms and concepts] / Pod red. A. N. Nikoljukina. Moscow: NPK «Intelvak», 2001. 1600 p. (In Russ.).

10. Petrov A. V., Yarina N. V. Stat'ja Elizavety D'jakonovoj «O zhenskom voprose» (1902): iz istorii russkogo feminizma i tolstovstva [Elizaveta Dyakonova's article «On the women's question» (1902): from the history of russian feminism and tolstoyism] // Libri Magistri. 2022. № 3 (21). Pp. 55–69. (In Russ.).

11. Savkina I. Dnevnik sovetskoj devushki (1968–1970): privatnoe i ideologicheskoe [Diary of a Soviet girl (1968-1970): private and ideological] // Cahiers du Monde russe. 2009. № 50 (1). Pp. 153–168. (In Russ.).

12. Savkina I. Razgovory s zerkalom i Zazerkal'em: Avtodokumental'nye zhenskie teksty v russkoj literature pervoj poloviny XIX veka [Conversations with a Mirror and the Looking Glass Land: Women's Auto-documentary Texts in Russian Literature of the first Half of the 19th Century]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2007. 416 p. (In Russ.).

**ELIZAVETA DYAKONOVA'S «LINE OF FATE»  
IN THE «PLOTS» OF HER «THE DIARY» (THE FIRST ARTICLE)**

*Natalya V. Yarina*

Teacher-researcher, Magister, director, secondary educational school № 38  
(Magnitogorsk, Russia)

**Abstract**

The article provides an analytical overview of the «plots» that make up the content of the first part («Diary of One of Many») the famous

Russian women's diary, owned by E. A. Dyakonova (1874-1902). The analysis of the plots of the remaining two parts of the «Diary» is supposed to be done in another article.

The diary plot, in comparison with the fiction, has three specific features. It is not fictional, incomplete, discrete.

Dyakonova's «Line of fate» in «The Diary of One of Many» (1886-1895) is determined, firstly, naturally and biologically (the transition from girlhood to adulthood); secondly, mentally and ideologically (the main and conscious desire of a diarist aged 14 to 21 is to leave her native home for the sake of further education and independent life from the mother). At the age of 14, Dyakonova's life includes three phenomena that will become the cross-cutting plots of her «Diary»: love, death, and a dream of freedom (in juridical and material terms, first of all).

In addition to these plots, others are planned in the first part of the «Diary». At the end of 1891, the «mother vs daughter plot» (Lisa's estrangement from her mother) began; it «unraveled» only a year before Dyakonova's death. At the beginning of the same year, 1891 (Lisa is 16 years old) she discovers her body; physicality in its various manifestations will form an important (and for the third part of the «Diary» central) plot. In the same year, 1891, after reading the «Kreutzer Sonata», the plot of her correspondence with Leo Tolstoy begins. Around 1892 there is a characteristic diary plot of self-discovery and the accompanying plot of disappointment in God and faith (Dyakonova belonged to an old merchant family, where the traditions of Orthodoxy were strong). At the same time, in 1892, Dyakonova made a choice in favor of study and freedom, rejecting the usual (traditional) female happiness – love and family.

**Keywords:** E. A. Dyakonova, narratology, diaristics, genderology, diary plot, plot of growing up, plot of liberation, early Russian feminism

*Для цитирования:* Ярина Н. В. «Линия судьбы» Елизаветы Дьяконовой в «Сюжетах» ее «Дневника» // Libri Magistri. 2025. № 1 (31). С. 13–23.

*Поступила в редакцию 21.02.2025*

*А. Д. Нестеренко, А. А. Царан*

**УДК 791.43, 808**

**ББК 85.37, 80/84**

*А. Д. Нестеренко<sup>1</sup>*

*ORCID: 0009-0000-5316-5288*

*Магнитогорский государственный  
технический университет им. Г. И. Носова  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38  
nasya.nesterenko.03@inbox.ru*

*А. А. Царан<sup>2</sup>*

*ORCID: 0000-0002-4603-2820*

*Магнитогорский государственный  
технический университет им. Г. И. Носова  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38  
aatsaran@mail.ru*

## **ОБРАЗ МУЧЕНИЦЫ В КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ЛАРСА ФОН ТРИЕРА**

В данной статье используется сопоставительный метод изучения, предпринимается попытка выяснить основные причины объединения фильмов Ларса фон Триера «Рассекая волны», «Идиоты» и «Танцующая в темноте» в трилогию «Золотое сердце». Исследования, посвященные работам датского режиссера, не в полной мере затрагивают проблему мученичества его героинь, обходя стороной женские образы, забывая, насколько велико их влияние в кинематографическом мире Триера.

*Ключевые слова:* «Рассекая волны», «Идиоты», «Танцующая в темноте», Ларс фон Триер, «Золотое сердце», мученица.

Ларс фон Триер – датский кинорежиссер, известный своей скандальностью не только в мире кино, но и в реальной жизни. Все его работы направлены на изучение «темной» стороны человека. Это своеобразная эстетизация уродства человеческой души, но через это уродство проглядывает невинность и душевная незапятнанность его главных героинь, которых в большинстве случаев можно назвать

---

<sup>1</sup> Нестеренко Анастасия Дмитриевна, бакалавр-филолог, Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск, Россия

<sup>2</sup> Царан Александр Александрович, кандидат педагогических наук, доцент кафедры языкознания и литературоведения МГТУ им. Г. И. Носова, г. Магнитогорск, Россия.

мученицами. Фильмы Триера наполнены философскими размышлениями о вере, религии, но выступают они, скорее, в роли тяжкой ноши, а не в роли избавителя от бед.

Подобно Флоберу, заявляющему: «Эмма Бовари – это я», Триер также указывает на свою схожесть с главными героинями его фильмов: «Все мои персонажи – это я сам и есть». [1, с. 207]. Но почему режиссер избирает в качестве главного героя женщину? По признанию самого датчанина, образ женщины, причем непременно страдающей, был вдохновлен опытом Карла Теодора Дрейера, мастера психологического фильма. Женщины более склонны к мученичеству, и это прослеживается во всех фильмах Триера (последняя работа – «Дом, который построил Джек» не исключение, здесь протагонист мужчина, однако женщины не перестают играть свое амплуа мученицы). Мужчины в его фильмах предстают носителями рациональной идеи – аполлонического начала, женщины же отождествляются с природой, хаосом, естеством. Она таинственнее, опаснее, сильнее мужчины. Она воплощает дионисийское начало.

Режиссер объединяет свои работы в трилогии, и одна из таких трилогий – «Золотое сердце». Навеяна она прочитанной в детстве фон Триером книгой, которая носит одноименное название – «Золотое сердце». Книга рассказывает о девочке, гуляющей по лесу с хлебными крошками в карманах. По пути она расстается со всем, что имела, одаряя каждого встречного, беспрестанно повторяя «со мной все будет в порядке». В конце сказки, оставшись ни с чем, девочка понимает, что ей «и так хорошо». В этой реплике роль мученицы доведена до предела. [4, 208] Именно образ этой девочки и перекочевал в героинь трилогии: Бесс («Рассекая волны»), Карен («Идиоты») и Сельму («Танцующая в темноте»). Во всех этих фильмах есть тема, проходящая красной нитью – идеалист, становящийся жертвой своих убеждений, вынужденный принести себя в жертву. Что можно сказать об их жертвенности? Героини в этих фильмах борются за то, чтобы время, отведенное им на земле, приобрело смысл, и если жизнь – концепция, лишенная всякого смысла, то тот, кто жертвует собой, придает хоть немного значимости своему существованию. Им легче умирать, зная, что их жертва ради веры, ради идеи, ради им одной известной цели, но она не напрасна, поэтому Бесс и Сельма смиренно принимают свою смерть, нисколько не сопротивляясь злему року, а Карен смиренно принимает изгнание из собственной семьи. Все три героини кажутся слабыми, не способными противостоять чему бы то ни было, однако на поверку оказываются чрезвычайно сильными. В этом случае фон Триер спорит с христианской этикой: его героинями движет не принцип,

а любовь, любовь к близкому человеку. Так Бесс жертвует своим телом во имя спасения своего мужа, Карен жертвует семьей и прошлой «нормальной» жизнью ради новообретенных друзей, а Сельма, посвящая свое существование сыну, идет на преступление, а следом и на смерть. Триер вынуждает их на эти крайности, поскольку только так их жертва будет иметь смысл.

Открывает трилогию о святых дурочках, мученицах, жертвующих всем, фильм «Рассекая волны» (1996). Юная Бесс наивно верит в свою способность непосредственно общаться с Богом, на протяжении фильма мы не единожды наблюдаем ее диалоги с господом. Ян, муж Бесс, в результате несчастного случая на нефтяной платформе оказывается парализованным. Это испытание сломило Яна духовно и обнажило его убогость и никчемность. Он убеждает Бесс, что она поможет его исцелению, если заведет другого мужчину и будет посвящать Яну любовные акты с другим человеком, рассказывая о них. Бесс идет на эти унижения, полагая, что эта жертва возродит его к жизни, считая их своим искуплением грехов, ведь это она, Бесс, так яростно молила господу вернуть мужа поскорее домой. Эта героиня ближе всех к сказочному прототипу «Золотого сердца», она добра ко всем по своей природе: «Ибо такова твоя сущность – ты готова пожертвовать всем ради других». Бесс самозабвенно принимается ухаживать за мужем, не забывая о его просьбе, но набожность героини останавливает ее от грехопадения. Однако в очередном «диалоге» с Богом девушка находит оправдание: «Мария Магдалина тоже грешила, а теперь она одна из возлюбленных моих». Жертвенный путь Бесс обоснован ее желанием спасти мужа ценой собственной жизни. Смерть – кульминационный момент фильмов всей трилогии, смерть приводит ее к катарсису. Умирая, избавляясь от оскверненного тела, она обретает свое первоначальное значение. Жертва героини, ее вера в правильность своего выбора творит чудо: к Яну возвращается способность ходить. И как бы в подтверждение триумфа Бесс, в награждение за ее жертву над пространством моря слышится колокольный звон, о котором так мечтала героиня. Именно безоглядность самоотдачи Бесс обеспечивает возможность финального чуда.

Следующим по хронологии оказывается фильм «Идиоты» (1998), один из самых спорных фильмов Триера, снятый по законам «Догмы-95». Карен зашла в кафе, где к ней подошел странный молодой человек с явными психическими отклонениями, взял за руку и отказался отпускать, робко повинувшись ему, Карен пошла следом. По дороге выяснилось, что молодой человек – Стоффер – вовсе не страдает психическими недугами, а лишь разыгрывает с друзьями «идиотов».

Они живут в загородном доме, ежедневно упражняясь в «идиотизме». Такова завязка фильма. Стоффер проповедует теорию «внутреннего идиота», согласно которой человек может обрести гармонию с собой и вернуться в естественное, первоначальное состояние. Если бы не идейная принадлежность к трилогии, догадаться о том, что главную роль в фильме играет Карен, было бы проблематично, никто бы не расценивал ее как центрального «идиота». Образ Карен изначально несет в себе черты юродивого человека. Ее жертвенность заключается не в посвящении жизни одному человеку, а в добровольном страдании. Она принимает свою вину и вину своих друзей, «болеет» за всех. Кульминационным моментом в фильме становится вопрос: кто из участников готов разыграть идиота не перед незнакомыми людьми, а со своими близкими? Никто из участников оказывается не в силах сделать это, кроме Карен, которая до этого момента не вмешивалась в ход игры, а была лишь молчаливым наблюдателем. Она, также как и Бесс, полна самоотверженности. Карен возвращается в семью, где выясняется, что перед встречей со Стоффером Карен и ее муж пережили смерть их ребенка. Выбор Карен – это не бунт, а боль и попытка от этой боли уйти. Отсюда ее стремление к искуплению вины.

Завершает трилогию фильм «Танцующая в темноте». Сельма, «Золотое сердце» «Танцующей в темноте», проходит через муки ради своего сына, тяжким трудом зарабатывая на дорогостоящую операцию по коррекции зрения. Добродетель Сельмы отлична от добродетели Карен и Бесс, Сельма жертвует собой во имя своего дитя, а потому за ее страданиями сложно наблюдать отстраненно. Сельма сама страдает от прогрессирующей близорукости, она знала, что этот недуг наследственен, но тем не менее воспитывает сына, обреченного на такие же страдания. Однако это в некоторой степени эгоистичное желание Сельмы «подержать ребеночка на руках» оборачивается для нее непосильным бременем, с которым она покорно мирится: «Я виновата во всем, я так считаю». Она во всем покорна судьбе, попытавшись протестовать против несправедливости единожды, когда сосед украл деньги, откладываемые на операцию, она обрекла себя на смерть.

В том, что Сельма так неистово защищает деньги, видится не мелочность, не жадность, а проявление истинной любви к своему сыну. Эти деньги для нее – единственный способ искупить свою вину. Смертную казнь героиня считает справедливым наказанием за убийство соседа, соглашаясь терпеть муки только за то, что ее сын будет спасен. Концовка фильма более жестокая, чем в «Идиотах» и «Рассекая волны».

Сельма также жертвует собой ради высшей цели, но никакого катарсиса нет, нет и чуда.

Идейно к трилогии примыкает и фильм «Догвилль» (2003), но принципиально отличающийся финал не позволяет отнести его к «Золотому сердцу». Концовка «Догвилля» противоречит идее жертвенности «золотого сердца», если в трилогии добро героинь так или иначе было вознаграждено, то Грейс (протагонист фильма) доказывает добрым самаритянам, что их зло будет наказано.

Таким образом, героини «Золотого сердца» находят для себя путь к своему жертвенному подвигу через сильнейшее чувство: любовь. Творить настоящее добро можно только бескорыстно, не задумываясь о себе. Так поступают Бесс, Карен и Сельма. Любые действия, движимые благородными помыслами или низменными, приведут, в конечном счете, к печальному результату – действуя из лучших побуждений, человек причиняет другому зло. Во всех трех случаях смерть становится решающим, финальным аккордом в становлении мученичества героинь.

#### **Список источников**

1. Долин А.<sup>3</sup>, фон Триер Л. Ларс фон Триер: Контрольные работы. Анализ, интервью. Догвилль: Сценарий. Москва: Новое лит. обозрение, 2007. 454 с.
2. Ларс фон Триер // сост. В. Степанов. Санкт-Петербург: Сеан, 2021. 320с.
3. Никитина А. А. «Рассекая волны» Ларса фон Триера через призму мистерии // Вестник науки и образования. 2018. № 17-2. С. 63–67.
4. Триер Ларс, фон: Интервью: Беседы со Стигом Бьоркманом / пер. с швед. Ю. Колесовой. Санкт-Петербург: Изд. дом «Азбука-классика», 2008. 352 с.
5. Турышева О. Н. Хриstopодобный человек в творчестве Ларса фон Триера: к вопросу о характере диалога с Ф. М. Достоевским // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2015. № 1. С. 145– 155

#### **REFERENCES**

1. Dolin A, von Trier L. Lars von Trier: Tests. Analysis, interviews. Dogville: Scenario. Moscow: New lit. review, 2007. 454 p. (In Russ.)
2. Lars von Trier // comp. V. Stepanov. St. Petersburg: Sean, 2021. 320 p. (In Russ.)

---

<sup>3</sup> Включен Минюст РФ в реестр иноагентов.

3. Nikitina A. A. "Breaking the Waves" by Lars von Trier through the prism of mystery // Bulletin of Science and Education. 2018. № 17-2. Pp. 63-67. (In Russ.)

4. Trier Lars, background: Interview: Conversations with Stig Bjorkman / lane with Swede. Yu. Kolesova. St. Petersburg: Ed. House "ABC-Classics," 2008. 352 p. (In Russ.)

5. Turyshcheva O. N. Christ-like person in the work of Lars von Trier: to the question of the nature of the dialogue with F. M. Dostoevsky Bulletin of Perm University. Russian and foreign philology. 2015. № 1. Pp. 145-155. (In Russ.)

### **THE IMAGE OF A MARTYR IN LARS VON TRIER'S CINEMATIC DISCOURSE**

*Anastasia D. Nesterenko*

Bachelor-philologist, Nosov Magnitogorsk State Technical University  
(Magnitogorsk, Russia)

*Alexander A. Tsaran*

Candidate of Pedagogical Sciences, Professor of the Department  
of Linguistics and Literary Studies of Nosov Magnitogorsk State Technical  
University (Magnitogorsk, Russia)

#### **Abstract**

Using the comparative method of research, this article attempts to reveal the main reasons why Lars von Trier's films "Breaking the Waves", "The Idiots", and "Dancer in the Dark" were combined into The Golden Heart trilogy. Studies of the Danish director's work do not fully address the problem of the martyrdom of his heroines, bypassing the female characters and forgetting how great their influence is in Trier's cinematic world.

**Keywords:** «Breaking the Waves», «The Idiots», «Dancer in the Dark», «Lars von Trier», «The Golden Heart», a martyr

**Для цитирования:** Нестеренко А. Д., Царан А. А. Образ Мученицы В Творчестве Ларса Фон Триера // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 24–29.

*Поступила в редакцию 23.12.2024*

*M. N. Valyuk, S. V. Kharitonova*

УДК 821.112.2  
ББК 83.3(4Гем)

*M. N. Valyuk<sup>1</sup>*

ORCID: 0009-0006-2399-4601

*Nosov Magnitogorsk State Technical University  
paperplane619@gmail.com*

*S. V. Kharitonova<sup>2</sup>*

ORCID: 0000-0002-4603-9387

*Nosov Magnitogorsk State Technical University  
s.haritonova@magtu.ru*

## GERMAN ROMANTIC POETS' POEM TRANSLATIONS: THE IMAGE OF THE SEA

### *Abstract*

The German literature gives us an amazing wealth of images and motifs, and among them the most beloved and poetic has always been and still remains the image of the sea, a symbol of inspiration, a sublime dream. The radiance of the sea, the blue of its deep shades has become the basis of the palette of colors for a variety of poetic works. The German poets Heinrich Heine and Wolfgang Goethe are among the greatest lyricists in world literature. Many Russian poets and translators began their writing career with the translation of their great works.

**Keywords:** the image of the sea, romanticism, lexeme, motif, lyric poetry, symbol

### *Introduction*

The image of the sea is traditionally one of the most common images in romantic poetry. Many writers were fascinated by the mysterious depth of the sea, hiding numerous secrets from prying eyes. The poet could share with the sea the things that weigh on his soul, and the boundless dark. Obviously, this image was also captured in their works by German poets of the Romantic era. The image of the sea attracted writers with its depth

---

<sup>1</sup> Valyuk Maria N. – Bachelor of Philology, Specialist, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia;

<sup>2</sup> Kharitonova Svetlana V. – PhD in Pedagogic, Associate Professor, Department of Linguistics and Literary, Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia.

and ambiguity of interpretation. The purpose of this article is to examine, compare and analyze the image of the sea in the poems of German poets and their translations into Russian. This study presents how and what ways each poet and translator interpreted their own feelings.

In this scientific work, we will consider only three poems from the entire variety of works. These are «Calm» by Johann Wolfgang von Goethe, «Over the foam of the sea I'm embraced by thoughts» and «The wide sea in the glare of the day» by Heinrich Heine.

### **1. WOLFGANG VON GOETHE: DEATH AT SEA**

Goethe's poem «The Sea» is a work of landscape and philosophical lyrics. The poet traveled a lot around the world, twice he visited Italy. Once in Sicily, he refused to go to Syracuse and stayed on the island. Probably, impressions of the view of the Mediterranean Sea formed in his poem «Calm at sea», or «Meeresstille», which we will review further.

Tiefe Stille herrscht im Wasser,  
Ohne Regung ruht das Meer,  
Und bekümmert sieht der Schiffer  
Glatte Fläche ringsumher.  
Kleine Luft von keiner Seite  
Todesstille furchterlich  
In dem ungeheuren Weite  
Reget keine Welle sich.

Глубокая тишина царит в воде,  
Бесчувственно, покоится море  
Обеспокоенно моряк глядит  
На ровную гладь вокруг.  
Ветер не дует ни с одной стороны  
Мёртвенная, ужасающая тишина  
На пугающем просторе  
Не шелохнётся ни волна.

Goethe creates a picture of nature before the reader's eyes: an absolutely quiet sea, not a splash of waves, not a breath of wind is heard. And in the midst of this silence, a sailor found himself alone. The reader gets from the text relying on the lexemes «boundless» and «resting» details of the landscape: firstly, the hero swims far into the sea and is far from the shore; secondly, based on the verb «ruht» – to rest, the reader completes the chronotope of the work, determining the time of day when the action takes place in the poem – the night.

The images of the sailor and the sea are opposed and associated with ambivalent motives, while they replace each other: the poem meets the reader with a description of a calm sea (the motif of sleep), but by the middle it changes – the image of a sailor appears, associated with the motif of death. In the description of the image of a sailor, polar opposite epithets are used: he looks at the sea with concern, with horror. For him, this calm means death, which is what the epithet «dead» declares. The sailor found himself one-on-one with a gigantic creature in the middle of a water desert. For miles around there is only a surface of water, there is nothing on any side that you can grab onto and stick to solid and reliable soil. There is not even a breeze that could inflate the sail of the boat and direct the sailor at least in some direction, where sooner or later he would stumble onto the shore.

The sea, on the contrary, is described as a sleeping and quiet creature, it «rests». This silence on the scale of the sea is ordinary calmness, which will change after a certain period of time. For it, the existence of human life does not matter, too insignificant against the background of a majestic being with great power and capable of wiping a person off the face of the earth, leaving no trace of them.

Silence as the main motive is indicated by the static nature of the poem – among the numbers of words used by the poet are: nouns – 11 words, and the least verbs that are 4 words.

This poem by Goethe attracted more than one translator. There are a sufficient number of versions of the translation of this poem. For the purpose of our study in terms of the view of Russian-speaking translators, we will take the versions by S. Shervinsky and N. Volpin.

Штиль глубокий над водою,  
Неподвижно море спит,  
И с заботой мрачной кормщик  
На немую гладь глядит.  
Ни струи! Ни дуновенья!  
Ужас мертвой тишины.  
Над громадой без движенья,  
Ни единой нет волны.

*Шервинский*

In this translation, the main motives of the work, laid down by the author himself, are almost completely preserved. The text is also static – the number of nouns, contained in the poem, is 12 words, which is still the largest group of lexemes. The characteristics of the main images also remain the same. Thus, the image of the sea in the translated poem,

as in the original, contains the features of an animated being – «sleeping», «mute».

The movement of the motif does not disappear either: the beginning, characterized by a picture of calm and peacefulness, flows into the second part of the poem, containing the motive of anxiety, fear. In the description of the sea, the action «sleeps» is used, and in the second half, the definition of «dead» appears, as in the original, referring to silence.

However, there are some differences between the texts. The poem in this translation is quite emotional: Shervinsky includes in his translation sentences with an exclamatory intonation: «Not a jet! Not a whiff!», which enhances the drama of the situation and informs the reader about a different mood of the sailor – impotent despair and annoyance, while Goethe uses an even intonation. This is how the poem looks translated by N. Volpin:

Дремлют воды. Недвижимый  
Словно скован кругозор,  
И с тревогой корабельщик  
Смотрит в сумрачный простор.  
Иль не стало ветра в мире?  
Мертвенная тишина.  
Ни одна в бескрайней шири  
Не шелохнется волна.

This translator also managed to convey the content of the poem quite closely. The text, as in the previous cases, is static – 10 nouns against 5 verbs. However, the list of motives is different. So, in this translation, the motive of unfreedom appears – «bound», but the motive of open space – «space» is preserved, which creates a contradiction. Among the new motives, one can also identify the doubt that appeared with the question «Or is there no wind in the world?» The question itself creates a sense of globality, of some event that affected the whole world, whereas Volpin designates the time of day, it is absent in the original text, when the action takes place in the poem – the expanse is «gloomy», which means the sun has already sunk below the horizon and night is falling; the reader can only make a guess based on associations with the words «silence» and «sleep».

## 2. *HEINRICH HEINE: A SEA OF MEMORIES*

Heinrich Heine was also affected with the image of the sea:

Es ragt in's Meer der Runenstein,  
Da sitz' ich mit meinen Träumen.  
Es pfeift der Wind, die Möven schreyn,  
Die Wellen, die wandern und schäumen.

Ich habe geliebt manch schönes Kind  
Und manchen guten Gesellen –  
Wo sind sie hin? Es pfeift der Wind,  
Es schäumen und wandern die Wellen

Выступает из моря рунический камень (скалистый утёс)  
Я сижу на нём в мечтаниях  
Свищет ветер, кричат чайки  
И волны блуждают и пенятся.

Я любил много прекрасных чад  
И много хороших ребят  
Куда они пропали? Свищет ветер,  
Пенятся и блуждают волны.

The poem combines the motifs of landscape and philosophical lyrics. The first stanza contains a description of the view revealing the seashore, stormy waves, restless seagulls circling in the air; also, the reader learns from the hero that he is not just watching the landscape, but is dreaming about something. The second stanza clarifies what the narrator is thinking about while sitting on the cliff: he remembers old friends and lovers who are no longer with him. This element gives rise to the motif of memory in the poem: the hero indulges in memories of people who are no longer in his life. In the future, this motive develops. In the text, the hero's question sounds: «Where have they disappeared?» shows that he did not notice how the friends, he is thinking about now, disappeared from his life. The runic stone, or the cliff protruding from the sea, on which the lyrical hero is sitting, is a symbol of these memories.

Literally translated, Runenstein means «runic stone». This was a natural structure, a large vertically standing boulder, on which runic writings were later carved by a man. Most of these stones are in Sweden. Runic stones are an invaluable treasure for the history and culture of the country: they speak about significant events for the one who put the stone, contain the memory of historical figures, and sometimes are dedicated to beliefs and myths. But most often the stones were erected by relatives in memory of a deceased member of the family.

The poem is full of movement: the most common category of lexemes in this poem is a verb – 11 words. There is also a new category of lexemes that is missing in the previous poem – pronouns: two «I» and one «they». This indicates the personal nature of the writer's reflections, and the subject is himself; events are covered from his point of view,

and the reader's attention is directed to the emotions and feelings of the author.

Although the sea is the common and central image in both of the poems we have considered at the moment, their meaning and intention, as we can observe, are completely different.

### **3. HEINRICH HEINE: THE SEA IS MY OLD FRIEND**

The last work that we will analyze in this article is Heinrich Heine's poem «The Big Sea in the glare of the day ...», published after the poet's death.

Das Meer erstrahlt im Sonnenschein,  
Als ob es golden wär.  
Ihr Brüder, wenn ich sterbe,  
Versenkt mich in das Meer.  
Hab immer das Meer so liebgehabt,  
Es hat mit sanfter Flut  
So oft mein Herz gekühlet;  
Wir waren einander gut.

Море засверкало в лучах солнца,  
Словно оно было золотым.  
Ваш брат, когда умру,  
Похороните меня в море.

Я всегда так сильно любил море,  
Оно нежной волной  
Так часто охлаждало моё сердце  
Нам было хорошо с ним вместе.

The poem can be attributed more to philosophical lyrics, since the emotions of the lyrical hero are in the foreground, and the elements of the description of nature are intended to convey his feelings towards the sea. Here again the motif of death sounds, but in a different key than before. The poet mentions death as the logical end of the life cycle and implies that this will happen to him; the main thing here is the words of the will: «bury me in the sea.» The author has a desire to reunite with the sea after death, as if with an old friend with whom he shared his sorrows and joys.

Большое море в блеске дня  
Сверкает на просторе.

Когда умру я, вы меня  
Похороните в море.

Я в этой жизни так любил  
Бегущий вал свободный  
И охлаждал сердечный пыл  
Морской волной холодной.

In the Russian version by S. Marshak, the word «golden» was translated as «sparkling», which indicates its external property, a feature of the landscape, while gold acts as a symbol of something valuable. Such a change is not a mistake on the part of the translator, but part of the meaning that Heine put into his work is lost. The translator also changes the properties of the sea. Marshak replaces the definition of «gentle» with the word «cold», thereby emphasizing its properties as a natural object, an element of the landscape. At the same time, the characteristic given by Heine, tenderness, disappears from his image. The endowment of this object with human characteristics shows the poet's attitude to the sea as an equal living being that is able to feel and perceive.

### ***Conclusion***

So, we have reviewed several poems by German poets of the Romantic era – Heinrich Heine and Johann Wolfgang von Goethe, as well as their Russian translations. Our goal was to find out how the writers depicted the sea in their works and to trace how its original image changed in the Russian version. We found out that the image of the sea in the German romantic poets is associated with various motifs, among which the motifs of death and the authors' personal experiences were more common. Russian translators, despite some difficulties in translating poems into Russian, were generally able to preserve and convey the main and the most important motives that sound in the works.

### **REFERENCES**

1. Es ragt in's Meer der Runenstein – Wikisource: сайт. URL: [https://de.wikisource.org/wiki/Es\\_ragt\\_in's\\_Meer\\_der\\_Runenstein](https://de.wikisource.org/wiki/Es_ragt_in's_Meer_der_Runenstein) (date of application: 17.05.2023). (In Germ.)
2. Heinrich Heine: Gedichte: сайт. URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/heine/gedichte/chap419.html> (date of application: 17.05.2023). (In Germ.)
3. Tiefe Stille herrscht im Wasser: сайт. URL: <https://www.textlog.de/goethe/gedichte/meeresstille> (date of application: 17.05.2023). (In Germ.)

4. S. J. Marshak – Translations – «Bol'shoye more v bleske dnya...»: URL: <http://s-marshak.ru/works/trans/trans180.htm?ysclid=lhvbowq7yp885686520> (date of application: 17.05.2023). (In Russ.)

5. Shtil' na more. Johann Wolfgang Goethe.: website. URL: <https://sv-scena.ru/Buki/SHtiljj-na-morye.html> (date of application: 17.05.2023). (In Russ.)

#### **Список источников**

1. Es ragt in's Meer der Runenstein – Wikisource: сайт. URL: [https://de.wikisource.org/wiki/Es\\_ragt\\_in's\\_Meer\\_der\\_Runenstein](https://de.wikisource.org/wiki/Es_ragt_in's_Meer_der_Runenstein) (дата обращения: 17.05.2023).

2. Heinrich Heine: Gedichte: сайт. URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/heine/gedichte/chap419.html> (дата обращения: 17.05.2023).

3. Tiefe Stille herrscht im Wasser: сайт. URL: <https://www.textlog.de/goethe/gedichte/meeresstille> (дата обращения: 17.05.2023).

4. С. Я. Маршак – Переводы – «Большое море в блеске дня...»: сайт. URL: <http://s-marshak.ru/works/trans/trans180.htm?ysclid=lhvbowq7yp885686520> (дата обращения: 17.05.2023).

5. Штиль на море. Иоганн Вольфганг Гёте: сайт. URL: <https://sv-scena.ru/Buki/SHtiljj-na-morye.html> (дата обращения: 17.05.2023).

### **ОБРАЗ МОРЯ В ПЕРЕВОДАХ СТИХОТВОРЕНИЙ НЕМЕЦКИХ ПОЭТОВ-РОМАНТИКОВ**

*Мария Николаевна Валюк*

Бакалавр-филолог, специалист, Магнитогорский  
государственный технический университет им. Г. И. Носова  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

*Светлана Викторовна Харитонова*

кандидат педагогических наук, доцент кафедры языкознания  
и литературоведения, Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

Удивительное богатство образов и мотивов дарит нам немецкая литература, среди них наиболее любимым и именно поэтичным всегда был и остается образ моря, который является своеобразным символом вдохновения, высокой мечты, ведь именно лучезарность моря, синева

*М. N. Valyuk, S. V. Kharitonova*

его глубинных оттенков, стала основой палитры красок для многообразия поэтических произведений. Работа посвящена исследованию глубокого символического значения образа моря в поэзии Вольфганга фон Гёте и Генриха Гейне, величайших лириков в мировой литературе, через призму переводов их произведений на русский язык. Образ моря рассматривается как символ и окончания, и новой жизни. Для Гёте море становится прежде всего метафорой человеческого существования. Образ моря оказывается связан и с мотивом воспоминаний, мотивом ностальгии и утрат. Гейне создает такой образ моря, который служит отголоском его личных переживаний и внутренней борьбы, в лирике этого немецкого поэта также отражается романтическая идеализация моря как образа, с которым связаны и реальность, и мечта. Анализируются в работе и другие символические значения образа моря, который поэтами воспринимается и как источник вдохновения и утешения для человека. В работе подчеркивается мысль, что многие русские поэты-переводчики начинали свою сочинительскую карьеру с именно с перевода произведений этих величайших лириков, стремясь запечатлеть уникальное звучание и эмоциональную глубину их стихов, обогащая российскую поэтическую традицию.

**Ключевые слова:** образ моря, романтизм, лексема, мотив, лирика, символ

**Для цитирования:** Valyuk M. N., Kharitonova S. V. Image of the sea in the translations of poems by German romantic poets // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 30–38.

*Поступила в редакцию 29.01.2025*

УДК 821.161.1  
ББК 83.3(2)

*A. N. Abdrakhimova<sup>1</sup>*

*ORCID: 0009-0000-7106-7737*

*Bashkir State Pedagogical University Named after Akmulla  
annaabdrakhimova25@mail.ru*

*O. Y. Kolesnikova<sup>2</sup>*

*ORCID: 0000-0002-5819-7737*

*Nosov Magnitogorsk State University  
373foxy@mail.ru*

### MYTHOLOGICAL CONTEXT IN THREE NOVELS ON «O» BY I. A. GONCHAROV

The article examines the mythological substratum that is present in the entire novel trilogy. The identification of the folklore and mythological context gives a new understanding of the artistic and ideological content of the novels. One of the connecting principles of all three texts is the line of movement of the individual from the «hell» of self-betrayal through the «purity» of the «sleepy kingdom» to the «paradise» of enlightenment. After analyzing these novels, we saw a trend in the development of the writer's mythological thinking. In the «The Same Old Story» Goncharov not only refers to the European tradition, but also creates the mythology of St. Petersburg. Novel «Obломov», which occupies an adjacent position in the trilogy, displays the features of world and Russian folklore. In the third and final novel «The Precipice», the author focuses more on Slavic mythology, comparing the characters with a wolf, a bird, a bear, and also includes the motif of snake fighting in the plot.

**Keywords:** Goncharov, mythological realism, mythologeme, archetype, folklore

Literary critic Y. M. Loshchits in his article «Imperfect Man» gives the following definition of I. A. Goncharov's artistic method – «mythological realism» [6, 169]. Indeed, in many of the author's works,

---

<sup>1</sup> Abdrakhimova Anna N. – Master's Student, Bashkir State Pedagogical University Named after Akmulla, Ufa, Russia.

<sup>2</sup> Kolesnikova Olga Y. – Ph.D in Philology, Associate Professor of the Department of Linguistics and Literary Studies, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia.

there is an appeal to world and national mythologems. We will concentrate on Goncharov's novel trilogy («The Same Old Story», «Oblomov», «The Precipice»), which absorbs a rich mythological layer that is of great interest for our scientific research. The writer himself spoke about his novels on «O» as something whole, inseparable: «... I see not three novels, but one» [2, 72]. He expressed fears that his reader would not be able to read between the lines, to see the connection that would not just show this whole, but also «explain exactly what this whole says» [2, 72]. There are already many works devoted to the study of this issue. Each of the researchers interprets Goncharov's words differently. It seems to us that «between the lines» we must discern that mythological beginning, which is inseparably connected with the movement of the soul from «hell» through «purgatory» to «paradise». Associations immediately arise with Dante's «Divine Comedy», the name of the parts of which is reflected in the names of Goncharov's characters: Aduyev, Oblomov, Raisky<sup>1</sup>. Like Dante, Goncharov is interested in the possibility of moving along the «spiritual ladder» only within the framework of modern thinking [7, 126].

«The Same Old Story» (1847), the author shows how people lose themselves and their moral values in an attempt to imitate the crowd, and thereby make their way to «hell» («Infant beliefs are lost, and what have I learned new, true?. Nothing: I found doubts, rumors, theories... and from the truth even further than before ...» [5, 263]). Aduyev gradually renounces himself, having known disappointment in his ideals, and turns into Pyotr Ivanovich, his calculating and cold uncle. It is no coincidence that Goncharov focuses our attention on the cold that permeates the whole of St. Petersburg and its inhabitants, because in this way he manages to mythologize this city and show how personality is forgotten in it, its complete destruction, similar to how hell depersonalizes everyone who enters there. Translated from ancient Greek, the name Pyotr means «stone», this explains both his coolness, and the indifference and cruelty of the city itself to the fate of people. The first meeting of the uncle with his nephew becomes in many ways indicative, since Pyotr Ivanovich immediately maintains a distance with Alexander: «He was about to throw himself on his uncle's neck, but the latter, shaking his tender, youthful hand with a powerful hand, held him at some distance from himself, as if in order to get enough of him, and more, it seems, in order to stop this impulse and limit myself to a squeeze» [5, 34]. Aduyev, who has just arrived

---

<sup>1</sup>In the original there is a play on words with the surnames of the characters: the first part of the surname of Aduyev includes the word «ad» which means «hell». Oblomov's surname includes the root «oblom», which means «circle» or «piece». Finally, the surname Raisky has the root «rai», which means «paradise».

from a village where the locals do not lose the «warmth of faith», the reception given by his uncle somewhat puzzles the character. But, continuing to live in St. Petersburg, Alexander does not accept the lifestyle of this soulless and «cold crowd», he himself becomes like a stone [1, 7]. Goncharov, drawing a modified hell in the image of St. Petersburg, also cannot help but include in his novel the image of a demon and the motif of diabolical temptation. The author gives the function of the serpent of the tempter to Pyotr Aduyev, who forces the character to go through trials, which as a result leads to the destruction of Alexander's illusory ideas about love, talent, friendship and gradual transformation into a product of the era.

The novel «Oblomov» (1859) occupies a borderline place in the trilogy, so it is not surprising that the Russian life depicted by Goncharov in this work can be compared with «purgatory». The author's understanding of «purgatory» is a definition of «the intermediate position of a living soul trying to climb up the spiritual ladder in its quest from hell to paradise» [7, 126]. This is, in fact, an earthly paradise, which Oblomov dreamed of as a constant immobile excess of earthly happiness («Yes, the goal of all your running around, passions, wars, trade and politics is not the manufacture of peace, not the pursuit of this ideal of a lost paradise?») [3, 181]). Unlike Aduyev, Oblomov does not waste his moral potential, does not betray his ideals, and therefore cannot be in the afterlife in any way. But this character also did not deserve the entrance to paradise, because he could not rush up to where Olga pulled him. As one of the researchers of Goncharov's creativity V. I. Miller said: «Oblomov deserved not paradise, but the peace of purgatory, like the master of M. A. Bulgakov» [7, 178]. Also Oblomovka itself, the native estate of the main character embodies the features of an earthly paradise. Goncharov puts not only the archaic meaning of the word «oblo» – circle [6, 172] in the name of the village and in the surname of the character, but also the meaning of «piece». Despite all the blissfulness and fabulousness of this place isolated from the rest of the world, Oblomovka is a piece of a once full-fledged and comprehensive life, a fragment of that very Garden of Eden. The image of Oblomovka gives Goncharov ambivalence, which confirms his heavenly and infernal beginnings: «No robberies, no murders, no terrible accidents happened there; neither strong passions, nor brave enterprises worried them»; «Everything is dead, only a variety of snoring rushes from all corners in all tones and frets» [3, 102-111]. The author himself called his novel a «big fairy tale», the core of which can really be considered the chapter dedicated to Oblomovka, because there, out of the mouth of the main character's

nanny, folk beliefs and legends about mystical creatures are fully conveyed, stories about national and world heroes (Achilles, Ulysses, Dobrynya Nikitich, Alyosha Popovich) are told. Indeed, the whole «Oblomov's Dream» is permeated with national color, but also the features inherent in the heroes of Slavic mythology are imprinted in the Oblomov himself. For example, Oblomov, like Ilya Muromets, simply lay on the couch (stove) for most of his life, but when they get a chance from above to change their lifestyle, one uses it (after the healing of the elders, the hero performs feats), and the other, despite all Olga's efforts, gives up and misses his chance.

Most of all, folklore traditions, of course, were reflected in Goncharov's third novel – «The Precipice» (1869). But before moving on to them, let's focus on the features of the image of the «author's Eden». In his novel, Goncharov focuses more not on the triumph of paradise, but on «the possibility of an ordinary sinner who has passed through hell and the purgatory of life's precipices to reach a blissful place» [7, 183]. In this case, not one, but three toposes are represented in the «The Precipice»: hell, purgatory and paradise. The sins committed by the main characters (Raisky, Vera, Tatiana Markovna) are the embodiment of hell, and their sincere repentance for what they did and their desire to embark on the path of truth symbolize purgatory. The author does not give direct hints on the further salvation and purification of their souls, so we can only guess whether these characters went to paradise reinterpreted by Goncharov. But it seems to us that their striving upward, even after a kind of fall, indicates their future fate. In talking about «The Same Old Story», we considered St. Petersburg as an infernal phenomenon, this is the place where Aduyev moves and where, under the influence of the devil (uncle), he is tempted, losing himself. Raisky, on the contrary, leaves this city, piled up with cold stones, for his ancestral estate – Malinovka, staying in which seems to him an idyll («So there is an idyll!» [4, 143]). It is there that he manages to find a real family and a real himself. Raisky justifies his surname only when he goes through all the temptations and struggles with himself, and despite the fact that in the process of his elevation he falls into a precipice, he still continues his spiritual path. What cannot be said about Mark Volokhov, who in the novel correlates with such an animal as: a wolf. But he can also be compared with the Volkh Vseslavich, because in him, as in Mark, two principles coexist: human and animal («You are all animals, ... he is a wolf» [4, 537]). In fact, the Volkh is a werewolf, because he was born from the union of a woman and a snake [1, 4]). In Mark, this werewolf essence is also well manifested: he, as a follower of the evil spirit, is a denial of all that is bright and divine (the character is a nihilist who treats love

consumeristically, for him it is exclusively the receipt of sensual pleasures). Mark's place of residence is also related to the snake: a river, islands on the Volga, a precipice (the snake lives in a river, lake, in a cave), and the motif of the tempter snake, snake fighting. The characters of the folklore plot are Volkhov and Tushin, whom Vera compares to a «Russian, honest, intelligent bear» [4, 537]. The duel takes place because Mark encroaches on the whole of Russia, on its Faith<sup>1</sup>, Tushin, like the Russian snake wrestlers Ivan Tsarevich and Dobrynya Nikitich, wins. Moreover, it is interesting that the fight takes place «in the den of the snake»: in the precipice, at its very bottom. There is an animal incarnation in Vera: it is compared to both a snake and a bird («glides like a snake down from a precipice»; «like a bird ... just fell off a precipice into the bushes» [3, 430-533]. In general, a bird in world symbolism is associated with the soul of a person, «a bird is closer to heaven, to angels» [1, 6]. It is no coincidence that when the spiritual displaces everything base and mean in her consciousness, she turns from a bird of prey into a bird of paradise. So Tatiana Markovna compares her voice «with the singing of a bird of paradise» [4, 660].

So, the idea that three states of the other world: hell, purgatory and paradise are completely equivalent to the state of the soul of the characters runs through the entire narrative of the trilogy. The author shows the spiritual growth from Ad-uyev (Hell-uyev) through Oblomov to Rai-sky (Paradis-ky). The main character of «The Precipice» took the traits of both Alexander and Ilya: he also makes mistakes and falls, goes astray, but unlike others, he finds the path of truth, strives for it, and eventually finds himself. The folklore and mythological context also manifests itself in the topases: Petersburg, Oblomovka, Malinovka, in comparisons of characters with animals: bear, wolf, with heroes: Ilya Muromets and Dobrynya Nikitich, in motifs: temptation by a snake, snake fighting. Identifying mythologems in the texts, we found that Goncharov was gradually moving away from world mythology, focusing his attention on national traditions.

## **REFERENCES**

1. Ermolaeva N. L. About mythological plots and obrazakh in I. A. Goncharov's novel «The Precipice» // Bulletin of the Ivanovo State University. 2014. Edition 1 Philology. Pp. 3-8. (In Russ.)
2. Goncharov I. A. Better late than never: (Critical notes) // Goncharov I. A. Complete works: in 8 vols. 8 / Articles, notes, reviews,

---

<sup>1</sup>The name Vera means faith.

autobiographies, selected letters. – Moscow: State Publishing House of Art lit., 1952-1955. (In Russ.)

3. Goncharov I. A. Oblomov. Moscow: Goslitizdat, 1967. 499 p. (In Russ.)

4. Goncharov I. A. The Precipice. Moscow: Fiction, 1968. 719 p. (In Russ.)

5. Goncharov I. A. The Same Old Story. Moscow: Sovremennik, 1983. 288 p (In Russ.)

6. Loshchits Yu. M. Goncharov. Life of remarkable people. Moscow: Molodaya gvardiya, 1977. 367 p. (In Russ.)

7. Melnik V. I. «A large, thinking and comprehending synthesis ...» (The emergence of the idea of the novel trilogy by I. A. Goncharov) // Two centuries of Russian classics. 2020. Vol. 2. No. 3. Pp. 118-199. (In Russ.)

#### **Список источников**

1. Ермолаева Н. Л. О мифологических сюжетах и образах в романе И. А. Гончарова «Обрыв» // Вестник Ивановского государственного университета. 2014. Издание 1 Филология. С. 3-8.

2. Гончаров И. А. Лучше поздно, чем никогда: (Критические заметки) // Гончаров И. А. Полное собрание сочинений: в 8 т. 8 т. Статьи, заметки, рецензии, автобиографии, избранные письма. Москва: Государственное издательство искусств лит., 1952-1955.

3. Гончаров И. А. Обломов. Москва: Гослитиздат, 1967. 499 с.

4. Гончаров И. А. Обрыв. Москва: Художественная литература, 1968. 719 с.

5. Гончаров И. А. Обыкновенная история. Москва: Современник, 1983. 288 p

6. Лошиц Ю. М. Гончаров. Жизнь замечательных людей. Москва: Молодая гвардия, 1977. 367 с.

7. Крупный, мыслящий и осмысливающий синтез...» (Возникновение замысла романной трилогии И. А. Гончарова) // Два века русской классики. 2020. Т. 2. № 3. С. 118-199.

### **МИФОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ В ТРЕХ РОМАНАХ НА «О» И. А. ГОНЧАРОВА**

*Анна Наилевна Абдрахимова*

Магистрант, БГПУ им. М. Акмулы, 450077, Россия, Республика  
Башкортостан, г. Уфа, ул. Октябрьской революции, 3-а

*Ольга Юрьевна Колесникова*

Кандидат филологических наук, доцент кафедры языкознания  
и литературоведения, Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

В статье рассматривается мифологический субстрат, присутствующий во всей новой трилогии, анализируются мифологические подтексты всех трех романов И. А. Гончарова. Выявление фольклорного и мифологического контекста дает новое понимание художественного и идеологического содержания романов И. А. Гончарова. Одним из связующих принципов всех трех текстов является линия движения индивида от «ада» самообмана через «чистоту» «сонного царства» к «раю» просветления. Проанализировав романы, мы увидели тенденцию развития мифологического мышления писателя. В «Обыкновенной истории» И. А. Гончаров не только опирается на европейскую традицию, но и создает мифологию Петербурга. Роман «Обломов», занимающий смежную позицию в трилогии, отображает черты мирового и русского фольклора. В третьем и заключительном романе «Обрыв» автор больше акцентирует внимание на славянской мифологии, сравнивая персонажей с волком, птицей, медведем, а также включает в сюжет мотив борьбы змей.

**Keywords:** Гончаров, мифологический реализм, мифологема, архетип, фольклор

**Для цитирования:** Abdrakhimova A. N., Kolesnikova O. Y. Image of the sea in the translations of poems by German romantic poets // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 39–45.

*Поступила в редакцию 27.01.2025*

*A. O. Veseleva*<sup>1</sup>

ORCID: 0009-0000-5185-8849

*Nosov Magnitogorsk State University*

1218015@mail.ru

*O. Y. Kolesnikova*<sup>2</sup>

ORCID: 0000-0002-5819-7737

*Nosov Magnitogorsk State University*

373foxy@mail.ru

## THE IMAGE OF VENICE IN RUSSIAN POETRY OF THE 19<sup>th</sup> CENTURY

### *Abstract*

This article examines the features of the image of Venice in the Russian poetry of the 19<sup>th</sup> century, based on the work of romantic poets and realist poets. The purpose of the article is to identify the specifics of the individual author's interpretation of the image of the city in comparison with its interpretation in the European classics. The article is based on the material of the poems «Venetian Night», «To Italy», «Venice» (M. Lermontov), «Venice» (F. Tyutchev), «A Night in Venice» and «Venice» (P. Vyazemsky), and an excerpt from the novel «Eugene Onegin» (A. Pushkin).

**Keywords:** Venice, Russian poetry, romanticism, realism, the image of the city

**Introduction.** (*Statement of the problem*). An important part of the article is the creative dialogue of Russian poets of the first and second half of the 19<sup>th</sup> century in the context of the «Venetian» text. The poems of the first half of the century are very different from the poems of the second half of the century, which is the problem of creative communication.

---

<sup>1</sup> Veseleva Alena O. – Bachelor of Philology, Specialist, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia.

<sup>2</sup> Kolesnikova Olga Y. – Ph. D in Philology, Associate Professor of the Department of Linguistics and Literary Studies, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia.

(*Analysis of the literature*). In this article, scientific articles of philologists were analyzed, including the scientific dissertation of N. Mednis. These works contain detailed analyses of the «Venetian» texts we need, information about the poets, as well as the images they use.

(*Purpose of the article*). The purpose of the article is to identify the main images and symbols characteristic of the image of Venice in the poetry of the 19<sup>th</sup> century. It is important to trace how the attitude towards the city changed throughout the 19<sup>th</sup> century.

**1. Venice in the image of the ancestor of the Russian «Venetiana».** Cultural ties between Russia and Italy have a long history, manifested in the visual arts, theater, music, architecture and literature. Italy has always attracted the attention of Russian poets and writers, which is explained by the unique artistic heritage of the country. The Italian theme has organically entered the works of Russian creators of the 19<sup>th</sup> century.

The image of Venice has become a popular Italian image in Russian poetry. It is worth noting that the first Russian Venetian texts were created without empirical reference to the locality. Poets who created the romantic image of the city on the water had never seen it, and therefore at the beginning of the 19<sup>th</sup> century Venice appeared in Russian poetry as a kind of romantic ideal. The first «Venetian» Russian text is considered to be I. Kozlov's fantasy «The Venetian Night» (1825).

The first Venetian Russian text is considered to be I. Kozlov's fantasy «The Venetian Night» (1825). In creating the image of the legendary city, the Russian poet was greatly influenced by J. G. Byron, or rather his «Ode to Venice» and the fourth canto of «Childe Harold's Pilgrimage» [3, 57]. In the poem «To Italy» (1825), I. Kozlov points out as his forerunner not only Byron, but also other «ghosts» of world culture:

Tam Bajron pel; tam brodit mezh grobami  
Ten' groznaya svobody dnei bylyh;  
Tam v tishine kak budto slyshny stony  
Plenitel'noj, nevinnoj Dezdemony.

I. Kozlov presents the image of Venice as the «queen of the sea waves» [9, 13]. Romantic images of the moon and a water mirror, which later became popular in the image of Venice, are already indicated in this poem: «tiho Brenta protekala, / serebrimaya lunoj», «otrazhen volnoj ognistoj / blesk prozrachnyh oblakov» [1, 22].

The plot of the poem is quite typical of romanticism. Under the influence of the beauties of nature, sweet sounds of music, against the background of universal fun, the lyrical heroine, gloomy and tormented by longing, leaving the «feast of the night», falls into a different reality.

She «snitsya divnyj mir», illuminated by the «lyubovnym svetom lunny»  
The finale of the poem is not so rosy. In it, «yasnyj svod odelsya mgloyu» /  
t'ma vnezapnaya strashna». Like a dream or a memory, the shadow  
of the deceased poet appears to her:

<...> unylo molodaya  
Ten' znakomaya sidit,  
Podle arfa zolotaya,  
Mech pod fakelom blestit [1, 22].

The poet considers musicality to be the main feature of the legendary city. Numerous epithets («tomnyj ropot», «chut' drobimyya volny», «nezhnaya barkarola», «arfa zolotaya», and ect.) and metaphors («pomerancev, mirtov shepot», «more burnoe revyot») create the illusion of a «sounding» city [1, 22].

Sound recording plays an equally important role in the poem. Musical fantasy is supported by alliteration and assonance. In all stanzas, the sound of P is repeated, as well as N, L and M in combination with other consonants, which resembles the sounds of murmuring water [2, 88].

It should be noted that when writing the «Venetian Night» the poet was ill and blind, and therefore the chances of seeing Venice with his own eyes were minimal. It is all the more paradoxical that the description of the city is dominated by silver, «fiery», gold, green, emerald, azure colors. The poet, as if in reality, sees both «the shine of transparent clouds», and how «sparks splash», and «the sword glitters under the torch».

In the poem «To Italy» (1825) Venice appears to be a small part of the vast Italian world that the poet is in love with. The familiar images used earlier in the «Venetian Night» reappear: the queen of the sea waves, the sound of octaves, Brenta, the feast, the moon. The image of the «Venetian mirror» also reappears, but its reflecting function remains beyond the boundaries of the text [3, p. 98]: «pod rizoyu nochnoyu / zaliv gorit, oserebren lunoyu». The lyrical hero understands that he will never see Italy («Ty ne byla, ne budesh' mnoyu zrima»), and therefore can only imagine it, see it in a dream, wish to see it after death.

According to L. V. Losev, in the Venetian poetry of I. Kozlov, one can find only «conventional signs of Italy, known since the time of Goethe's Minion ...» [3, 130]. It is impossible to fully agree with this opinion. Conventionality in the image of the city was inevitable. As mentioned above, during the writing of the Venetian texts, the poet was seriously ill, he could only imagine distant lands, see them through the eyes of friends. Therefore, the images that would later become patterns [5, 140] were inspired and expressed by I. Kozlov. Painted with «utopian motifs, they were contrasted with gray reality» [1, 25].

**2. The image of Venice created by the romantic poets.** Following the example of I. Kozlov, many poets turned to the image of the «legendary city on the water» [3, 44].

The image of Venice is given in the first chapter of the novel «Eugene Onegin». Like I. Kozlov, A. Pushkin hears «the melody of the Torquat octaves», «floating in a mysterious gondola», admires the Brenta. Pushkin's romantic plot often develops against the backdrop of the Venetian night: «Nochej Italii zlatoj / YA nego j naslazhus' na vole». However, the poet introduces other geographical and cultural signs associated with Italy into his work: the sound of the waves of the Adriatic Sea, images of Apollo, the patron saint of the arts, and the poet Petrarch. Like the lyrical hero of I. Kozlov, the hero of «Eugene Onegin» is inspired by Byron's poetry (see references to the fourth canto of «Childe Harold's Pilgrimage» and to «Ode to Venice»). Russian poet A. Pushkin also refers to the image of Venice in the unfinished verse fragment «The night is quiet, in the heavenly field ...», thanks to which the image of Vesper enters the Russian Venice (from now on it will become the «star sign of Venice» and a significant code of the Venetian text of Russian lyrics [3, 100]).

M. Lermontov in the poem «Venice» creates the appearance of the city and conveys its sound. «Nochi ston» «edva shumit pod veslami gondoly / i povtoryaet zvuki barkaroly». The lyrical hero hears «pesn' i <...> gitary zvon!». The traditional images of lovers sailing in a gondola to the music of a barcarole are complemented by a mention of the «crafty chichibey» (the gentleman accompanying the lady). There is an echo of another reality – the lyrical hero «chudyatsya» «serdca tyomnye mechtan'ya» [3, 100].

**3. The image of Venice in the lyrics of poets of the second half of the 19<sup>th</sup> century.** Another archetypal plot is connected with the motif of love and death in the Russian poetic Venice, a plot based on the traditions of the cultural life of the legendary city. We are talking about the annual betrothal of the Doge to the Adriatic as a sign of love and loyalty. This amazing rite can be found in F. Tyutchev's «Venice» and in P. Vyazemsky's «Nights in Venice». F. Tyutchev was the first to address this topic. In addition to the beauty and symbolism of this ritual, the poet emphasizes its other side. In the last stanza of the poem, eschatological motifs appear, foreshadowing the death of the city in the depths of the waters:

Eti kol'ca obruchen'ya,  
Eti kol'ca stali zven'ya  
Tyazhkoj cepi nakonec!.. [3, 173]

Although the episode of the betrothal of F. Tyutchev acts as a symbol of the affirmation of life and power, associations with the tragic fate of St. Petersburg and other great cities arise in the text, namely, the motif of hopelessness, which was previously almost not found in Russian Venice.

The theme of Venice's unfreedom is also raised by P. Vyazemsky in the poems «A Night in Venice» and «Venice» [4, 16]. Despite the beauty and strangeness of the city, as P. Vyazemsky describes it, the city is not free:

No odno zdes' sporit rezko  
S krasotoyu zdeshnih mest:  
Nalozhil lihoj tedesko  
Na Veneciyu arrest. [3, 44]

The unenviable fate of Venice is represented in the image of the Venetian winged lion, which now sits on a chain: «Tut pyatoj Gorshkovskij davit / Cep'yu skovannogo l'va». However, the chained lion also scares its oppressor: «On i skovannyj satrapu / Strashen. Vsyo v ispuge zhdet: / Ne podymet li on lapu? / Grivoj grozno l' ne tryahnet?» P. Vyazemsky also refers to the plot of the doge's betrothal to Venice. However, now this conflict is connected with the motif of the withering of the city: «Krasavicy, nyne pechal'noj, / Ne vspyhnet vostorgom lico; / Zavetnyj zalog obruchal'nyj, / Davno raspayalos' kol'co». P. Vyazemsky's traditional image of singing and sounding Venice is contrasted with a gloomy picture: a lion «perezhil vek svoj velikij», «umolkli i gromy i kliki!», «zabyty oktavy Torkvato, umolknul narodnyj napev», «gondola skol'zit molchalivo», palaty «iz mraka <...> gordelivo, curovo i molcha glyadyat».

**Conclusion.** The Russian poetry of the first half of the 19<sup>th</sup> century was characterized by the typologization of the image of Venice. Despite the fact that I. Kozlov, A. Pushkin, M. Lermontov were not lucky enough to see the Italian city, it seemed to the poets an ideal topos. In the literature of the second half of the 19<sup>th</sup> century, the attitude of artists to Venice is changing. F. Tyutchev and P. Vyazemsky introduce motifs and images into their poems that are characteristic not only of Italy, «where the appearance of each architectural ensemble, square, palace has acquired immutability and completeness, resisting the reality of the outside world with the static of eternity» [15, p.196], but also of the country with its problems and contradictions.

## REFERENCES

1. Veseleva A. O. *Obraz Venecii v poezii I. Kozlova // Mirovaya literatura glazami sovremennoj molodyozhi. Cifrovaya epoha*

(19-20 oktyabrya 2022 g.). [World literature through the eyes of modern youth. The Digital Age (October 19-20, 2022)]. Pp. 22-25. (In Russ.)

2. Lazareva K. V. Russkie poeticheskie «fantazii» (na materiale proizvedenij poetov XIX -nachala XX V.) // Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Povolzhskij region. Gumanitarnye nauki. [News of higher educational institutions. Volga region. Humanities] 2009. № 4 (12). Pp. 85-92. (In Russ.)

3. Mednis N. E. Veneciya v russkoj literature: special'nost' 10.01.01 «Russkaya literatura»: dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni doktora filologicheskix nauk / Mednis Nina Eliseevna; Novosibirskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet. Novosibirsk, 1999. 392 p. (In Russ.)

4. Feodoseva E. N. Poeticheskij dialog Tyutcheva i Vyazemskogo // Universum: filologiya i iskusstvovedenie. [Universum: Philology and Art criticism] 2021. № 3 (81). Pp. 12-17. (In Russ.)

5. Tsurkan V. V., Predeina S. A., Kolesnikova O. Y. N. Gumilyov's lyrics: the concept of «happiness»//Libri Magistri. 2021. № 4 (18). Pp. 138-148. (In Russ.)

#### **Список источников**

1. Весельева А. О. Образ Венеции в поэзии И. Козлова // Мировая литература глазами современной молодёжи. Цифровая эпоха (19-20 октября 2022 г.). Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, 2022. С. 22-25.

2. Лазарева К. В. Русские поэтические «фантазии» (на материале произведений поэтов XIX – начала XX в.) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2009. № 4 (12). С. 85-92.

3. Меднис Н. Е. Венеция в русской литературе специальность 10.01.01 «Русская литература»: дисс. ... д-ра филол. наук / Меднис Нина Елисеевна; Новосибирский государственный педагогический университет. Новосибирск, 1999. 392 с.

4. Феодосева Е. Н. Поэтический диалог Тютчева и Вяземского // Universum: филология и искусствоведение. 2021. № 3 (81). С. 12-17.

5. Цуркан В. В., Предеина С. А., Колесникова О. Ю. Концепт «счастье» в лирике Н. Гумилева // Libri Magistri. 2021. № 4 (18). С. 138-148.

## ОБРАЗ ВЕНЕЦИИ В РУССКОЙ ПОЭЗИИ XIX ВЕКА

*Алена Олеговна Весельева*

Бакалавр-филолог, специалист, Магнитогорский  
государственный технический университет им. Г. И. Носова  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

*Ольга Юрьевна Колесникова*

Кандидат филологических наук, доцент кафедры языкознания  
и литературоведения, Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

В статье исследуются уникальные аспекты представления Венеции в творчестве русских поэтов XIX века, основное внимание акцентируется на особенностях авторских интерпретаций, рассмотренных в контексте романтизма и реализма. Венеция как городской символ становится многогранным объектом поэтического осмысления, каждый поэт, обращаясь к образу Венеции, привносит в его описании в своих произведениях особые эмоциональные и философские оттенки. Работа делится на несколько разделов, в которых рассматриваются стихотворения различных авторов: И. И. Козлова (проанализированы стихотворения «Венецианская ночь, «К Италии»), М. Ю. Лермонтова (изучено произведение «Венеция»), Ф. И. Тютчева (основное внимание сфокусировано на тексте «Венеция»), П. А. Вяземского (исследованы «Ночь в Венеции» и «Венеция») и отрывок из романа в стихах «Евгений Онегин» А. С. Пушкина.

Цель статьи заключается в выявлении того, как особенности личного восприятия поэтами города Венеции формируют образ этого города в поэзии и как этот образ соотносится с традициями европейской литературы. В процессе анализа выбранных произведений, выявляются особенности взаимодействия европейской и русской культур, выявляется роль образа Венеции в русской художественной мысли XIX века.

**Ключевые слова:** Венеция, русская поэзия, романтизм, реализм, образ города.

**Для цитирования:** Veseleva A. O., Kolesnikova O. Y. The Image of Venice in Russian poetry of the 19<sup>th</sup> century // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 46–52.

*Поступила в редакцию 28.01.2025*

## РАЗДЕЛ II. СТИЛИСТИКА. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ПОЭТИКА. РИТОРИКА

**ББК 6/8**  
**УДК 81.33**

*А. Р. Газетдинова<sup>1</sup>*

*ORCID: 0009-0004-1827-4568*

*Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева  
010008 Республика Казахстан, г. Астана, ул. Сатпаева, д. 2  
aigul.gazetdinova@mail.ru*

### **ЯЗЫКОВАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В МЕДИАПОЛЕ ДВУХ КУЛЬТУР**

В статье анализируются процессы «визуального поворота», роль медиаинфографики и лингвистической игры в формировании общественного мнения, отмечается значимость адаптации медиаформатов к современным условиям за счет использования интерактивных элементов и визуализации данных. Предметом исследования выступает взаимодействие языковых и визуальных инструментов в медиадискурсе региональных СМИ Башкортостана и Казахстана. Объектом исследования выступает медиополе двух культур, предметом – взаимодействие языковых и визуальных средств коммуникации. В качестве материала рассматриваются тексты региональных СМИ Башкортостана и Казахстана. Цель работы – выявить специфику использования лингвистических и визуальных стратегий в этих регионах, а также определить их влияние на формирование общественного мнения и культурной идентичности. Актуальность исследования обусловлена глобальными тенденциями «визуального поворота» в медиа, усилением роли мультимодальных форматов (инфографики, интерактивных элементов) и необходимостью изучения региональных особенностей медиапотребления. Данное исследование фокусируется на локальных СМИ, где языковое и культурное многообразие играет ключевую роль в коммуникации. Новизна исследования заключается в комплексном

---

<sup>1</sup> Газетдинова Айгуль Римовна, магистрант кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилёва, г. Астана, Казахстан.

анализе медиастратегий двух культурно близких, но политически различных регионов, что позволяет выявить общие тенденции и уникальные особенности. Практическая значимость работы связана с возможностью применения выводов при разработке медиастратегий для мультикультурных аудиторий, а также в образовательных программах для журналистов и специалистов по медиакommunikациям. Результаты исследования демонстрируют, что эффективная медиакommunikация в регионах с богатым культурным наследием требует баланса между глобальными трендами и локальной спецификой, что открывает новые перспективы для изучения медиа в условиях глобализации.

**Ключевые слова:** медиаинфографика, языковая игра, региональные СМИ, медиадискурс, инфографика, Башкортостан, Казахстан

**Введение.** В современном медиaprостранстве конкуренция за внимание аудитории стремительно усиливается из-за увеличения количества информационных платформ, распространения онлайн-изданий и роста объёмов генерируемого контента. Это особенно заметно в сфере СМИ регионов, которые вынуждены одновременно бороться за аудиторию как с местными изданиями, так и с более крупными или мировыми медиа, которые обладают значительными ресурсами и большими охватами потенциальной аудитории. В условиях такого давления ключевым инструментом, помогающим СМИ оставаться конкурентоспособными, стало одновременное использование вербальных и невербальных средств коммуникации. Это дает возможность эффективно передавать информацию, усиливать эмоциональное воздействие на аудиторию и выделяться на фоне множества других источников контента. Кроме того, успех всё чаще зависит от умения адаптироваться к новым форматам подачи информации, к которым относятся, например, мультимедийные материалы, интерактивные элементы и визуализация данных, делающие процесс взаимодействия с аудиторией более разнообразным и увлекательным. В средствах массовой информации уже на протяжении нескольких десятилетий происходит процесс масштабного «визуального / иконического поворота», который также называют «массмедийным» [4, 91]. Поэтому вербальные и невербальные инструменты открывают уникальные возможности для работников в сфере онлайн-СМИ. Печатные издания также не обошёл стороной визуальный поворот: уже несколько десятилетий активно используются различные графические элементы, которые

сопровождают статьи. Говоря о лингвистических особенностях современных текстов, авторы всё больше прибегают к использованию различных средств выразительности, особенно к языковой игре, для повышения интереса со стороны аудитории.

В последние годы в гуманитарных науках заметно усилился интерес к публичной коммуникации, что связано не только с внутренними запросами лингвистической науки, но и с потребностью в создании методов анализа медиатекстов для отслеживания различных тенденций в общественном сознании [5, 610]. Исследования в области взаимодействия языковых и визуальных средств коммуникации в медиа получили развитие в последние несколько десятилетий. Ряд ученых (например, С. И. Симакова, Я. Н. Лайкова и др.) изучают процессы визуального поворота и его влияние на медиадискурс, в том числе использование инфографики и лингвистической игры для усиления эффекта сообщения. Однако, несмотря на значительный вклад ученых в изучение медиатекстов и визуальной коммуникации, существуют некоторые пробелы в анализе медиастратегий региональных СМИ с учетом их культурных и языковых особенностей. Потребность в исследовании этого взаимодействия особенно усилилась в последние годы в контексте глобализации и с учетом уникальных особенностей данных регионов.

Исследование взаимодействия вербальных и невербальных средств позволит проанализировать, как эти компоненты дополняют и усиливают друг друга для более эффективной передачи информации. Сочетание этих средств усиливает коммуникативное воздействие, создавая комплексные мультимодальные сообщения, что особенно важно в условиях информационной насыщенности. Изучение данного взаимодействия позволяет глубже понять механизмы формирования медийных посланий и восприятия их аудиторией. Подобное взаимодействие в Башкортостане и Казахстане отражает региональную идентичность. В таких культурно богатых регионах, как эти, средства массовой информации используют вербальный язык и невербальные средства для передачи сообщений, которые находят отклик у аудитории из разных слоев общества. Данное направление исследования предоставляет уникальную возможность изучить медиастратегии в регионах, где языковые и культурные особенности влияют на коммуникацию. Обладая уникальной историей и языковыми характеристиками, эти регионы представляют наглядный пример того, как СМИ используют вербальные и невербальные инструменты для воздействия на аудиторию. Актуальность такого типа

исследования также обуславливается «значимостью проблемы взаимосвязи языка и культуры, а также важностью рассмотрения языковой семантики с когнитивных позиций» [6, 4].

Языковая коммуникация является основой передачи информации в медиа. Если брать в пример региональные издания, то в Башкортостане и Казахстане, где сосуществуют несколько языков (включая башкирский, казахский и русский), выбор языка зачастую обусловлен целевой аудиторией и политикой масс-медиа. Например, в региональных новостях используется русский язык для широкой аудитории, тогда как национальные языки применяются для сохранения культурной идентичности. Среди других приемов в языке СМИ двух регионов можно выделить следующие:

#### ***Использование национальных слов и культурных кодов***

Включение национальных элементов в текст, таких как названия блюд, музыкальных инструментов, праздников и культурных явлений. Эти слова обычно не переводятся и воспринимаются как часть регионального языкового кода. Например, в башкирских СМИ используются такие слова и словосочетания, как «*башкирский мёд*», «*кумыс*», «*курай*» и другие. В СМИ Казахстана есть похожие слова, так как два региона имеют схожие культурные и исторические коды: «*кобыз*», «*бешибармак*», «*казы*», «*той*», «*кумыс*» и другие. Интересным также является использование пословиц и поговорок: «*Дай казаху рыбу, и он будет сыт один день. Дай казаху лошадь, и он устроит той. И сыт будет тоже один день*», «*Казахские шаруа выступили против усиления байской эксплуатации*» [3, 392].

#### ***Обогащение лексического состава за счет языкового смешения***

Создание гибридных слов на основе смешения языков, что делает текст более выразительным и аутентичным, способствует передаче культурных нюансов, отражает языковую креативность автора и помогает установить эмоциональный контакт с читателем. Например, «*Курайфест*», «*кураист*», «*кобызист*», «*агашки*» и т. д.

*Использование безэквивалентной лексики.* Включение национальных слов, обозначающих административные единицы, государственные органы и другие понятия, характерные для страны. Безаналоговая лексика Башкортостана: «*Торатау*», «*Агидель*», «*КызылТан*», «*Йэшлек House*», «*Аргымак*» и другие. Устоявшаяся тенденция использования безэквивалентной лексики в СМИ Казахстана: «*мажилис*» (парламент), «*аким*», «*акимат*», «*Акорда*»

(резиденция президента Казахстана), «тенге», «Казакстан темір жолы», «Сарыарка Автопром».

Говоря о языковых особенностях и лингвистических приёмах в СМИ, следует упомянуть важное направление науки, в сфере которого набирают популярность научные труды. Медиалингвистика изучает то, как язык работает в онлайн-сфере. В настоящее время можно говорить о том, что медиалингвистика должна исследовать не только язык СМИ, но и медиаречь (речь, которая функционирует в коммуникативной среде СМИ), включая изучение речевого поведения участников массовой коммуникации и его дифференциацию по специфическим сферам и видам медиатекстов [5, 610].

Визуальная составляющая медиа позволяет передавать смысловые акценты, эмоции и культурные коды, которые трудно выразить словами. В контексте Башкортостана и Казахстана визуальная коммуникация часто включает национальные орнаменты, цвета и символы для подчеркивания культурной самобытности, использует исторические и современные образы для создания связи между традициями и современностью, служит инструментом социальной рекламы, где визуальные метафоры акцентируют внимание на проблемах общества. В современных условиях переизбытка информации медиаинфографика становится оптимальным форматом для одновременной работы журналиста и дизайнера над таким сложным видом креолизованного текста или, по-другому, медиатекста [2, 4]. В данном свете становится важным рассмотрение термина *медиатекст*, который понимается как «разновидность текста, функционирующего в сфере массовой коммуникации, который приобретает особое значение в связи с использованием графических средств передачи информации» [6, 11]. Также медиатекст представляет собой «диалектическое единство языковых и медийных признаков, представленное тремя уровнями медиаречи: словесным текстом, уровнем видеоряда или графического изображения, уровнем звукового сопровождения» [5, 610]. В качестве особенностей инфографики, которые отличают ее от других видов контента в массовой коммуникации, ученые называют наличие «графических объектов, полезной информационной нагрузки; красочного представления; внятного и осмысленного представление темы» [1, 232]. Каждая качественная инфографика – это не просто набор визуальных элементов, а тщательно продуманное сообщение, которое может влиять на мнения и решения. Этот инструмент делает информацию понятной для всех, независимо от культурного или

образовательного контекста, что особенно важно в эпоху глобализации.

**Заключение.** Подводя итог, можно утверждать, что исследование взаимодействия вербальных и невербальных средств в массмедийном пространстве Башкортостана и Казахстана вызывает научный интерес, так как затрагивает одновременно две ключевые области – медиа и коммуникацию – в контексте культурного разнообразия двух близких регионов, то есть становится междисциплинарным исследованием. Важность исследования заключается в том, что оно исследует медиaprостранство, которое в современном мире не только отражает, но и формирует общественное мировоззрение.

#### **Список источников**

1. Буслюк С. А. Инфографика как способ визуализации информации в СМИ // Материалы 54-й научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР. 2018. С. 232–233.

2. Лайкова Я. Н. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ: диссертация кандидата филологических наук. Москва, 2016. 211 с.

3. Протасова Е. Ю., Алишариева А. Н., Ибраева Ж. К. Особенности языка русскоязычных СМИ Казахстана // Уральский филологический вестник. 2018. № 2. С. 384–399.

4. Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: инфографика // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 6(402). С. 91–99.

5. Таюпова О. И., Бычковская Н. В. Медиалингвистика как современное научное направление // *Liberal Arts in Russia*. 2014. № 1. С. 610–616.

6. Халиуллина Ю. Ш. Лингвокогнитивный и лингвопрагматический аспекты регионального медиадискурса (на материале гляцевых изданий Башкортостана): диссертация кандидата филологических наук. Уфа, 2015. 164 с.

#### **REFERENCES**

7. Buslyuk S. A. Infografika kak sposob vizualizatsii informatsii v SMI [Infographics as a Method of Information Visualization in Mass Media] // Materialy 54-y nauchnoy konferentsii aspirantov, magistrantov i studentov BGUIR [Proceedings of the 54th Scientific Conference of Postgraduates, Master's and Bachelor's Students of BSUIR]. 2018. Pp. 232–233. (In Russ.).

8. Laykova Ya. N. Mediainfografika kak format mediateksta v rossiyskikh onlayn-SMI [Media Infographics as a Format of Media Text in Russian Online Mass Media]: PhD thesis in Philology. Moscow, 2016. 211 p. (In Russ.).

9. Protasova E. Yu., Alisharieva A. N., Ibrayeva Zh. K. Osobennosti yazyka russkoyazychnykh SMI Kazakhstana [Features of the Language of Russian-Language Mass Media in Kazakhstan] // Ural'skiy filologicheskiy vestnik [Ural Philological Bulletin]. 2018. No. 2. Pp. 384–399. (In Russ.).

10. Simakova S. I. Instrumenty vizualizatsii informatsii v SMI: infografika [Information Visualization Tools in Mass Media: Infographics] // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University]. 2017. No. 6 (402). Pp. 91–99. (In Russ.).

11. Tayupova O. I., Bychkovskaya N. V. Medialingvistika kak sovremennoe nauchnoe napravlenie [Medialinguistics as a Modern Scientific Field] // Liberal Arts in Russia. 2014. No. 1. Pp. 610–616. (In Russ.).

12. Khaliullina Yu. Sh. Lingvokognitivnyy i lingvopragmaticheskiy aspekty regional'nogo mediadiskursa (na materiale glyantsevykh izdaniy Bashkortostana) [Linguocognitive and Linguopragmatic Aspects of Regional Media Discourse (Based on Glossy Publications of Bashkortostan)]: PhD thesis in Philology. Ufa, 2015. 164 p. (In Russ.).

## LINGUISTIC AND VISUAL COMMUNICATION IN THE MEDIA OF TWO CULTURES

*Aigul R. Gazetdinova*

Master's student at the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Gumilyov Eurasian National University  
(Astana, Kazakhstan)

### Abstract

**Keywords:** media infographics, linguistic play, regional media, media discourse, infographics, Bashkortostan, Kazakhstan

The article examines the processes of the «visual turn», the role of media infographics, and linguistic play in shaping public opinion. It highlights the importance of adapting media formats to modern conditions through the use of interactive elements and data visualization. The study focuses on the interaction of linguistic and visual tools in the media discourse of regional media in Bashkortostan and Kazakhstan. The research material includes texts from regional media outlets in these regions. The aim of the study is to identify the specifics of linguistic and visual

*А. Р. Газетдинова*

strategies in these areas and determine their impact on public opinion and cultural identity. The relevance of the research is driven by global trends of the «visual turn» in media, the growing role of multimodal formats (infographics, interactive elements), and the need to study regional media consumption patterns. This study concentrates on local media, where linguistic and cultural diversity plays a key role in communication. The novelty of the research lies in the comprehensive analysis of media strategies in two culturally close but politically distinct regions, revealing both common trends and unique features. The practical significance of the study is associated with the potential application of its findings in developing media strategies for multicultural audiences, as well as in educational programs for journalists and media communication specialists. The results demonstrate that effective media communication in regions with rich cultural heritage requires a balance between global trends and local specifics, opening new perspectives for media studies in the context of globalization.

**Для цитирования:** Газетдинова А. Р. Языковая и визуальная коммуникация в медиаполе двух культур // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 53–60.

*Поступила в редакцию 05.04.2025*

УДК 81.42  
ББК 81.055

*M. S. Zhavnerovich<sup>1</sup>*

ORCID: 0000-0002-8486-5364

Nosov Magnitogorsk State Technical University  
zhavnerovich2000@mail.ru

*S. V. Ovcharova<sup>2</sup>*

ORCID 0000-0001-7856-5966

Nosov Magnitogorsk State Technical University  
alexis-1@yandex.ru

## METHODS OF CREOLIZATION OF MODERN ADVERTISING TEXT

### *Abstract*

The article is devoted to the methods of creolization of modern advertising text. It deals with the relevance of the problem of visualization and visual perception. The article considers the concept of visualization and explains what characterizes the advertising text. It studies the creolized text and its verbal and nonverbal components. Attention is focused on the development of clip thinking in a person at present time. The term “clip thinking” is defined more exactly. Some ways of creolization of advertising text are given: pictorial components, font, color, background, text size, pictograms, ideograms, graphic design, composition, punctuation marks, schemes, the use of inverted letters. In addition, using the example of modern banners placed in the city of Magnitogorsk, the methods of creolization of modern advertising text and their functions are considered. The conclusion is made about the potential ability of advertising banners of the city to influence people.

**Keywords:** creolization, advertising, visualization, creolization methods, advertising text, perception

**Introduction** (*Statement of the problem*). In the modern world, the problem associated with visualization is particularly relevant. Thus, in the latest humanitarian studies, the concepts of «visualization», «visual

---

<sup>1</sup> Zhavnerovich M. S. – part-time assistant of department of linguistics and literature, Nosov Magnitogorsk state technical university, Magnitogorsk, Russia.

<sup>2</sup> Ovcharova S. V. – assistant professor, candidate of philology, Nosov Magnitogorsk state university, Magnitogorsk, Russia.

culture», «visual thinking», «visual perception» are becoming increasingly widespread [3]. It is worth noting that visualization means the presentation of information in the form of visual images: schemes, tables, diagrams, pictures, that is, in this case, a person receives, perceives and analyzes information with the help of vision [4], [5], [6]. It is noteworthy that non-verbal means, including various visual images, have become more actively used to transmit various messages [5]. Such images also form the appearance of the city, which is impossible to imagine without advertisements, banners, billboards, signage, leaflets and posters. It is worth saying that modern advertising text consists of verbal and nonverbal components that complement each other. This means that the advertisement is a creolized text, that is, a mixed type of text [6]. For this reason, the problem associated with the methods of creolization of modern advertising text becomes relevant. Speaking of a creolized text, modern philologists mean «a complex textual formation in which verbal and iconic elements form one visual, structural, semantic and functional whole aimed at a complex pragmatic impact on the addressee» [1, 17].

*(Analysis of the literature).* Developing the issues of creolization of advertising text, we relied on modern research related to the issues of visualization, advertising and creolized text [1], [3], [5], [6], [7], offering a systematic view of these problems.

*(Purpose of the article)* The purpose of this article is to consider the creolization methods of modern advertising text, to consider its main functions, to characterize the potential impact of the visual component of such a text on people.

1. **Creolized text and its functions.** The advertising text is characterized by the presence of the functions of offering and attracting attention. One of the methods of attracting attention to an advertising message is a creolized text. Such a text performs, among other things, the functions of informing and influencing the consciousness of potential consumers with the help of visual means and images. Creolized text is especially effective in influencing a modern person, since people living at the present time have developed clip thinking, when information is best absorbed through short videos, video clips, as well as vivid images and animation [6].

The verbal component of the creolized text mainly performs an informational function. The nonverbal component, in its turn, is able to impart dynamism to an advertising message, attract attention, evoke various associations and influence a person's consciousness and emotions.

It is worth noting that there are different creolization methods of modern advertising text. For example, such methods are pictorial components, font, color, background, text size, pictograms, ideograms, graphic design of verbal text, composition, punctuation marks, schemes, the use of inverted letters [6].

Similar creolization methods can be found in the advertising text, which can be seen by residents of Magnitogorsk. We analyze several advertising messages of the city, focusing on the visual component, on the creolization methods and their functions. It is the advertisements placed on the banners of the city of Magnitogorsk in 2021-2023 that become the research material. The main research methods are comparative analysis, which allows comparing how creolization methods are used in different banners, and hermeneutic analysis, which explains the meaning of using creolization methods of modern advertising text.

**2. Creolization methods and their functions based on the example of advertising banners of Magnitogorsk.** Let's consider the advertising banner shown in fig. 1.



Fig.1

It was placed in Magnitogorsk in 2021. Here you can see an advertisement for meat products. The most important way of creolization of this text is the orange background color. It is worth noting that this color contributes to a good mood, gives a feeling of warmth [2]. This can be correlated with the fact that this advertising banner was placed in summer, when the weather is hot. So, with the help of this advertising text, you can influence people's emotions. In addition, the orange color is bright, so a banner of this shade is visible from afar, being noticeable to potential buyers. The image of a pork shashlik on the banner is worth

mentioning. So, the size of the meat product is quite large. It is on this image that the main emphasis is placed, and this is not accidental. After all, it affects not only visual perception, but also taste. For this reason, the steam around is also depicted. The advertising text «Time to roast meat» is written in large white font and combined with an orange background, this phrase is noticeable at a great distance. Special attention is paid to the fact that in the word «meat» a skewer seems to pass through the last letter, which can bring up associations in a person's mind with the use of various meat products for food, that is, in this case, visual perception is again associated with taste. In the lower right corner of the advertising banner, the price, indicated on a red background, is quite clearly visible. However, it is placed not in the center of the advertising text, but on the periphery. We can say that the price of the goods is not the main information in the message, but it also turns out to be significant.

In fig. 2 an advertising banner is shown that can be found in the city at the present moment.



Fig. 2

On this banner you can see information about a fast food restaurant. The main method of creolization in this case is a pictorial component – a sandwich. It can be concluded that this advertisement, like the banner in fig. 1, connects visual and taste perception. Special attention should be paid to the background. At the top you can see the blue sky and green trees. These colors are not bright, but blue and green can cause positive emotions, since such colors are considered soothing [2]. At the bottom, there is a table on which the product offered to a potential buyer lies, which gives the impression of a sandwich being close to the person looking at the banner. This can also affect people's subconscious. However, it should

be noted that due to the dim background colors, the banner is not the most noticeable and attention-grabbing advertisement if we compare it with other messages. It is noteworthy that there is practically no verbal component here. There is only the name of the offered product, the name of the institution and its address on the banner. The name of the institution is highlighted in bold, which means that this is the key information in this advertising message. It's interesting that the price of the product, which is indicated in the red circle, stands out especially vividly. This figure in a bright and even aggressive color is sharply different from the soothing green and blue shades. That is why we can say that the information about the price is a matter of primary importance. It is this information that the potential visitor of the institution should focus on. This means that the color and background as ways of creolization an advertising message perform the function of attracting attention.

Figure 3 shows an advertising banner placed in Magnitogorsk in 2021.



Fig. 3

This advertisement contains information about the jewelry store «Kamennyj cvetok». It is about the promotional action «Prices in half». An important means of creolization of the advertising text here is a light green background. It is bright, noticeable to a potential buyer, while it does not cause negative emotions in the person looking at the banner. In this case the main emphasis is on the inscription «Everything in half», so it is located in the center and circled in a white frame. The color of the inscription is bright, combined with the shade of the background, the font is large. Therefore, attention is paid to the text.

Another creolization method is pictorial components that are not in the foreground of the banner composition, yet they remain important

parts of it. So, the flowers and the ring refer to the name of the store – «Kamennyj cvetok». It can be said that the function of the creolization methods of this advertising text is to influence people's feelings, control their emotions. It is worth noting that this banner could also affect a person's subconscious if the verbal component of the «Price in half» was connected with the nonverbal one. For example, an image of scissors cutting the price tag could be placed on the banner. Such an image would be related to the advertising text in its meaning.

Figure 4 shows an advertising banner that could be seen in the city in 2021.



Fig. 4

This advertising text contains information about the pool. The logo and phone number are clearly visible here. In this case, a blue font was used as a method of creolization, which is often found in advertisements related to the pool or water [2]. It is worth mentioning that the white background is combined with the blue font, but it turns out to be not too bright, so the banner may not be the most noticeable compared to other advertising messages. The background in this case could be orange, which could cause an association with some attributes of a pool of this color. The image of a man swimming towards the location of the pool is interesting. This informs potential visitors and is able to call for active action, influencing the subconscious. All this is complemented by an arrow pointing in the direction of the sports institution. We can say that the main purpose of such a banner is to attract new visitors by informing them about the location of the pool. It is this function that the methods of creolization of this advertising text perform.

Fig. 5 and Fig. 6 depict advertising banners united by a common concept, style, and composition.



Fig. 5



Fig. 6

They can be found in Magnitogorsk at the present time. In Fig. 5 we see a purple background and a photo of a girl. On the banner shown in Fig. 6, you can also see a photo of a girl and a green background. These creolization methods make the banner noticeable and bright. In addition, you can see the red and blue stripes at the bottom, which are indicated by the girls on the banners. Both stripes stand out from the general background and are able to attract people's attention. There is a text containing information about apartments, their living area and price on these strips. It is this information that is very important, so these strips are highlighted accordingly. It is worth noting that two banners have advertising text printed in large font, which is slightly lighter than the background color. Therefore, such text on both banners can be seen and read from afar. The interesting fact is that these advertising messages contradict in meaning. So, in Fig. 5 you can see the inscription: «Small, but your own», and in Fig. 6 – «Your own must be large». However, both texts reveal the advantages of small and large apartments. In the first case, the full ownership of the apartment to the future owner is indicated, and in the second – its living area. We can say that these advertising messages overlap, in which you can find the humor inherent in the creators of advertising, and an original approach. All this, together with the creolization methods, can attract a person's attention, affecting their emotions and subconscious.

**Conclusion.** Thus, it can be concluded that the creolization methods of modern advertising text are displayed in different ways: background, font color, visual components and their location, composition, graphic elements. It can be assumed that all of them are able to influence potential buyers or customers, because they make advertising banners more vivid and attract attention. Also, the creolization methods of modern advertising text can perform various functions: impact on the emotional state (fig. 1, 2, 3, 5, 6), influence on visual and taste perception (fig. 1, 2), motivation for active action (fig. 4), impact on the subconscious (fig. 1, 2, 4, 5, 6) and presenting information (fig. 1, 2, 3, 4, 5, 6).

## REFERENCES

1. Anisimova E. E. Text linguistics and intercultural communication (based on the material of creolized texts). Moscow, Publishing Center "Academy", 2003, 128 p. (In Russ.)
2. Gavrichkova E. S., Petrova O. A. The influence of color on human perception // Actual problems of aviation and cosmonautics. 2012. vol. 2. № 8. Pp. 300-301. (In Russ.)

3. Yolshina E. S. The phenomenon of visualization in modern culture // *Kostromskoj gumanitarnyj vestnik*. 2012. № 1(3). Pp. 23-25. (In Russ.)
4. Creolized text: Semantic perception. Collective monograph / Ed. by I. V. Vashunin. Ed. coll.: E. F. Tarasov, A. A. Nistratov, M. O. Matveev. Moscow: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences, 2020. 206 p. (In Russ.)
5. Marochkina S. S., Kruglova M. S. Visual component of advertising messages in digital-communications, *Vizual'naya kultura: iskusstvo. Dizajn. Mediatekhnologii*, 2022, pp. 45-51. (In Russ.)
6. Chigaev D. P. Methods of creolization of modern advertising text: 10.02.01: dissertation... candidate of philological sciences. Moscow, 2010. 223 p. (In Russ.)
7. Kharitonova S. V. Analysis of the translation of advertising slogans of products of the companies of mobile phones // *Libri Magistri*. 2019. № 1 (7). Pp. 134-146. (In Russ.)

**Список источников**

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Гавричкова Е. С., Петрова О. А. Влияние цвета на восприятие человека // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*. 2012. Т. 2. № 8. С. 300-301.
3. Ёлшина Е. С. Феномен визуализации в современной культуре // *Костромской гуманитарный вестник*. 2012. № 1 (3). С. 23-25.
4. Креолизованный текст: Смысловое восприятие. Коллективная монография / Отв. ред. И. В. Вашунина. Ред. колл.: Е. Ф. Тарасов, А. А. Нистратов, М. О. Матвеев. Москва: Институт языкознания РАН, 2020. 206 с.
5. Марочкина С. С., Круглова М. С. Визуальная составляющая рекламных сообщений в digital-коммуникациях // *Визуальная культура: Искусство. Дизайн. Медiateхнологии: сборник научных статей XXI Всероссийской научно-практической конференции*, Омск, 11 мая 2022 года. Омск: Омский государственный технический университет, 2022. С. 45-51.
6. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста: 10.02.01: дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 2010. 223 с.
7. Харитонов, С. В. Анализ перевода рекламных слоганов продукции компаний мобильных телефонов // *Libri Magistri*. 2019. № 1(7). С. 134-146.

*M. S. Zhavnerovich, S. V. Ovcharova*

## СПОСОБЫ КРЕОЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

*Мария Сергеевна Жавнерович*

Ассистент-совместитель кафедры языкознания и литературоведения,  
Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г. И. Носова  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

*Светлана Владимировна Овчарова*

кандидат филологических наук, доцент кафедры языкознания  
и литературоведения, Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

Статья посвящена анализу способов креолизации современного рекламного текста. Подчеркивается актуальность проблемы визуализации и визуального восприятия. Предложена характеристика понятия визуализации, выделены основные особенности рекламного текста. Рассмотрен креолизованный текст и его вербальные и невербальные компоненты. Акцентируется внимание на развитом клиповом мышлении у человека настоящего времени. Рассматриваются особенности клипового мышления. Проанализированы некоторые способы креолизации рекламного текста: изобразительные компоненты, шрифт, цвет, фон, размер текста, пиктограммы, идеограммы, графическое оформление, композиция, знаки препинания, схемы, использование перевернутых букв. Кроме того, на примере современных баннеров, размещенных в городе Магнитогорске, рассматриваются способы креолизации современного рекламного текста и их функции. Делается вывод о потенциальной способности рекламных баннеров города влиять на сознание людей.

**Ключевые слова:** креолизация, реклама, визуализация, способы креолизации, рекламный текст, восприятие

**Для цитирования:** *Zhavnerovich M. S., Ovcharova S. V. Methods of creolization of modern advertising TEXT // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 61–70.*

*Поступила в редакцию 20.01.2025*

УДК 81.42  
ББК 81.055

*M. A. Kononov*<sup>1</sup>

ORCID: 000-0001-5195-2034

Nosov Magnitogorsk State Technical University  
hard5000@mail.ru

*A. L. Soldatchenko*<sup>2</sup>

ORCID: 0000-0002-4828-4917

Nosov Magnitogorsk State Technical University  
cafola@mail.ru

## THE SPECIFICS OF A SALES LETTER

### *Abstract*

In modern society advertising promotes goods and services, gives an impetus to all industries and acts as an integral part of culture which explains the relevance of the study. Sales letters are widespread as a way to popularize goods and services. The research is new because it defines different kinds of sales letters depending on the contained information: familiarizing with goods or services, making an appointment with a potential client, replying to enquiries, providing general information; and the objectives to be achieved: selling products or services, notifying customers, getting a response. The paper clarifies the definition of a sales letter, defines its structure, which includes: an image, a headline, a greeting, a lead paragraph, a body and a closing. The functions of the components of sales letter are identified: attracting attention, announcing a product or service, highlighting the benefits and providing additional information, a call to action. The rules for writing sales letters are formulated. Copywriters can use the materials in their work which explains the practical significance of this research.

**Keywords:** sales letter, kinds of sales letters, definition of a sales letter, structure, functions

---

<sup>1</sup> Kononov Mihail A. – master's student of the department of linguistics and literature studies of the institute of humanitarian education, Nosov Magnitogorsk state technical university, Magnitogorsk, Russia.

<sup>2</sup> Soldatchenko Alexander L. – doctor of education, professor of department of linguistics and literature, Nosov Magnitogorsk state technical university, Magnitogorsk, Russia.

### **1. All about a Sales Letter**

A sales letter is a document intended to generate sales. It influences the reader to place an order, to request for information about a product or service. The basic aim is motivate the reader to take a specific action [1, 7–8].

Sales letters can portray numerous kinds of information. For example:

a) It makes you aware of the product and services that you are offering.

b) Make an excuse for futures appointment.

c) Replying to enquiries [1, 4].

d) General Information. A sales letter can notify the consumer of the latest offers, products, services, sales, and so on. It can be any other information that you feel will interest the reader.

To help in establishing how you should write your sales letter, it is important to map out your objectives. Once you are clear about your objective, it will be easy for you to adopt the required technique. Here can be a few of them:

a) For selling any Product or Service. If your sole aim is to sell your products or service, you need to convince people. You need to use words that will convince the prospect of your product or service. Remember, do not be pushy. Talk in a conversational tone.

b) To Notify the Customer. If your sole objective is to provide the consumer with all essential information about your business or product or service, such sales letters are, as a result, usually escorted with leaflets and other inserts to give such information.

c) To Get a Response. The prospects may contact you for many reasons other than wanting to buy the product or service. It can be for further information, a free sample/trial, a personal visit, etc. Habitually, consumers do not like buying without physically seeing or trying out the product/service. So you must keep an option to demonstrate open. This also helps build credibility. The prospect will feel that you are genuinely interested in them and not just there to sell your products [1, 4–5].

Before starting to write a sales letter, you must also try to put yourself in the prospective customer's shoes. Realize how you treat unwanted letters that you receive. Most of these letters, if not all, go in the bin. In fact, you don't even bother to open some of them [1, 7–8].

### **2. What Are the Basic Parts of a Sales Letter?**

Any sales letter roughly follows the following sequence: a) image, b) headline, c) greeting, d) lead paragraph, e) body, f) closing [1, 14].

*The Image:* If there is a logo or design for your business, use it in the sales letter only if it is really pertinent to what you are offering. You are not selling your business logo; you are selling benefits that the buyer will realize if he buys your product or service. Use a specific image that is inherent to your headline, content, and theme, or do not use one at all. Stick to words as far as possible [1, 14].

*Job of the Headline:* The headline is usually 3 – 30 words long. It should be catchy. It should grab the reader's attention and tell him what the sales letter is about. Ideally, the job of the headline is to get the reader's concentration, target the viewers, list an advantage, and make an assurance [1, 14].

*Greeting and Lead Paragraph:* Spin a yarn that the reader can identify with, using a conversational tone. Announce a new product or service, an exclusive event, or important news, flaunting your unique selling proposition. Speak to the reader as your equal: "Dear fellow car purchaser, are you aware of ..." You could start with something innovative, perhaps a quote or anecdote. You could start by identifying the reader's problem, one that your product promises to solve. Ask a question that might excite the reader [1, 14–15].

*Body of the Letter:* The body copy should use the same tone and endure with the theme of the headline. You should persist highlighting the benefits and offer proof of the claim you made. Provide details of the benefits and the features. Build credibility. Your basic objective is to create a need or want for your products or services and make people do what you want them to [1, 15].

*Closing or Call to Action:* If you solicit the reader to order, support, or to contact you for the particular cause, you must make it easy for him to reply. You must support the sales letter with a prepaid envelope and an order form. If not suitable, supply a toll-free telephone number, an email link, and/or your URL. Always thank the reader for his patience. Always use a postscript [1, 15].

*A Final Suggestion:* Getting the reader to spend his hard-earned money on you is the real challenge. The best way to ensure this is to use test readers. Test readers would be able to give their opinion if anything is missing in the letter [1, 15].

### **3. A 12-Step Guideline for a Good Sales Letter**

C. Erwanda outlines 10 key principles of writing effective promotional copy for print: accurate, appealing, benefit-led, concise, direct, purposeful, persuasive, structured, targeted, true to image [2, 8]. These principles determine the following rules.

*Try to Get Attention:* Presuming the reader has opened your envelope; the next important step is to get his attention. The headline is the foremost thing that your reader will notice. People have a very limited attention span and usually shove their mail into the wastebasket unless the headline jumps out to them.

*Identify the Reader's Problem:* Now that the reader has given you her full attention, you have to go straight to the problem area. Try to empathize with the reader. Another method is to agitate the problem. You present the problem, then excite it so that she really feels the pain and anguish of her situation.

*Provide the Solution to the Problem:* Now that you have identified the reader's problem, you become the "saviour" by providing them with the solution to the problem. You introduce your product or service and show them how all their problems will vanish once they get your product or service [1, p. 26–27].

*Present your Credentials to the Prospect:* Just telling the reader that you can make their life more comfortable and convenient will not prod them to jump in and grab your stuff. You need to build trust and prove your credibility. You can do this in the following manner: a) listing successful case studies and instances; b) naming prestigious companies (or people) you have done business with; c) mentioning your work experience; d) showing important awards and accolades that you have won.

*Show the Benefits of your Products:* Now you need to tell the reader how they will personally benefit from your product or service. Don't just mention the features. Nobody is interested in just the features. What you can do instead is to draw two columns. In one column, you can write the features and in the other, mention any conceivable benefit that they can receive from the feature. You can also use bullet points for each benefit to make it user-friendly to navigate [1, 26–27].

*Give Your Social Proof:* After you've presented all your benefits, now you need to build your credibility and trust with your reader with testimonials from contented customers. Testimonials are influential selling tools that establish your claims to be true. Another way of making your testimonial even more influential, include pictures of your customers with their names, addresses, and phone numbers.

*Make Your Final Offer:* Your offer is the most essential element of your sales letter. If your offer is great, even a mediocre sales copy will make it irresistible. Your offer can come in many different layouts. The best offers are usually an attractive blend of price, terms, and free gifts. It is always more lucrative to add more and more benefits to your offer rather than just lowering the price [1, 27–28].

*Give a Promise or Guarantee:* You can make your offer even more appealing by taking out the risk factor from it. Remember that people have a built-in fear that marketers are out there to cheat them. Give a very strong guarantee, but only if you have enough confidence in your product

or service. If your product or service is good enough, very few people will actually need any refund [1, 29].

*Inject the Elements of Scarcity:* Most people take their own sweet time responding to offers, even when they are appealing. To stimulate people to take action, you need to add incentives to the offer. You can create a sense of scarcity by informing your reader that either the supply or the quantity is limited. You can also mention that your offer is valid for only a limited time period [1, 29].

*Call to action:* Do not presume that your reader is familiar with what to do to obtain the benefits from your offer. You must guide them carefully on how to make the order in very comprehensible and concise language. Tell them whether you want them to call you, fax you, or click the order button on your website [1, 30].

*Give a Warning:* A good sales letter should persist to build emotion, even after your call to action. You can use the “risk of loss” strategy to let the reader know what would happen if they did not take advantage of your existing offer. Try to paint a sad picture in the psyche of the reader about the penalty of not taking action now. Drill into them how much they are missing out at present [1, 30].

*Close with a Proper Reminder:* You should always include a postscript (P.S.). In your postscript, you might want to remind them of your enticing offer. If you’ve used scarcity in your sales letter, include your call to action, then remind them of the restricted time (or quantity) offer [1, 30].

## **References**

1. Erwanda C. The Complete Newbie’s Guide to Effective Copywriting. Homerun Copywriter Formula, 2018. 73 p. (In Russ.)
2. Goodwyn A. Finding the right words: A user’s guide to writing promotional copy for the University of Reading. University of Reading, 2017. 29 p. (In Russ.)

## **ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ПИСЕМ**

*Михаил Алексеевич Коновалов*

Магистрант кафедры языкознания и литературоведения института гуманитарного образования, ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова»,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

*Александр Леонидович Солдатченко*

Доктор педагогических наук, профессор кафедры языкознания и литературоведения, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

Актуальность исследования объясняется тем, что в современном обществе реклама способствует продвижению товаров и услуг, являясь двигателем развития практически всех отраслей производства, выступая неотъемлемой частью культуры. Рекламные письма распространены как один из способов популяризации товаров и услуг. Новизна исследования состоит в том, что в статье определены виды рекламных писем в зависимости от содержащейся в них информации: ознакомление с товарами или услугами, организация встречи с потенциальным клиентом, ответ на вопрос, предоставление общей информации, и поставленной цели: продажа товаров или услуг, уведомление клиентов, получение ответов, установление обратной связи. В работе также уточняется определение рекламного письма, определяется его структура, включающая: фирменный знак, заголовок, приветствие, вводная часть, основная часть, концовка. Кроме того, выявлены функции компонентов рекламного письма: привлечение внимания, анонсирование товара или услуги, доказательство преимуществ и предоставление дополнительной информации, призыв к действию, сформулированы правила составления рекламных писем. Практическая значимость проявляется в возможности использования материалов в работе копирайтера.

**Ключевые слова:** рекламное письмо, виды рекламных писем, определение рекламного письма, структура, функции

**Для цитирования:** Konovalov M A., Soldatchenko A. L. The specifics of a sales letter // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 71–76.

*Поступила в редакцию 19.01.2025*

УДК 81.42  
ББК 81.055

**K. K. Kostina<sup>1</sup>**

*NPO “Androidnaya Tekhnika”  
ksenia.kostina.02@mail.ru*

**A. L. Soldatchenko<sup>2</sup>**

*ORCID: 0000-0002-4828-4917  
Nosov Magnitogorsk State Technical University  
cafola@mail.ru*

## PECULIARITIES OF WEB WRITING

### *Abstract*

The complex of interdependent reasons ensures the relevance of this study. At the moment, there are a large number of different Internet users, which continues to increase steadily. There is also a significant increase in the volume of textual information presented on the Internet, which needs to be effectively conveyed to users and made convenient for perception. At the same time, the model of reading Internet texts differs from ordinary texts, which necessitates the use of appropriate techniques to improve the perception of textual information. The article discusses the characteristic differences between Internet texts and their paper analogues. These differences are explained by the technical characteristics of the Internet, and include interactivity, readability, and technology. The novelty of the research lies in the fact that on the basis of the identified specific features, methods of composing Internet texts are proposed to improve their perception. The practical significance of the work lies in the fact that the proposed recommendations can be used by web writers when creating Internet texts.

**Keywords:** web writing, internet texts, interactivity, readability, technology

---

<sup>1</sup> Kostina Kseniya K., Bachelor of Philology, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia.

<sup>2</sup> Soldatchenko Alexander L. – doctor of education, professor of department of linguistics and literature, Nosov Magnitogorsk state technical university, Magnitogorsk, Russia.

### **1. What makes the web different?**

The web is a publishing medium, but it is significantly different from broadcast and print media. It is most often viewed on a TV-like screen and can have news / entertainment roles, so it is often subconsciously linked with radio or TV, but there are important differences [3, 2].

*Interactivity* – the web is much more interactive than TV or radio, you don't just sit back and wait for the next website to come along, you have to find it yourself. This also means you are not bound by someone else's schedule, so there is much greater freedom for the user [3, 2].

It is not as interactive, or as familiar as a book or magazine. It doesn't always have a linear journey, with a contents table, preface, beginning, middle and end. The user has to search [3, 2].

*Readability* – reading from a computer screen is tiring on your eyes, and much slower than reading from print [3, 2].

*Technology* – users have varying technology, with varying capabilities. They may be using a slow dial-up connection to the internet, or have older versions of software, so you cannot always determine the user experience [3, 2].

### **2. Why good web writing matters**

As a result of these factors, people read differently on the web. For years, usability researchers have found that web users rarely read entire pages, word for word. Web users: 1) scan pages, 2) pick out key words and phrases, 3) read in quick, short bursts, 4) are action oriented, and expect results quickly, 5) have a specific objective in mind, click and forage in search of bits of information that lead them towards a goal [1, 3].

There is evidence, in fact, that shows that reading on a screen is physiologically more difficult than reading on paper. Reading long paragraphs on a screen hurts the eyes, is laborious and time consuming in a medium known for speed. Users will read longer pages if the content provides detail related to the user's specific goal. However, even though users will read more when the information provides extended data on their topic of interest, good web writing practices should still be employed. It is also important to note that for long content, users may be more likely to print it out to read it. Effective web writing involves having the proper content, written in the right style and formatted for effective scanning [1, 3].

Understanding that people read web pages differently than other media is key to writing and laying out content that will promote your relevant topics. Think about reading a web page like reading a newspaper. When you pick up a newspaper, you don't start with the first word and read all the way to the bottom of the page like you would with a book [2].

You scan the front page for headlines that stand out, stopping on the ones that seem interesting and then you read through the related article. Or you see a headline for a story on page 2 or another section entirely and turn the page to view that story immediately. People approach websites the same way. No matter what page they enter on, they scan the page for something that will keep their interest. Headlines, bullet items, text formatting and clear navigation all help the scanability of your page. If they came looking for something specific, they are immediately on the lookout for more information about that topic of interest [2].

The average person spends about 10 to 20 seconds on a webpage. If they can't find what they are looking for they move onto the next page. Eye-tracking visualizations show that users often read web pages in an F-shaped pattern: two horizontal stripes followed by a vertical stripe. By putting keywords on the F not only will your readers be able to find what they are looking for your page will also be searchable [2, 4].

### **3. Common content mistakes**

In the early days of the web, success was measured in terms of numbers – having thousands of pages with hundreds of thousands of page views and millions of hits meant you had a successful website. Because of the relative ease of publishing to the web, not to mention the low cost, organizations put anything and everything they possibly could on their websites. Designs and technologies may have improved, but many old practices still prevail [1, 3–4].

Here are a few mistakes to avoid. *Do NOT*:

1. *Welcome people to your website and explain what a website is* [1, 4].
2. *Put your mission statement on your home page*, unless this is the most important content your users search for when visiting your site, it should not be on your home page [1, p. 4].
3. *Organize your website and write content to reflect your organization*. Present related tasks and content together on the site, regardless of who does them within your organization. Use language and terms that your audiences use, regardless of what you call them internally [1, 4].
4. *Put every piece of printed content you have on your website*. If your visitors don't need it and you can't maintain it, do not put it on your site [1, 4].
5. *Use "marketese" or promotional writing on the web*. The web is a very direct, informal medium. When your readers scan your content, every word is valuable. Do not fill your pages with marketing "fluff" or needless formalities. Boastful, exaggerated language reduces the likelihood that your content will be read or believed [1, 4].

6. *Post a PDF version of a document unless necessary*, unless the format and integrity of the original printed document must be maintained. PDF (portable document format by Adobe), Word documents or any other printed document type are not intended for the web and pose issues with search-ability, access and readability [1, 5].

#### **4. Writing Style**

Traditional academic writing follows a pyramid style – laying a foundation using many sources and supporting research, gradually working up to a logical conclusion. Writing in this style requires your users to do a lot of reading to get to the point. This is not the way to write for the web. Good web writing follows the inverted pyramid style, which is borrowed from journalism. In this style, the most important information is presented first, with additional supporting detail to follow. By putting the main idea first, readers can decide if the content is relevant and either read more or move on, avoiding reading paragraphs of information only to find it was not what they were looking for [1, 5].

When writing for the web it is necessary to: 1) catch your readers' attention in the first few words; 2) start with the conclusion, follow with the details; 3) remember who, what, where, when, why and how; 4) have only one idea per paragraph; 5) use half the word count of traditional writing [1, 5].

Also, when writing for the web it is important to:

1) *write to be found in a search, which means* using words that your target audiences use when searching [1, 5];

2) *be clear, concise and direct, which suggests* using the active voice, cutting wordy phrases, trying to make your sentences or phrases as concise and direct as possible and good word choice [1, 6]. Also, it is better to use simple words. You don't need to impress your readers with your word choice. People read simpler words faster [1, 8];

3) *provide context*, which means providing readers with cues that a particular section or instruction applies to them. It helps readers scan your page. The best way to do this is *to start with something the user already knows*, and then provide the new information. This is known as the "Given-New Principle". Example: "*If your financial aid award includes a PLUS loan, send the following documentation to the Student Accounts office:*" [1, 8];

4) *use parallel constructions*. To improve readability, present similar content in parallel constructions – consistent patterns in the way information is written. People anticipate patterns when reading and grasp information more quickly when patterns exist. Switching patterns requires more mental energy [1, 8];

5) *sentence fragments are o.k.* When writing for the web, complete sentences are not always necessary. There is a difference between coherent fragments or phrases and telegraphic writing. Avoid telegraphic writing – leaving out articles such as “the” or “a” to shorten a sentence. This only makes the sentence more difficult to read and comprehend. Telegraphic writing may be appropriate for navigation, but not in the body of the page [1, 9];

6) *use longer, more descriptive links.* Your users should know what to expect when clicking a link. When providing links in your content (contextual links), choose 7-11 words that are informative [1, 9]. You may also choose to provide brief descriptions with a shorter link to inform your audiences [1, 10].

## **5. Conclusion**

So, proper writing style can dramatically improve usability. Jakob Nielsen measured 5 different versions of the same website (same information and navigation, with variations in wording and format) and found that creating objective, scannable and concise content on a site greatly improved usability. Objective language implies using neutral rather than subjective, boastful, or exaggerated language. Scannable layout suggests using the text in a layout that facilitates scanning. Concise text means using about half the word count as the control condition. The combined version of the text employing all three improvements in writing style together improved its usability by 124% [1, 14].

## **References**

1. DM Best Practices: Writing for the Web. Miami, 2016. 15 p. URL: [https://www.uakron.edu/webteam/docs/dm\\_webwriting.pdf](https://www.uakron.edu/webteam/docs/dm_webwriting.pdf) (дата обращения: 26.12.2024). (In Eng.)
2. Web Content Writing. WestChesterUniversity, 2016. 20 p. URL: [https://www.wcupa.edu/infoservices/training/documents/courses/Specials/WebContentWriting\\_Handout.pdf](https://www.wcupa.edu/infoservices/training/documents/courses/Specials/WebContentWriting_Handout.pdf) (дата обращения: 26.12.2024). (In Eng.)
3. Writing for the Web. University of Sheffield, 2016. 4 p. (In Eng.)

## **СПЕЦИФИКА ВЕБ-РАЙТИНГА**

*Ксения Константиновна Костина*

Бакалавр-филолог, менеджер-администратор НПО «Андроидная техника», 455048, Россия, г. Магнитогорск, пер. Мурманский д. 21

*Александр Леонидович Солдатченко*

Доктор педагогических наук, профессор кафедры языкознания

***K. K. Kostina, A. L. Soldatchenko***

и литературоведения, Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

Комплекс взаимообусловленных причин обеспечивает актуальность настоящего исследования. На текущий момент существует большое количество различных пользователей интернет, которое продолжает неуклонно увеличиваться. Также наблюдается значительный рост объёмов текстовой информации, представленной в интернет, которую необходимо эффективно донести до пользователей, сделать удобной для восприятия. При этом модель чтения интернет текстов отличается от обычных текстов, что обуславливает необходимость использования соответствующих приёмов для улучшения восприятия текстовой информации. В статье рассматриваются характерные отличия интернет текстов от бумажных аналогов, которые объясняются техническими характеристиками интернет, и включают интерактивность, читабельность, технологичность. Новизна исследования состоит в том, что на основе выделенных специфических черт предлагаются способы составления интернет текстов, позволяющие улучшить их восприятие. Практическая значимость работы заключается в том, что предлагаемые рекомендации могут использоваться веб-райтерами при создании интернет текстов.

***Ключевые слова:*** веб-райтинг, интернет тексты, интерактивность, читабельность, технологичность

***Для цитирования:*** *Kostina K. K., Soldatchenko A. L. Peculiarities of web writing // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 77–82.*

*Поступила в редакцию 22.01.2025*

## РАЗДЕЛ III. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И СТРАНОВЕДЕНИЕ

**ББК 81.432.1**  
**УДК 811.111**

**Е. В. Ильинова<sup>1</sup>**

*ORCID: 0009-0000-6268-0337*

*Краснодарское высшее военное училище  
им. генерала армии С. М. Штеменко  
350063, Россия, г. Краснодар, ул. Красина, д. 4  
elena.ilinova21@gmail.com*

### **АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «АМЕРИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК»**

В работе исследуется аксиологическая составляющая комплексного лингвокультурного типажа «американский деловой человек» на материале примеров из Корпуса современного американского английского языка, датируемых временем не ранее 2000 г. Лексические репрезентанты типажа в английском языке уже были определены ранее. Как для самого типажа, так и для его субтипажей – «предприниматель» и «топ-менеджер» выявляется оценка типажа (самовосприятие типажа и оценка окружающих) и ценностные доминанты типажа (внутренние стремления и жизненные цели). Делается вывод о том, что «деловой человек» вбирает в себя различные аспекты обоих субтипажей. Его главная ценность – прибыль, а оценка его фигуры двойственна: с одной стороны, признается, что деловой человек является создателем рабочих мест и хребтом американской экономики, с другой – ему приписываются и отрицательные качества, прежде всего жадность, погоня за наживой. Главные ценности предпринимателя – это свобода и возможность заниматься любимым делом, а топ-менеджера – время

---

<sup>1</sup> Ильинова Елена Владимировна, преподаватель 5 кафедры иностранных языков, Краснодарское высшее военное училище им. генерала армии С. М. Штеменко, г. Краснодар, Россия.

и личный доход. Оценка фигуры предпринимателя преимущественно положительная: предприниматели обеспечивают экономический рост, они экспериментируют и создают ценные продукты и услуги. Оценка же топ-менеджера амбивалентна – топ-менеджеры востребованы на рынке труда, но им приписывается множество отрицательных качеств: жадность, презрение и невнимание к простым работникам, безответственность и непорядочность, расточительность, некомпетентность. Высокие доходы топ-менеджеров воспринимаются как незаслуженные. Таким образом, оценки двух субтипажей почти противоположны, их ценности кардинально различаются, а единственное их сходство – это обладание престижем в американском обществе.

**Ключевые слова:** лингвокультурный типаж, субтипаж, деловой человек, предприниматель, топ-менеджер, ценностный компонент, корпус современного американского английского

**Введение.** Лингвокультурными типажам (ЛКТ) называют узнаваемые образы представителей определенной культуры [11, 88]. ЛКТ включает в себя совокупность культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, значений, установок и поведенческих реакций [3, 29]. В отечественной лингвистике лингвокультурные типаж являются объектом изучения уже двадцать лет. Количество исследованных за это время типажей, вероятно, превысило сотню – «чиновник» [13], «плут» [2], «звезда Голливуда» [15], «британская королева» [14] и т. д. При этом лингвокультурный типаж «американский деловой человек» до сих пор не получил своего исчерпывающего описания.

Двумя составляющими собирательного понятия «деловой человек» являются «владелец» («собственник») и «управленец» («наемный менеджер») [5]; отсюда можно полагать, что лингвокультурный типаж «деловой человек» является комплексным, составным; в него входят два субтипажа – «предприниматель» и «управленец» («топ-менеджер»). Это утверждение мы полагаем верным для ЛКТ «деловой человек» как в русской, так и в американской лингвокультурах.

Исследованию первого из двух субтипажей ЛКТ «деловой человек» в английской и американской лингвокультурах были посвящены несколько работ [10; 12]. Существуют и сопоставительные работы, анализирующие сходства и различия между российским и англо-американским ЛКТ [6; 7]. Второй же субтипаж, насколько нам известно, не привлекал внимания исследователей.

Аксиологическую (ценностную) составляющую ЛКТ определяют два взаимосвязанных элемента: оценка типажа (самовосприятие типажа и оценка окружающих) и ценностные доминанты типажа (внутренние стремления и жизненные цели). С целью выявления данных элементов было проведено исследование случаев употребления лексем и словосочетаний, номинирующих ЛКТ «американский деловой человек», на базе примеров из корпуса современного американского английского (Corpus of Contemporary American English). Актуальность примеров обеспечена критерием их отбора: все они датируются временем не ранее 2000 г. Материалом анализа являются 7968 примеров словоупотребления лексем, репрезентирующих в английском языке ЛКТ «американский деловой человек» и его субтипажи.

Главным лексическим эквивалентом словосочетания *деловой человек* в английском языке является существительное *businessman / business man*. Его словарные определения указывают не только на предпринимателя как владельца бизнеса, но и на наемного работника (в первую очередь – высокого ранга), занятого в коммерческой сфере [9, 21]. К прочим лексическим репрезентантам ЛКТ относится словосочетание *a man of business*, а в форме мн. ч. – *business people* [8]. К ним следует добавить *businessperson* – гендерно нейтральный, политкорректный вариант [1, 12] лексемы *businessman*.

Лексическим репрезентантом субтипажа «американский предприниматель» является существительное *entrepreneur*, а субтипажу «американский топ-менеджер» соответствует лексико-семантическое поле, чье ядро состоит из сложных существительных *top manager*, *top executive* и *senior executive*, а также собирательных существительных *top management*, *senior management* и *upper management* [9, 23–26].

**Результаты.** Фигура американского делового человека получает в корпусе неоднозначную оценку. С одной стороны, деловой человек обладает престижем и выступает объектом положительной оценки из-за своей роли в обществе как создателя рабочих мест и хребта американской экономики: *Our bread and butter clients are real business people who need real services and results. These "normals" are the backbone of America.* (<http://onstartups.com/tabid/3339/bid/75314/13-Ways-To-Think-About-And-Crush-Your-Competition.aspx>, 2012).

С другой стороны, деловым людям приписываются и отрицательные качества. Прежде всего это жадность, погоня за наживой: *The business people of america are only interested in the bottom line and are more than willing to hire some school age kid*

*from overseas over an american and can get the work done at a fraction of the cost here.* (<http://jobsearch.about.com/b/2012/11/15/what-to-do-when-unemployment-runs-out.htm>, 2012).

Главной ценностью американского делового человека является прибыль: *If a person runs their business for reasons other than profit, they are picked at and questions – even told they are bad business people.* (<http://b-townblog.com/2012/08/21/letter-i-wanted-to-send-a-big-high-5-to-the-staff-at-the-city-of-burien/>, 2012).

В корпусе представлены преимущественно примеры с положительной оценкой американских предпринимателей. Предприниматели обеспечивают экономический рост, они создают ценные продукты и услуги: *This is why the entrepreneur provides an incredible service to society.* (<http://www.dailykos.com/story/2011/05/22/976743/-Owners-of-the-world-unite>, 2012).

Предприниматель является объектом мечты, им желают стать: *His passing was also significant because he's the one who made pursuing my dream of being an entrepreneur possible.* (<http://susansoutherland.com/a-matter-of-life-and-death-what-ive-learned-over-the-past-six-months>).

Предприниматели хотят зарабатывать, делая то, что они любят. Они ценят свободу и именно поэтому выбирают предпринимательство: *What we as entrepreneurs are largely after is freedom.* (<http://www.marieforleo.com/2012/09/your-subconscious-mind/>, 2012). Мотивацией и целью предпринимателя называется не прибыль, а энтузиазм, желание реализовать: *Economic success is rarely the goal of successful entrepreneurs. Our motivation was pursuit of a passion* (<http://givingpledge.org/>, 2012).

В корпусе встречаются полярные оценки американского топ-менеджмента; при этом отрицательных оценок заметно больше. Должность топ-менеджера обладает престижем: *You know how proud we all are of your accomplishments. You're a top executive at one of the hottest biomed companies in North Carolina, if not the entire country.* (Woods, Sherryl. Sand Castle Bay, 2013). Топ-менеджеры более чем востребованы на рынке труда. Наиболее распространенной причиной отрицательных оценок являются доходы топ-менеджеров, воспринимающиеся как неоправданно высокие: *The problem is CEO's and upper Management Getting outrageous pay and Benefits. all add to the cost, and price us out of the Global market.* (<http://www.theblaze.com/stories/s-e-cupp-vs-liberal-nun-a-clip-youll-probably-want-to-see/>, 2012). Также топ-менеджерам приписывается

жадность, презрение и невнимание к простым работникам, безответственность и непорядочность, расточительность, некомпетентность.

Высшей ценностью фигуры американского топ-менеджера является личный доход – ради денег он готов на что угодно: *After working with Senior Management for years, at a manufacturing co, I found that they will do anything to turn a profit at the publics and workers expense* (<http://caffertyfile.blogs.cnn.com/2011/12/13/what-do-you-fear-most-big-government-big-business-or-big-labor/>, 2012).

Также у топ-менеджеров не хватает времени, поэтому оно является ценностью: *Time is a precious commodity for senior executives.* (USA Today Magazine, 2009).

**Заключение.** Сравнение ценностных составляющих субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» с ценностной составляющей типажа «американский деловой человек» выявляет сложную картину: «деловой человек» вбирает в себя различные аспекты обоих субтипажей. Характер общей оценки ЛКТ не вызывает удивления: лингвокультурные типажи, сориентированные на повседневное поведение, получают амбивалентную оценку [4, 24].

В свою очередь, оценки стереотипных фигур американского предпринимателя и топ-менеджера почти противоположны, их ценности кардинально различаются, а единственное их сходство – это обладание престижем в американском обществе.

#### Список источников

1. Атнайкина А. С., Ланцова Л. К. Языковое выражение политкорректности в английском и русском языках // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: Материалы докладов XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Саратов: Саратовский источник, 2020. С. 11–19.

2. Бушуева Л. А. Лингвокультурный типаж «плут» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 2 (135). С. 148–151.

3. Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж с позиции культурных ценностей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2006. № 2. С. 29–35.

4. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX в.: автореф. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2007. 40 с.

5. Долгова Е. В. Имиджевые характеристики лингвокультурного типажа «деловой человек» // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия:

***Е. В. Ильинова***

Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2015. № 4 (28). С. 126–138.

6. Емельянова О. П. Репрезентация стереотипного образа бизнесмена в русскоязычной и англоязычной лингвокультурах // Наука и современность. 2010. № 5-3. С. 29–36.

7. Иванов А. А. Лингвокультурный типаж «бизнесмен» в английской и русской лингвокультурах // Трансформация реальности: стратегии и практики: 5-й молодежный конвент УрФУ: материалы международной конференции 25–27 марта 2021 года. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. С. 357–359.

8. Ильинова Е. В. Значимостная составляющая лингвокультурного типажа «деловой человек»: русско-английские параллели // Преподаватель XXI век. 2024. № 1. Ч. 2. С. 517–526.

9. Ильинова Е. В. Образная составляющая лингвокультурного типажа «деловой человек» в русском и английском языках // Современные исследования социальных проблем. 2024. Т. 16. № 3. С. 10–33.

10. Илюхина М. С. Лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» (эндо- и экзостереотипы): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2013. 19 с.

11. Карасик В. И. Лингвокультурный типаж // Язык. Текст. Дискурс. 2007. № 5. С. 86–89.

12. Манджиева З. М., Боваева Г. М., Бураева Т. В. Лингвокультурный типаж бизнесмена в американской лингвокультуре // Сборник материалов региональной научно-практической конференции с международным участием «Личность в парадигме межкультурной коммуникации: язык – культура – образование – музей (теоретические и прикладные проблемы)». Элиста: Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова, 2019. С. 130–134.

13. Мосьпан С. А., Пономаренко И. Н., Кондратьева Т. С. Лингвокультурный типаж «чиновник» в художественном и медийном дискурсах // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2020. Т. 6. № 1. С. 171–179.

14. Мурзинова И. А. Лингвокультурный типаж «британская королева»: автореф. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 24 с.

15. Селиверстова Л. П. «Звезда Голливуда»: лингвокультурный типаж и стереотип // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2007. № 6. С. 158–160.

## REFERENCES

1. Atnyakina A. S., Lantsova L. K. Yazykovoe vyrazhenie politkorrektnosti v angliyskom i russkom yazykah [Linguistic Expression of Political Correctness in the English and Russian languages] // Inostrannye yazyki v kontekste mezhkul'turnoy kommunikatsii [Foreign Languages in the Context of Intercultural Communication]. Saratov: Saratovskiy istochnik, 2020. Pp. 11–19. (In Russ.)
2. Bushueva L. A. Lingvokul'turnyy tipazh «plut» [Linguocultural Personality Type “Swindler”] // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Volgograd State Pedagogical University Review]. 2019. № 2 (135). Pp. 148–151. (In Russ.)
3. Dmitrieva O. A. Lingvokul'turnyj tipazh s pozicii kul'turnyh cennostej [Linguocultural Character Type from the Position of Cultural Values] // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Volgograd State Pedagogical University Review]. 2006. № 2. Pp. 29–35. (In Russ.)
4. Dmitrieva O. A. Lingvokul'turnye tipazhi Rossii i Francii XIX v.: avtoref. ... d-ra filol. nauk [Linguocultural Character Types of the 19th century Russia and France: Diss. abstract]. Volgograd, 2007. 40 p.
5. Dolgova E. V. Imidzhevye harakteristiki lingvokul'turnogo tipazha «delovoy chelovek» [Image Features of the Linguocultural Type of a Successful «Business Man»] // Nauchnyy vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo arhitekturno-stroitel'nogo universiteta. Seriya: Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovanija [The Herald of Voronezh State University of Architecture and Construction. Modern Linguistic and Methodical and Didactic Research]. 2015. № 4 (28). Pp. 126–138. (In Russ.)
6. Emelyanova O. P. Rerezentatsiya stereotipnogo obraza biznesmena v russkoyazychnoy i angloyazychnoy lingvokul'turah [Representation of the Stereotypical Image of the Businessman in Russian and English Linguistic Cultures] // Nauka i sovremennost' [Science and Modernity]. 2010. № 5-3. Pp. 29–36. (In Russ.)
7. Ivanov A. A. Lingvokul'turnyj tipazh «biznesmen» v angliyskoy i russkoy lingvokul'turah [Linguocultural Type of “Businessman” in English and Russian Cultures] // Transformatsiya real'nosti [Transformation of Reality]. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2021. Pp. 357–359. (In Russ.)
8. Ilyinova E. V. Znachimostnaya sostavlyayushhaya lingvokul'turnogo tipazha «delovoy chelovek»: russko-angliyskie paralleli [The Meaningful Component of the Linguocultural Character Type of

Business Person: Russian-English Parallels] // Prepodavatel XXI vek [Lecturer 21st Century]. 2024. № 1. Ch. 2. Pp. 517–526. (In Russ.)

9. Ilyinova E. V. Obraznaja sostavlyayushhaya lingvokul'turnogo tipazha «delovoy chelovek» v russkom i angliyskom yazykah [Imaginative Component of the Linguo-Cultural Character Type “Business Man” in Russian and English] // Sovremennye Issledovaniya Sotsialnykh Problem [Modern Studies of Social Issues]. 2024. T. 16. № 3. Pp. 10–33. (In Russ.)

10. Ilyuhina M. S. Lingvokul'turnyy tipazh «angliyskiy biznesmen» (jendo- i jekzostereotipy): avtoref. diss. ... kand. filol. n. [Linguocultural Character Type of “English Businessman” (endostereotypes and exostereotypes): Diss. abstract] Volgograd, 2013. 19 p. (In Russ.)

11. Karasik V. I. Lingvokul'turnyy tipazh [Linguocultural Character Type] // Jazyk. Tekst. Diskurs [Language. Text. Discourse]. 2007. № 5. Pp. 86–89. (In Russ.)

12. Mandzhieva Z. M., Bovaeva G. M., Buraeva T. V. Lingvokul'turnyj tipazh biznesmena v amerikanskoj lingvokul'ture [Linguocultural Character Type of the Businessman in the American Linguistic Culture] // Lichnost' v paradigme mezhkul'turnoj kommunikatsii: jazyk – kul'tura – obrazovanie – muzej (teoreticheskie i prikladnye problemy) [Personality in the Paradigm of Intercultural Communication: Language – Culture – Education – Museum (Theoretical and Applied Issues)]. Elista: Kalmytskiy gosudarstvennyy universitet imeni B. B. Gorodovikova, 2019. Pp. 130–134. (In Russ.)

13. Mospan S. A., Ponomarenko I. N., Kondratieva T. S. Lingvokul'turnyj tipazh «chinovnik» v hudozhestvennom i mediynom diskursah [Linguo-Cultural Type “Official” in Art and Media Discourse] // Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences]. 2020. T. 6. № 1. Pp. 171–179. (In Russ.)

14. Murzinova I. A. Lingvokul'turnyj tipazh «britanskaya koroleva»: avtoreferat diss... kand. filol. nauk. [Linguocultural Character Type “British Queen”]: Diss. abstract] Volgograd, 2009. 24 p. (In Russ.)

15. Seliverstova L. P. “Zvezda Gollivuda”: lingvokul'turnyy tipazh i stereotip [“Hollywood Star”: a Linguocultural Character Type and a Stereotype] // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie. [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics] 2007. № 6. Pp. 158–160. (In Russ.)

**AXIOLOGICAL COMPONENT OF THE LINGUOCULTURAL  
CHARACTER TYPE “AMERICAN BUSINESSMAN”**

*Elena V. Ilyinova*

Lecturer, Krasnodar Higher Military School  
named after General of the Army S. M. Shtemenko  
(Krasnodar, Russia)

**Abstract**

The paper examines the axiological component of the complex linguocultural character type ‘American businessman’ based on examples from the Corpus of Contemporary American English, dating back to 2000 at the earliest. Lexical representations of the type in English have already been identified earlier. Both for the main character type itself and for its subtypes, ‘entrepreneur’ and ‘top executive’, the assessment (self-perception of the type and assessment of others) and the value dominants (inner aspirations and life goals) are revealed. It is concluded that the main ‘businessman’ character type encompasses various aspects of the both subtypes. His main value is profit, and the assessment of his figure is twofold: on the one hand, it is recognized that the businessman is a job creator and the backbone of the American economy, on the other, negative qualities are attributed to him, primarily greed, the pursuit of profit. The main values of the entrepreneur are freedom and the opportunity to do what they love, while those of the top manager being time and personal income. The assessment of the entrepreneur’s figure is mostly positive: entrepreneurs ensure economic growth, they experiment and create valuable products and services. The assessment of the top executive is ambivalent; top managers are in demand in the labor market, but many negative qualities are attributed to them: greed, contempt and inattention to ordinary employees, irresponsibility and dishonesty, wastefulness, incompetence. High incomes of top executives are perceived as undeserved. Thus, the assessments of the two subtypes are almost opposite, their values are radically different, and their only similarity is their prestige in the American society.

**Keywords:** linguocultural character type, linguocultural subtype, businessman, entrepreneur, top executive, axiological component, Corpus of Contemporary American English

*Для цитирования:* Ильинова Е. В. Аксиологическая составляющая лингвокультурного типажа «Американский деловой человек» // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 83–91.

*Поступила в редакцию 07.03.2025*

## РАЗДЕЛ IV. ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

*УДК 81'25:655.4*

*ББК 81.18*

*T. D. Seredkina<sup>1</sup>*

*Nosov Magnitogorsk State Technical University  
coldwinterdays@mail.ru*

*A. A. Tsaran<sup>2</sup>*

*ORCID: 0000-0002-4603-2820  
Nosov Magnitogorsk State Technical University  
aatsaran@mail.ru*

### THE TRANSLATION OF THE TITLES OF ENGLISH- LANGUAGE FILMS INTO RUSSIAN

#### *Abstract*

This scientific report is devoted to the study of the correlation between the names of films in Russian adaptation with their original. The main types of translation are determined as well as the methods and technologies used by Russian translators. The theoretical material is accompanied by many examples of famous films. Translation errors and translation difficulties are also considered.

**Keywords:** translation, title, film, translation strategy, translation difficulties

**Introduction.** Cinema has always attracted the attention of researchers from various fields of science, including linguistics. By focusing on the titles of films they encounter a situation where translators in an attempt to accurately reflect the catchy slogan sometimes fail to capture the essence of the film itself.

---

<sup>1</sup> Seredkina Tatyana D. – bachelor-philologist, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia.

<sup>2</sup> Tsaran Alexander A. – Candidate of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Linguistics and Literary Studies of Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia.

**The relevance** of this scientific article is determined by the prevalence of a large number of English-language films whose original titles differ significantly from those that appear in Russian distribution. As a result, there is a need for adequate translation of their titles since for the viewer the title of the film is the key to understanding it.

The aim of this work is to study the features of film titles and their translations, to establish the most successful translation strategies and tactics applied in the process. In accordance with the stated objective, the following tasks need to be addressed:

- 1) To study translation strategies and tactics used for film titles:
- 2) To identify difficulties that arise during translation.

The theoretical basis of this study is the works of prominent Russian and foreign scholars working in the following areas:

Text theory, Discourse theory (E. V. Erofeeva [4], V. N. Karasik [7], Teun A. Van Dijk [19]);

Film discourse theory (A. N. Zaretskaya [5], A. O. Ivanova [6], I. N. Lavrinenko [10], S. S. Nazmutdinova [13], A. O. Ollomurodov [18]);

Translation theory (L. S. Barkhudarov [2], Ya. I. Retzker [15], L. K. Latyshev [11], V. V. Sdobnikov, O. V. Petrova [16], A. V. Fedorov [17], V. N. Komissarov [8], [9]).

### **Strategies and tactics for translating movie titles**

Turning to the study of E. Zh. Balzhinimaeva [1], Russian translators use the following translation strategies:

- 1) Direct or literal translation
- 2) Name transformation
- 3) Name change

The first strategy is direct translation. Basically, such a strategy is applied to film titles where there are no untranslatable components and there is no conflict of form and content. For the same translation, transliteration or transcription is most often used.

The methods of transliteration and transcription are not very widespread and used separately. More often a combination of both methods is practiced.

Methods of transliteration and transcription are used in the translation of English proper names, geographical names and names of various companies, firms, ships, newspapers, magazines etc.

Transliteration is the exact transfer of characters of one script by characters of another script in which each character (or sequence of characters) of one writing system is transmitted by the same character (or sequence of characters) of another writing system. The examples

of transliteration in translation are: «Sanctum» – «Санктум» (2010), «Pearl Harbor» – «Перл Харбор» (2001), «Avatar» (2009) – «Аватар», «The Aviator» – «Авиатор» (2006).

Transcription is the transmission of the sounds of a foreign word (usually a proper name, geographical name, scientific term) using the Russian alphabet. [14].

The examples of transcription in translation of the film titles are: «Life of Pi» – «Жизнь Пи» (2012), «The Great Gatsby» – «Великий Гэтсби» (2013), «The Hobbit: An Unexpected Journey» – «Хоббит: Неожиданное путешествие» (2012), «The Devil Wears Prada» – «Дьявол носит Prada» (2008).

All film titles literally translated into Russian can be conditionally classified as follows:

1. Titles containing heroes and their names: «Bruce Almighty» (2003) – «Брюс Всемогущий», «Ray» (2004) – Рэй, «Alvin and the Chipmunks» (2007) – «Элвин и Бурундуки», «Maleficent» (2014) – «Малефисента».

2. Names containing a geographical name: «Pirates of the Caribbean» (2003) – «Пираты Карибского моря», «Munich» (2005) – Мюнхен, «Pompeii» (2014) – «Помпеи», «Everest» (2015) – «Эверест».

3. Names that indicate the date/day/month or year: «Freaky Friday» (2003) – «Чумовая пятница».

4. Films whose titles mention the profession: «The Guardian» (2006) – «Спасатель», «The Mechanic» (2011) – «Механик», «The Judge» (2014) – «Судья».

Another way to use direct translation is to keep the original names in the form of scientific terms or words that resemble them. For example: «Interstellar», «Oculus», «Sinister», «Divergent». It is believed that this can intrigue viewers because in front of them is a word unknown to them before.

The next strategy is the transformation of the name, more often minor. Retsker defines transformations as «techniques of logical thinking with the help of which we reveal the meaning of a foreign word in the context and find a Russian correspondence to it that does not coincide with the dictionary one».

An example of this strategy is the title of the comedy «Ocean's Eleven» which was translated as «Одиннадцать друзей Оушена» (2001) thereby making the content of the film more clear to the Russian-speaking audience clarifying who these «11» are.

Also, with partial transformation, translators use the technique of lexical additions. For example, the film «Paul» was released in Russian

distribution under the name «Пол: Секретный материалчик» (2011). In this case, the name of the protagonist was preserved in the title which was translated using transcription but the phrase «secret material» was added which is a reference to the popular TV series *The X-Files*. The same technique is typical for the movie «Vacancy» (2007) which our translators translated as «Вакансия на жертву». For a thriller this title extension was quite fitting because the viewer wouldn't be thinking about the mundane concept of a vacant position. Another example is «Constantine» similar in genre to the above (horror). The official translation is «Константин: Повелитель тьмы» (2005). In this case, the phrase «Lord of Darkness» was added to convey to the viewer the theme of this film.

The opposite of extension is omission. This includes the following titles: «Three Burials of Melquiades Estrada» that is «Три могилы» (2005). If for a foreigner this is quite acceptable then for a Russian viewer it would make it difficult to perceive. The next film is «In time». The literal translation of this title is «Во время», but in the official translation was «Время» (2011). It seems that it fits the description of events in a world where time is a currency.

The third strategy is to change movie titles. Despite the main requirements that the translator faces, i.e. the preservation of semantic-structural equality and equal communicative and functional properties [11, 57] – there are quite a lot of cases of changing the titles of films during translation. An example of a replacement in translation: “The Pacifier” – «Лысый нянька. Спецздание» (2005), “Now You See Me” – «Иллюзия обмана» (2013), “The Intouchables” – «1+1» (2011), “Avengers: Endgame” – «Мстители. Финал» (2019), “That's My Boy” – «Папа-досвидос» (2012), “Silver Linings Playbook” – «Мой парень – псих» (2012).

The translations of the names “Intouchables” (literally “неприкасаемые”) and “Now You See Me” (literally “Сейчас вы меня видите”) seem interesting. In the film «The Illusion of Deception» several times it sounded «The closer you are, the less you see», and we think this phrase refers to magicians who often use it. The task of the translators in this case was to convey the meaning of the film as closely as possible, so you have to use all your creativity.

Another option for replacing the name is “The Cinderella Man” (2005) that is «Нокдаун» (2005) in the Russian adaptation. The translators could not put the word ‘Cinderella’ in the masculine gender (let's say «Cinderella man») so they had to abandon the word altogether and find a replacement that fits the meaning of the film and its genre – sports, drama. In this case the reason for the replacement can be considered

as the impossibility of transferring the internal form of the English-language title as well as genre adaptation.

The film «Bridesmaids» was called «Девичник в Вегасе» in Russian. The English word «bridesmaid» is translated as «подружка невесты», respectively they used a complete replacement of the name. At the same time, the translator tried to keep the main idea of the film – “bachelorette party”. This is also a reference to the famous movie “The Hangover”.

The last case, «I, Tonya», is an example of an awkward translation of the title. They wanted to adapt it as «Ice Bitch» and only after a wave of criticism was it renamed «Тоня против всех».

### **Difficulties in translating titles**

Of course as in any work translators have difficulties because of which they make mistakes.

In translation theory there is such a thing as “false friends of a translator” – these are expressions that coincide in form but are different in meaning, they are also called traps [12, 65].

There are quite a lot of examples of films whose titles were translated completely incorrectly due to the translators “falling into this trap”. At times one gets the impression that the film was not seen before its title was translated. The American thriller «The Jacket» in which the main character is a man named Jacket is known in Russia as «Пиджак» (2005), although there is not a single episode in the film associated with this wardrobe item. Moreover, the hero himself never appeared on the screen in a jacket.

Sometimes the cause of errors is the translator's lack of deep knowledge of the language as a result of which he cannot recognize catchphrases, set expressions, proverbs or quotes that have become famous. The screened novel by the American writer R. Bradbury «Fahrenheit 451» – «451 градус по Фаренгейту» appeared before the English public under the name «Fahrenheit 9/11» and did not make it difficult for the necessary association to appear. In Russia the film «Fahrenheit 9/11» which did not cause any associations among the audience could not be compared with the novel. [3, 140-143].

As you can see, a competent translation requires the use of many techniques and strategies in combination as well as the translator's good imagination, excellent knowledge of the English language and the ability to interpret titles. Despite the difficulties leading to errors translators manage to translate the title in such a way that it still attracts the Russian

audience so English-language films remain popular both in Russia and in other countries although they have different titles from the original.

### **Conclusion**

The translation of the title of the film is a comment that forms the mental attitude of the individual due to which attention and interest are activated. The box office receipts which reflect the economic success of the film, also depend on the wording of the title.

Quite often it is impossible to translate the title of the film literally. Translation is a compromise. You always have to sacrifice something. And in order to choose an alternative translation option a competent translator must perfectly know the language, have a clear idea of the topic, the meaning of the film, be able to think beyond the «language barrier» and certainly master all translation strategies (which were mentioned above).

The most popular strategy used by translators when translating movie titles is literal translation. Substitution is less commonly used due to its complexity.

### **REFERENCES**

1. Balzhinimaeva E. Z. Strategy for translating film titles // Comparative jurisprudence in the countries of Russia, Mongolia, Japan and the PRC: materials international. student. scientific-practical. conf. UlanUde: Buryat state. un-t, 2009. Pp. 32-45. URL: <https://refdb.ru/look/3099824.html> (accessed 17.12.2021). (In Russ.)
2. Barkhudarov L. S. Language and translation (Questions of general and private translation theory). M., "International. relations, "1975. 240 p. (In Russ.)
3. Bogdanova O. Yu. Comparison of the functional features of the titles of works of art and modern journalism//Yaroslavl Pedagogical Bulletin. 2012. № 3. Pp. 140-143. (In Russ.)
4. Erofeeva E. V. Probabilistic structures of idioms: sociolinguistic aspect: ed. 2 Moscow: LENAND, 2020 320 p. (In Russ.)
5. Zaretskaya A. N. Features of the implementation of subtext in the film course: author. diss.... cand. philol. Sciences. Chelyabinsk, 2010. 22 p. (In Russ.)
6. Ivanov A. O. Equivalent vocabulary: translation, language, culture: study, manual. Publishing House of St. Petersburg University, 2006. 190 p. (In Russ.)
7. Karasik V. I. Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd: Change, 2002. 477 p. (In Russ.)

8. Komissarov V. N. Theory of translation (linguistic aspects): Left. for institute and fact. foreign language Moscow: High. shk., 1990. 253 p. (In Russ.)
9. Komissarov V. N Modern translation studies. Tutorial. Moscow: ETS, 2002. 424 p. (In Russ.)
10. Lavrinenko I. N. Strategies and tactics of exchange of communicative roles in the modern English-language film course: dis.... Cand. philol. sciences: 10.02.04. Kharkov, 2011. 260 p. (In Russ.)
11. Latyshev L. K. Translation technology. Moscow: Ed. Center "Academy," 2008. 320 p. (In Russ.)
12. Milevich I. Strategies for translating film titles//Russian language abroad. 2007. № 5. Pp. 65-71 p. (In Russ.)
13. Nazmutdinova S. S. Harmony as a translation category (based on Russian, English, French cinema): author's abstract. dis.... cand. philol. Sciences: 10.02.20. Tyumen, 2008. 182 p. (In Russ.)
14. Nelyubin L. L. Explanatory translation dictionary. 3rd ed., Revised Moscow: Flint; Science, 2003. 320 p. (In Russ.)
15. Retzker Y. I. Theory of translation and translation practice. Essays on the language theory of translation (Our Heritage Series): Moscow: R. Valent Publishing House, 2010. 341 p. (In Russ.)
16. Sdobnikov V. V., Petrova O. V. Theory of translation: a textbook for students of linguistic universities and faculties of foreign languages. AST: East-West, 2008. 448 p. (In Russ.)
17. Fedorov A. V. Fundamentals of the general theory of translation. Tutorial. 5th ed. Moscow: LLC "Publishing House" PHILOLOGY THREE, "2002. 416 p. (In Russ.)
18. Ollomurodov A. O. Film Discourse as a Part of the Linguistic System // Prospects And Main Trends In Modern Science. 2025 Vol. 2 No. 18. <https://interoncof.com/index.php/spain/article/view/7933> (дата обращения: 12.12.2024). (In Ehg.)
19. Teun A. van Dijk. Discourse and context: A sociocognitive approach. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2008. 267 p. (In Ehg.)

#### **Список источников**

1. Бальжинимаева Е. Ж. Стратегия перевода названий фильмов // Сравнительное правоведение в странах России, Монголии, Японии и КНР: материалы междунар. студенч. науч.-практ. конф. УланУдэ: Бурятский гос. ун-т, 2009. С. 32-45 с. URL: <https://refdb.ru/look/3099824.html> (дата обращения: 17.12.2021).
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М., «Междунар. отношения», 1975. 240 с.

3. Богданова О.Ю. Сопоставление функциональных особенностей заглавий художественных произведений и современной публицистики // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 3. С. 140-143.
4. Ерофеева Е.В. Вероятностные структуры идиомов: социолингвистический аспект: изд. 2 Москва: ЛЕНАНД, 2020 320 с.
5. Зарецкая А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2010. 22 с.
6. Иванов А. О. Безэквивалентная лексика: перевод, язык, культура: учеб, пособие. Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2006. 190 с.
7. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
8. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва: Высш. шк., 1990. 253 с.
9. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. Москва: ЭТС, 2002. 424 с
10. Лавриненко И. Н. Стратегии и тактики мены коммуникативных ролей в современном англоязычном кинодискурсе: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04. Харьков, 2011. 260 с.
11. Латышев Л. К. Технология перевода. Москва: Изд. Центр «Академия», 2008. 320 с.
12. Милевич И. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. 2007. № 5. С. 65–71 с.
13. Назмутдинова С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. Тюмень, 2008. 182 с.
14. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд., перераб. Москва: Флинта ; Наука, 2003. 320 с.
15. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки языковой теории перевода (Серия «Наше наследие»): Москва: Издательство «Р. Валент», 2010. 341 с.
16. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода: учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. АСТ: Восток-Запад, 2008. 448 с.
17. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. Учеб. пособие. 5-е изд. Москва: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. 416 с.
18. Ollomurodov A. O. Film Discourse as a Part of the Linguistic System // Prospects And Main Trends In Modern Science. 2025

*T. D. Sereckina, A. A. Tsaran*

Vol. 2 No. 18. <https://interoncof.com/index.php/spain/article/view/7933>  
(дата обращения: 12.12.2024).

19. Teun A. van Dijk. Discourse and context: A sociocognitive approach. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2008. 267 p.

## **СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

*Середкина Татьяна Дмитриевна*

Бакалавр-филолог, специалист, Магнитогорский  
государственный технический университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

*Царан Александр Александрович*

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры языкознания и  
литературоведения МГТУ им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

Данный научный доклад посвящен изучению соотношения названий кинофильмов в русской адаптации с их оригиналом. Определяются основные типы перевода, а также методы и технологии, которые используют российские переводчики. Теоретический материал сопровождается многими примерами знаменитых фильмов. Также рассматриваются ошибки, допускаемые в переводе, и переводческие трудности.

**Ключевые слова:** перевод, название, фильм, стратегия перевода, переводческие трудности

**Для цитирования:** Sereckina T. D., Tsaran A. A. The Translation of the Titles of English-Language Films into Russian // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 92–100.

*Поступила в редакцию 29.01.2025*

## РАЗДЕЛ V. ФИЛОСОФИЯ ЛИТЕРАТУРЫ

**ББК 85.3:80.9**

**УДК 78:7.01**

**Г. И. Чепелева<sup>1</sup>**

ORCID: 0009-0007-2655-3788

*Оренбургский государственный педагогический университет  
460014, г. Оренбург, ул. Советская, 19  
chepeleva.gal@yandex.ru*

**А. П. Карпова<sup>2</sup>**

ORCID: 0009-0001-1849-805X

*Оренбургский государственный педагогический университет  
460014, г. Оренбург, ул. Советская, 19  
kar06052006@gmail.com*

**Д. А. Астафьев<sup>3</sup>**

ORCID: 0000-0002-8374-0498

*Оренбургский государственный педагогический университет  
460014, г. Оренбург, ул. Советская, 19  
astafev25@yandex.ru*

### **«ОПИУМ ДЛЯ НИКОГО», ИЛИ МУЗЫКАЛЬНЫЙ ЭСКАПИЗМ КАК РЕФЛЕКСИЯ РУССКОГО РОК-АНДЕГРАУНДА В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ МЕТАМОРФОЗ**

Статья исследует феномен конструирования индивидуальных миров сквозь призму русского рока как культурного и психологического явления. На примере анализа текстов ключевых групп жанра («Агата Кристи», «Пикник», «Король и Шут» и т. д.)

---

<sup>1</sup> Чепелева Галина Игоревна, студентка, Оренбургский государственный педагогический университет, г. Оренбург, Россия.

<sup>2</sup> Карпова Анна Павловна, студентка, Оренбургский государственный педагогический университет, г. Оренбург, Россия.

<sup>3</sup> Астафьев Дмитрий Александрович, кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России, Оренбургский государственный педагогический университет, г. Оренбург, Россия.

демонстрируется, как музыка становится инструментом экзистенциального сопротивления, позволяя слушателям и авторам сохранять идентичность в условиях социальных кризисов. Исследование раскрывает механизмы трансформации музыкального дискурса от социального протеста 1980-х гг. к философской рефлексии 1990-х – 2000-х гг. и эволюцию тематики русского рока от протестного андеграунда к философскому осмыслению внутренней свободы, подчеркивая его роль в формировании альтернативного пространства, выступающего стратегией воссоздания идентичности в экзистенциальном одиночестве глобализирующегося мира. Целью настоящего исследования является выявление роли русского рока как инструмента конструирования индивидуальных миров и экзистенциального сопротивления, рассмотрение значимости его как феномена, способствующего формированию идентичности в условиях социальных кризисов и глобализации. В условиях социальных трансформаций и экзистенциальных вызовов искусство традиционно выступает рефлексией коллективного бессознательного, однако роль его не ограничивается отзеркаливанием реальности: индивидум нередко обращается к альтернативным способам самореализации, где искусство становится не только формой эскапизма, но и составляющей конструирования идентичности, одним из ключевых инструментов которого становится музыка, выполняющая функции психологической компенсации, коммуникации и идентификации. Русский рок, пройдя путь от андеграундного протеста к философской рефлексии, утвердил право на индивидуальную вселенную как новую норму; так, анализ текстов ключевых исполнителей направления демонстрирует, что создание альтернативных пространств в музыке являет собой не бегство от реальности, а лишь один из способов ее осмысления, представляя стратегию сопротивления действительности посредством перекодирования смыслов, в эпоху цифровой фрагментации сознания становясь ключевым опытом сохранения идентичности.

**Ключевые слова:** русский рок, андеграунд, эскапизм, экзистенциальный протест, философская рефлексия

**Введение.** В условиях социальных трансформаций и экзистенциальных вызовов искусство традиционно выступает рефлексией коллективного бессознательного, однако роль его не ограничивается отзеркаливанием реальности: индивидум нередко обращается к альтернативным способам самореализации, где искусство становится не только формой эскапизма,

но и составляющей конструирования идентичности, одним из ключевых инструментов которого становится музыка, выполняющая функции психологической компенсации, коммуникации и идентификации. Современные гуманитарные науки признают, что внутренний мир личности формируется через взаимодействие с культурными текстами – литературой, музыкой, визуальным искусством. Русский рок, возникший в позднесоветский период как андеграундный феномен, эволюционировал постепенно в уникальное культурное явление, художественные образы которого становятся отражением внутреннего мира слушателя.

В контексте искусства понятие «внутреннего мира» подразумевает синтез когнитивных, эмоциональных и культурных паттернов, формируемых посредством взаимодействия с литературными, визуальными и музыкальными образами: как отмечает итальянский писатель и философ У. Эко, искусство становится «энциклопедией читателя», проецируя индивидуальный образ реципиента на воспринимаемое произведение. Русский рок, зародившийся в конце 1960-х гг. в условиях идеологического давления в качестве маргинального жанра СССР как кавер-движение, выполнял изначально функцию «культурного убежища», к 1980-м гг. сформировав уже собственный уникальный язык сопротивления, на фоне запретов советской цензуры, превращая тексты песен в зашифрованные манифесты, однако после легализации рок-клубов в 1981 г. жанр сместил фокус с политики на экзистенциальные вопросы одиночества, свободы и поиска смысла, эволюционировал постепенно в уникальное явление и становясь «языком» выражения альтернативных мировоззрений, герои которых – проводники в пространство частных миров слушателей.

Эскапизм как концепт восходит к романтической традиции, где бегство в природу или воображение противопоставлялось рационализму Просвещения, что к XX в. было переосмыслено экзистенциалистами: так А. Камю и Ж.-П. Сартр видели в эскапизме не бегство, а бунт против абсурда. В постмодернизме же эскапизм трактуется как создание симулякров, реальность которых заменена гиперреальностью. В философии Ж. Бодрийера симулякры – пространство, где образы доминируют над сущностью, идея чего развитие свое получила в работе «Симулякры и симуляция», опубликованной в 1981 г. [2]; под гиперреальностью же понимается состояние, в котором границы между действительным и искусственным стираются, способствуя подмене подлинной идентичности виртуальным образом.

Несмотря на то, что русский рок и рок-поэзия становятся достаточно часто объектом исследования в рамках гуманитарных наук, что подтверждается обширным количеством научных публикаций, тематика, связанная с экзистенциальными основаниями, протестным и контркультурным характером, а также эскапизмом отечественного рок-андеграунда, гораздо реже отражается в них [1; 3; 9; 10].

**Основная часть.** В русской рок-музыке мы часто наблюдаем проявления эскапистского мировоззрения. К примеру, песня «Королевство кривых» группы «Пикник» представляет собой тому яркий пример, где герой противопоставляет себя общественным нормам, городской суете и материальным ценностям, находя свободу в альтернативном мире – «королевстве кривых», которое можно рассматривать в качестве подобного симулякра – пространства, в котором искажены социальные законы. Урбанистический пейзаж в нем предстает символом отчуждения, город изображен в качестве агрессивной силы: «Огнями реклам, неоновых ламп / Бьет город мне в спину, торопит меня». Реклама и неон символизируют потребительское общество, навязывающее ритм жизни, становясь метафорами капиталистической системы, где индивид превращается в объект манипуляции, отвергает навязанный ритм – «я не спешу, я этим дышу». Однако герой, стремясь замедлить время («минуту еще») и «дышать» иначе, чем окружающие, представляет классический вариант эскапизма, выраженный в уходе от давления социума через внутреннее сопротивление и создание личного пространства, что созвучно представленной Г. Маркузе концепции «одномерного человека» [7], чья свобода подавлена технологической цивилизацией; подлинная же свобода в «одномерном обществе» возможна лишь через Великий Отказ – отрицание навязанных норм и создание альтернативного пространства. Повтор рефрена «минуту еще» акцентирует попытку остановить линейное время, характерное для модерна, что перекликается с концепцией «вечного настоящего», представленной в работе Ф. Джеймисона «Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма» [6], где автор анализирует особенности постмодернистской культуры, включая утрату исторического сознания и акцент на сиюминутных переживаниях, что актуально и для героя песни Эдмунда Шклярского, для которого, согласно рассматриваемой концепции, время фрагментируется, а прошлое и будущее теряют смысл, поскольку важны для него лишь текущие переживания.

Название песни – метафора мира, олицетворяющего искажение привычных правил; пространство, противостоящее «прямызне»

социума с его жесткими нормами, предлагая герою эмоциональную и экзистенциальную автономию. В «Королевстве кривых» урбанистическая реальность замещается антиутопическим пространством, где социальные нормы инвертированы («деньги не ждут, когда их сожгут»), сам же герой отрицает, что счастье можно купить, ведь «темные улицы манят меня» сильнее, чем материальные блага. Позиция близка даосскому учению «у-вэй» – недеянии и неприятию навязанных целей, однако же, несмотря на бунтарский пафос, эскапизм героя может быть интерпретирован в качестве формы самообмана, создавая многогранную модель эскапизма, сочетающую романтический бунт, экзистенциальную свободу и постмодернистскую игру с реальностью; герой не бежит от мира, но создает новый, где кривизна – метафора сопротивления тотальной рационализации жизни, где автор доказывает, что эскапизм выступает не как пассивное бегство, а как активное утверждение личной свободы, в эпоху глобализации оставаясь актуальной стратегией самосохранения личности.

Песни группы «Алисы» также наполнены гимнами людям, которые не похожи на других. Они имеют, подобно миру Зазеркалья, свой мир, в котором комфортно людям-единомышленникам, поклонникам группы. Это лейтмотив творчества музыкального коллектива. Лирический герой песни «Слезы звезд» открыто противопоставлен «земному» человеку. Тот, неземной, герой живет по своим законам. Он знает больше, он видел больше в ночь, когда он гулял и наслаждался романтикой этого времени суток. Он видел «слезы звезд»! Ночью в природе происходит то, его не видно тому, кто «слеп», кто «хочет забыться и спать до утра». И лирический герой принимает его позицию, говоря: «Ты, видимо, прав». Но не хочет жить так, как живет его антипод. Он бежит лежать «на зыбком ковре болот» и слушать магию ночи, отгоняя прочь «бесшумную акробатику снов». Сочетая в творчестве своем глубокий философский подтекст с яркой эмоциональной выразительностью, герой песни «Алисы» выход за пределы материального мира связывает с переходом в пространство ночи, природы и снов, мир их отождествляя с источником свободы и вдохновения, когда под покровом ночи в мир выходят сокрытые от дневного света реальности, открывающиеся, однако, лишь тем, кто ищет иной, более совершенный путь существования.

Настя Полева – российская рок-певица, автор и исполнитель с сильным, запоминающимся голосом. Особенности большей части ее лирики являются отсылки к произведениям классики зарубежной литературы. Лирика ее песен наполнена волшебством, нездешней

красотой, что вкупе с чарующим голосом создает незабываемую атмосферу сказки. Песня «Ветер» Насти Полевой рассказывает о внутреннем мире писателя-художника. Дело всей жизни – ее письмо. И здесь, к сожалению, пришло разочарование. Представление о жизни, ее художественное описание не совпало с действительностью: «Писала сказочный роман, а вышел сбивчивый рассказ». Лирический герой по ходу жизни теряет романтизм. Его мало кто понимает. Находятся лишь «учителя», которые точно знают, по их мнению, что этот человек делает не так, стараются навязать свою манеру жизни, сделать его «нормальным». Это, как правило, антиподы в жизни человека, ложные друзья, которые не помогают, а только мешают навязыванием. Но есть надежда на то, что обязательно найдутся те, «кто допишет, кто поймет» и станет частью жизни. Это друзья-единомышленники. Они – важные участники внутреннего мира человека. Ведь «всюду на Земле в каждой голяве дует тот же ветер». Есть те, кто не осудит, а поймет. И не надо бояться своей индивидуальности. Пережитое разочарование выступает здесь олицетворением кризиса эскапизма, в философии нередко связываемого с понятием «разрыва» между идеалом и реальностью, исследуемым в работах экзистенциалистов, однако ключевым элементом философского осмысления выступает здесь надежда, согласно Г. Марселю, являющейся фундаментальным аспектом человеческого существования [8].

Кроме того, свой мир существует и у IT-специалистов. Порой им проще общаться, находясь в мире компьютера, чем жить реальной, земной жизнью. Для них компьютеры – это настоящее искусство. В песне группы Ундервуд «Человек с ноутбуком» видится отчаяние человека. Он не верит даже собственному реальному, а не виртуальному другу: «Мой друг, запомни, наша дружба – это слишком». Вероятно, многие представители IT-сферы узнали в лирическом герое этой песни себя, поскольку им действительно проще жить в мире компьютеров, формул, вычислений. Ведь для них «настоящая жизнь – это смертная скука». «Мой друг, запомни, тот, кто любит, смотрит в бездну». Бездна – мрачный, потусторонний мир. Он сбивает от важной миссии. Они ходят по Земле, слушают собеседника, но не слышат его, потому что заняты в этот момент «очень важным делом», как говорится в строфе. А все потому, что их не понимают люди, а они не понимают тех, кто не разбирается в компьютерах, не видят прелести IT-искусства, не понимают смысла существования программистов. Вот отсюда и разочарованность в реальности. Рассматривая представленную группой Ундервуд композицию с философской точки зрения, можно сказать в этом случае о вариант

эскапизма технологического: «Человек с ноутбуком» отражает кризис коммуникации в цифровую эпоху, где контраст между «смертной скукой» реальности и виртуальной «бездной» иллюстрирует концепцию Ж. Бодрийера о гиперреальности, в которой технология замещает подлинный опыт [2].

Лирика группы «Король и шут» наполнена сказочностью, нереальностью, она имеет свой необычный мир. И хотя сами музыканты не любят, когда их песни называют сказками, нельзя отрицать, что каждая из песен группы имеет характерные для сказки черты, например, поучения, повторы, необычную, волшебную, неожиданную развязку. Лирический герой песни «Дурак и молния» – человек, стремящийся к своей цели, к мечте «поймать молнию». Никто вокруг его не понимает, его считают дураком, а он все-таки стоит на своем, не боясь воплощать мечту в жизнь, как бы ни было тяжело, и, в конце концов, он достигает своей цели. Он стал «ночным героем», ведь смог поймать молнию, несмотря на то, что поседел. Смысл в том, что ни в коем случае не нужно отступать от своей навязчивой мысли-цели-мечты. Это часть внутреннего мира человека, его смысл бытия, вопреки даже репликам очевидцев, которые язвительно шепчут: «Он, видно, в ссоре с головой, / Видно, сам себе он враг, / Надо ж выдумать такое – во дурак!».

В данном контексте песня «Дурак и молния» представляет собой яркий пример эскапистского нарратива, где лирический герой, вопреки общественному мнению, стремится к достижению мечты, кажущейся пускай абсурдной и недостижимой, когда воспринимаемые окружающими воплощением безумия вещи в конфликте между индивидуальными стремлением и общественным осуждением подчеркивает эскапистскую природу героя на пути к обретению смысла. Мифологизация сюжета и образ молнии выступают здесь символом трансцендентного, являя метафору стремления к выходу за пределы повседневности в отрыве от реальности и переходе в иное, мифологическое измерение. Художественное воплощение философии эскапизма в творчестве группы – путь к самопознанию и изменению: представая в финале песни «лохматым и седым», однако с улыбкой на лице, герой примером своим иллюстрирует, как человек, уйдя от реальности и пройдя череду личностных трансформаций, обретает себя.

В постсоветской культуре эскапизм становится реакцией на распад идеологических ориентиров и кризис идентичности. Бегство от реальности, отчуждение, ирония над духовными практиками и социальным конформизмом, парадоксы эскапистского сознания –

все перечисленное является неотъемлемыми элементами и песни «Хали-гали Кришна» российской рок-группы «Агата Кристи», многомерный эскапизм которой вмещает в себя бегство, сочетаемое с критикой общества, самоиронией и поиском свободы, сочетая социальный протест и сатиру на общество с метафизическими поисками и пародией на духовность.

Используемый в тексте гротеск направлен на критику коллективного – «бесящиеся с жиру» персонажи предстают воплощением абсурдности массовой культуры, обращение же к индуистской мантре («Хали-Гали Кришна, Хали-Гали Рама») носит иронический характер: упрощение сакрального текста до абсурдного «трали-вали» высмеивает моду 1990-х гг. на поверхностное увлечение восточными практиками; духовность здесь – не путь к просветлению, а еще один эскапистский «костыль», переключаящийся с критикой «общества спектакля» Г. Дебора [4]. Переход в индивидуальное символическое пространство, где деконструкция языковых норм ради выражения инаковости («тута или тама») и буддистские аллюзии создают карнавальный мир, представляя пародию героя на общественные ритуалы; как отмечал М. Бахтин, смех разрушает иерархии – здесь же он становится оружием против хаотичного и презираемого, столь отличного от собственного, мира.

Герой противопоставляет себя толпе, где «люди бесятся с водки, бесятся с жиру... тычут в спину» – описание, отражающее дегуманизацию общества, погрязшего в потребительстве и лицемерии; контраст между «нормальной» жизнью толпы и позицией героя («мне плевать, это их проблема, а мне в») представляет собой отказ от социального договора. Абсурд же ложится в основание свободы: «мне не нужно крыльев, чтобы летать», а строка «хорошая крыша летает сама» метафорически выражает отказ от рациональных ограничений, где «полет» – не бегство, а утверждение свободы вопреки хаосу как в пространстве внешнего, так и внутреннего миров.

Традиционно рассматриваемая попытка избежать дискомфорта реальности через погружение в иллюзии приобретает двойственность: бунт против абсурда бытия может принимать форму, как творчества, так и самоуничтожения. «Агата Кристи» доводит тенденцию реакции на социальный хаос до крайности, замещая политический протест эстетикой распада, что коррелирует с философией позднесоветского андеграунда, где эскапизм стал формой сопротивления внешним кризисам сродни уходу во внутреннюю эмиграцию. Декадентская культура рубежа XIX – XX вв., с ее культом упадка и эстетизацией

смерти, предлагает еще один ракурс: эскапизм как перформанс, в котором бегство становится искусством, ярким примером чего является песня «Опиум для никого».

Для лирических героев психоактивные вещества становятся элементом деконструкции реальности – строки «Напудрив ноздри кокаином, я выхожу на променады» отражают публичный эскапизм, где химическое изменение сознания превращается в эпатажный жест. Однако имеет значение и то, что опиум здесь – не только наркотик, но и метафора искусства; фраза «Не прячь музыку, она опиум / Для никого, только для нас» отсылает к марксистскому тезису об «опиуме для народа», однако инвертирует его: музыка становится персональным побегом, а не массовой иллюзией.

Мотивы смерти («симпатичен ад», «умрем весело»), игры («поиграем в декаданс») и театрализации («мертвая принцесса», «верный пес») восходят к эстетике Ш. Бодлера и О. Уайльда, декадентский эскапизм которых – не бегство от жизни, а ее эстетическое преодоление. У Камю бунт «абсурдного человека» выражение свое приобретает через игру в бессмысленное, чему созвучны строки: «У этой сказки нет конца, / Ты не изменишь ничего». Ирония же заключается в том, что декаданс, будучи формой эскапизма, одновременно становится манифестом отрицания «здоровых» ценностей, когда герои вольны утверждать свободу творить собственную реальность; призывы «убей меня, убей себя» и искажение телесности («Накрась ресницы губной помадой, / А губы лаком для волос») выводят эскапизм на уровень трансгрессии, в то время как фраза «по-китайски говорить» символизирует создание закрытого семиотического пространства, где язык – шифр, а музыка – «опиум», объединяющим избранных, что перекликается с идеей Ж. Делеза и Ф. Гваттари о «ризоме» – сети, не подчиняющейся иерархиям [5]; эскапизм здесь коллективный, что противопоставляет его индивидуалистическому бегству А. Шопенгауэра.

Еще одна из композиций, отражающих в некотором роде стремление бегства от реальности, проявляясь не в пассивном отрицании мира, но в качестве активного созидания альтернативного пространства, где хаос внешнего заменяется контролируемым ритуалом, посредством смысловой нагрузки и музыки демонстрируя, как эскапизм превращается в форму экзистенциального выживания – «Пританцовывай» (группа «Северный флот»). Естественный порядок времени нарушен, лишенный всякой структуры год, зима в котором сменяется осенью, становится метафорическим выражением экзистенциального кризиса – жизни, не имеющей уже

представлявшего ранее значения смысла и не обретшего нового будучи в стадии осмысления.

«Дикая цепь сплошных суббот» – потеря структуры времени, отсылающая к обществу потребления, где представленная пародия на гедонизм заменяет глубину, воспринимаясь рутины – грань между свободой и пленом стирается, в конце концов даже праздность становится тюрьмой. «Сядь, выпей чай, громко музыку включай / А хочешь – Пританцовывай» – фрагментарно представляющие жизнь бытовые действия и танец становятся ритуалами, заменяя постепенно осмысленное существование. «Получи лучи добра / Брат или сестра» – иронизация поп-культурных клише (лучи добра) подчеркивает искусственность «спасения», последующее же обращение к «брату или сестре» представляет попытку найти связь в мире, где эскапизм индивидуален.

«В зеркале – странный человек / Смотрит тебе в глаза / И ваши с ним похожи лица» – отражение становится символом разорванной идентичности, коррелируя со «стадией зеркала» – применяемым в психоаналитической теории Ж. Лакана термином, когда целостный образ контрастирует с внутренними ощущениями тела как фрагментированного и неуправляемого; сталкиваясь в зеркале не с собой, а с Другим – символической маской, когда герой существует в разрыве между иллюзорной целостностью образа и экзистенциальной раздробленностью, а отражение выступает лишь источником самоотчуждения. Герой не узнает себя, однако музыка («новый трек») оживляет его двойника, превращая эскапизм в диалог с собственным «Я». «Колоти ногами в пол / Пока на небо не ушел» – физический танец здесь метафора попытки «выбить» себя из реальности в иную плоскость, некая форма трансценденции, представляющая собой однако не духовный полет, а бегство вплоть до самоуничтожения, диалог здесь парадоксален: будучи частью символического порядка, музыка лишь повторяет раскол, взамен слияния предлагая игру собственным отражением, в то время как танец обнажает тщетность этого жеста, бегство превращая в перфоманс саморазрушения.

Для Шопенгауэра искусство – способ вырваться из тисков «воли к жизни», приносящей страдание; в песне музыка и танец выполняют ту же роль: заглушают «шум» реальности, однако не устраняют его – движение здесь представляет собой лишь форму отрицания бессмысленности, сопротивление ей в поисках морального успокоения. Герой песни – продукт общества, где эскапизм стал товаром («трэп или лоу-фай – неважно»): строки вновь отсылают

к работам Г. Маркузе, критиковавшего превращение искусства в инструмент подавления, однако же здесь музыка – последняя территория свободы, сколько бы ни были обесценены ее жанры. Монотонная инструментальная часть с нарастающей агрессией гитар имитирует механистичность рутины, от которой бежит герой, однако ритм, вопреки монотонности своей, создает иллюзию контроля: даже в хаосе можно задать темп. Повторы припева («Пританцовывай») напоминают заклинание – попытку магически преобразить реальность в символизирующем ментальный побег ритме.

«Пританцовывай» не дает однозначных ответов, танец здесь – амбивалентный жест – метафорически обозначенный ритуал, позволяющий сохранить рассудок в мире, где «ничего на завтра» с принятием роли марионетки в абсурдном спектакле: эскапизм здесь становится провокацией, разоблачающей абсурдность «нормальной» жизни в попытке пробить дыру в реальности; танец-предел, балансирующий на грани между бегством и последним актом искренности.

**Заключение.** Русский рок, пройдя путь от андеграундного протеста к философской рефлексии, утвердил право на индивидуальную вселенную как новую норму; так, анализ текстов ключевых исполнителей направления демонстрирует, что создание альтернативных пространств в музыке являет собой не бегство от реальности, а лишь один из способов ее осмысления, представляя стратегию сопротивления действительности посредством перекодирования смыслов, в эпоху цифровой фрагментации сознания становясь ключевым опытом сохранения идентичности.

#### Список источников

1. Бесков А. А. Рок-группа «Сектор Газа» как феномен российской (контр)культуры // *Философия и культура*. 2024. № 6. С. 123–139. DOI 10.7256/2454-0757.2024.6.71050. EDN LLSMJR.
2. Бодрийяр Ж. *Симулякры и симуляции*. Москва: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.
3. Ветерков А. И. Русский рок: контркультура против массовой культуры. Философские и методологические проблемы исследования российского общества: Сборник трудов VII Международной научно-практической конференции, Москва, 24 ноября 2023 года. Москва: Российский университет транспорта, 2023. С. 55–62. EDN GYTDWE.
4. Дебор Г. *Общество спектакля*. Москва: Издательство «Логос», 2000. 184 с.

5. Делез Ж., Гватарри Ф. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения. Москва: Астрель, 2010. 895 с.

6. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма. Москва: Издательство Института Гайдара, 2019. 808с.

7. Маркузе Г. Одномерный человек. Москва: «REFL-book», 1994. 368 с.

8. Марсель Г. Трагическая мудрость философии: избранные работы. Москва: Издательство гуманитарной литературы, 1995. 215 с.

9. Смирникова Е. В. Экзистенциальные основания отечественного рок-андеграунда 1980-х годов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. Т. 15. № 2-2. С. 534–541. EDN QYPKJP.

10. Фокин А. В. Протестный потенциал в русской рок-музыке и его трансформации // Музыкаведение. 2011. № 8. С. 35–40. EDN THJKNB.

#### REFERENCES

1. Beskov A. A. Rok-gruppa «Sektor Gaza» kak fenomen rossijskoj (kontr)kul'tury [Rock band «Sektor Gaza» as a phenomenon of Russian (counter)culture] // Filosofija i kul'tura [Philosophy and culture]. 2024. № 6. Pp. 123–139. DOI 10.7256/2454-0757.2024.6.71050. EDN LLSMJR. (In Russ.).

2. Bodrijar Zh. Simulyakry i simulyacii [Simulacra and Simulations]. Moscow: Izdatel'skij dom «POSTUM», 2015. 240 p. (In Russ.).

3. Veterkov A. I. Russkij rok: kontrkul'tura protiv massovoj kul'tury [Russian Rock: Counterculture vs. Mass Culture]. Filosofskie i metodologicheskie problemy issledovanija rossijskogo obshhestva: Sbornik trudov VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Moskva, 24 nojabrja 2023 goda. Moskva: Rossijskij universitet transporta, 2023. Pp. 55–62. EDN GYTDWE. (In Russ.).

4. Debora G. Obshhestvo spektaklja [The Society of the Spectacle]. Moscow: Izdatel'stvo «Logos», 2000. 184 p. (In Russ.).

5. Delez Zh., Gvatarrri F. Tysjacha plato: Kapitalizm i shizofrenija [A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia]. Moscow: Astrel', 2010. 895 p. (In Russ.).

6. Dzhejmison F. Postmodernizm, ili Kul'turnaja logika pozdnego kapitalizma [Postmodernism, or, the Cultural logic of late capitalism]. Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gajdara, 2019. 808 p. (In Russ.).

7. Fokin A. V. Protestnyj potencial v russkoj rok-muzyke i ego transformacii [Protest potential in Russian rock music and its transformations] // Muzykovedenie [musicology]. 2011. No. 8. Pp. 35–40. EDN THJKNB. (In Russ.).

8. Marcel G. Tragicheskaja mudrost' filosofii: izbrannye raboty [The tragic wisdom of philosophy: selected works]. Moscow: Izdatel'stvo gumanitarnoj literatury, 1995. 215 p. (In Russ.).

9. Markuze G. Odnomernyj chelovek [One-dimensional person]. Moscow: «REFL-book, 1994. 368 p. (In Russ.).

10. Smirnikova E. V. Jekzistencial'nye osnovanija otechestvennogo rok-andegraunda 1980-h godov [Existential Foundations of the Russian Rock Underground of the 1980s] // Izvestija Samarskogo nauchnogo centra Rossijskoj akademii nauk. 2013. Vol. 15, No 2-2. Pp. 534–541. EDN QYPKJP. (In Russ.).

**«OPIUM FOR NOBODY», OR MUSICAL ESCAPISM  
AS A REFLECTION OF RUSSIAN ROCK UNDERGROUND IN THE  
ERA OF SOCIAL METAMORPHOSES**

*Galina I. Chepeleva*

student, Orenburg State Pedagogical University,  
(Russia, Orenburg)

*Anna P. Karpova*

student, Orenburg State Pedagogical University,  
(Russia, Orenburg)

*Dmitry A. Astafiev*

Candidate of Sciences (History), Associate Professor of the  
Department of Russian History, Orenburg State Pedagogical University,  
(Russia, Orenburg)

**Abstract**

The article explores the phenomenon of constructing individual worlds through the prism of Russian rock as a cultural and psychological phenomenon. Using the example of the analysis of the texts of key groups of the genre (Agatha Christie, Picnic, The King and the Jester, etc.), it is demonstrated how music becomes an instrument of existential resistance, allowing listeners and authors to preserve identity in the context of social crises. The study reveals the mechanisms of transformation of musical discourse from social protest of the 1980s to philosophical reflection of the 1990s – 2000s and the evolution of the themes of Russian rock from the protest underground to philosophical understanding of inner

*Г. И. Чепелева, А. П. Карпова, Д. А. Астафьев*

freedom, emphasizing its role in the formation of an alternative space, which serves as a strategy for recreating identity in the existential loneliness of a globalizing world. The purpose of this study is to identify the role of Russian rock as an instrument for constructing individual worlds and existential resistance, to consider its significance as a phenomenon that contributes to the formation of identity in the context of social crises and globalization. In the context of social transformations and existential challenges, art traditionally acts as a reflection of the collective unconscious, but its role is not limited to mirroring reality: an individual often turns to alternative ways of self-realization, where art becomes not only a form of escapism, but also a component of identity construction, one of the key instruments of which is music, which performs the functions of psychological compensation, communication and identification. Russian rock, having gone the way from underground protest to philosophical reflection, asserted the right to an individual universe as a new norm; thus, an analysis of the lyrics of key performers of the movement demonstrates that the creation of alternative spaces in music is not an escape from reality, but only one of the ways of understanding it, representing a strategy of resistance to reality through recoding meanings, in the era of digital fragmentation of consciousness becoming a key experience of preserving identity.

**Keywords:** Russian rock, underground, escapism, existential protest, philosophical reflection

**Для цитирования:** Чепелева Г. И., Карпова А. П., Астафьев Д. А. «Опиум для никого», или музыкальный эскапизм как рефлексия русского рок-андеграунда в эпоху социальных метаморфоз Russian // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 101-114.

*Поступила в редакцию 29.01.2025*

## РАЗДЕЛ VI. СЕМИОТИКА: МИР КАК ТЕКСТ

УДК 792.8; 7.067  
ББК 85.32, 71.0

*A. K. Fedyainova<sup>1</sup>*

*ORCID:0009-0005-2012-6027*

*Nosov Magnitogorsk State Technical University  
cat7328@mail.ru*

*A. A. Tsaran<sup>2</sup>*

*ORCID: 0000-0002-4603-2820*

*Nosov Magnitogorsk State Technical University  
aatsaran@mail.ru*

### **CULTURAL TRADITION PRESERVATION: FOLK STAGE DANCE**

#### **Abstract**

This research paper considers the folk stage dance as one of the most important and effective tools of preservation of cultural traditions. The topicality of this study is explained by the globalization of all spheres of social life in the modern world, including art. The popularity of folk choreographic groups among pre-school children is explained. The impact of folk dance on choreographic groups, ensembles, and audiences is further defined. The impact of learning their culture on the formation of personality is considered. The tasks of the group and choreographer in composing the repertoire and its peculiarities depending on the region are determined. The process of studying choreography and its specifics are considered. On the basis of the previous theses new forms of educational events together with the ensembles for the preservation of folk traditions are proposed.

---

<sup>1</sup> Fedyainova Anastasiya K. – bachelor-philologist, Nosov Magnitogorsk State Technical University (NMSTU), Magnitogorsk, Russia.

<sup>2</sup> Tsaran Alexander A. – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Linguistics and Literary Studies, Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia

**Keywords:** folk dance, folk stage dance, choreography, preservation of traditions, folk culture

1. ***Introduction***

In the twenty-first century, such a phenomenon as globalization began to have a great influence on all spheres of society. It is a worldwide unification, that is, bringing everything into a single pattern. Because of the development of computer technology and various means of transportation, people have been able to travel to all corners of the world. On the one hand, this has increased humanity's knowledge of remote peoples, about whom it was not possible to gather complete information before. But on the other hand, it is difficult for people to perceive something new for themselves, and so they try to reduce it to formulas they already know. In the course of such a large-scale process of globalization, traditions can lose their significance, and entire peoples can be deprived of their historical memory. This should not be allowed. After all, historical practice shows that the sustainable development of society is impossible without the preservation of the continuity of traditions. This poses a threat to certain national communities.

In modern society, the formation of people's own «I» is no longer dependent on external institutions; people no longer attribute themselves to different groups. Therefore, there is a problem of «flexibility» of identity, its independence from existing national traditions. Our world is losing the dependence of the individual «on soil and blood. Such «openness» can lead to the «dissolution» of national traditions. A person who does not know the past of his people will not be able to build a bright future for himself. Knowing his origins can help him realize himself as an individual.

The consequences of globalization for individual national communities are very contradictory. It must be recognized that globalization creates new, unprecedented opportunities for development and prosperity through the free movement of finance, technology, and information. Globalization, by dissolving the borders between states, promotes the natural integration of different ethnic communities and strengthens the need to define their civilizational identity [5; 7; 8; 9]. Peoples, using the products of the global economy, should not forget their cultural, religious, ethnic and linguistic identity. By maintaining a balance between the processes of globalization and the foundations of national traditions, individual ethnic groups will be able to maintain historical continuity. The essence of continuity is the preservation of certain traditions in the transition to a new stage of social development. Traditions connect the past with the present, thanks to which social systems can effectively

function and reproduce. Tradition is a set of attitudes and values that have existed for a long time. Tradition is a necessary element of the social system, one of the main conditions for the existence in it of a stable connection between the past, the present and the future [1; 2; 4; 5; 6]. Without tradition, progressive changes in complex social systems are impossible. The destructive nature of globalization for national identity can be minimized by striving not to borrow «universal» values and reference points, but to combine the accumulated experience, both in the process of globalization and in the process of historical development.

One of the variants of tradition preservation is the folk dance. It includes several types of arts – music, choreography, as well as the creation of authentic folk costumes. All this is a colorful picture of the life of the people, which reflects the social and aesthetic ideals of the people, their history, work, way of life, customs, traditions, customs, and character [1; 2; 3; 4; 5]. Folk dance can tell a curious viewer the age-old history of a particular people.

Our goal is to prove the importance of folk dance as one of the most effective methods of preserving cultural traditions among the general population. For this purpose we need to perform the following tasks – to study the process of teaching choreography, to determine the influence of folk dance on the dance team; to clarify the tasks of the team and choreographer, to determine the influence of folk dance on the audience, spectators; to offer new forms of educational and educational work together with choreographic groups to preserve folk traditions. The significance of this study is determined primarily by the open nature of the current world order, in which it is easy to lose the folk identity, and the universality of choreographic art, which allows the most accessible and understandable story of folk culture.

## ***2. Basic part***

Many active preschool-age children need a type of leisure activity where they can discharge their energy, find new friends, and have an interesting time. One of the most common options is a folk choreographic group. The combination of such properties of dance as the unity of music, movement and play makes choreography the most fruitful means of aesthetic education and training of children at an early age. But in order to do so, the learning process must be properly organized. During aesthetic education of a child, different kinds of art interact with each other, affecting the child in a complex way. This interaction when organizing choreography classes is the result of close interdisciplinary links with listening to music, fine arts and other subjects. Children's choreographic activity provides intensive development of their imagination,

emotional sphere, figurative and logical memory and thinking. Choreography introduces children to works of art, polishes their performing skills, becomes the content of their spiritual life, is a means of artistic development, individual and collective creativity, self-expression of children. It is important to understand that teaching dance is not only memorizing movements in a certain order, but also learning what is being portrayed. The child should connect choreographic material with real life. In order to teach successfully, the principle of fascination (interest) should be taken into account. In order to create and keep the interest in the learning process the teacher must: emotionally brighten the values of choreography and spiritual culture of the people as an integral part of their way of life; figuratively and deeply examine certain artistic and aesthetic features of it; to cultivate the interest for choreography. Teaching dance is a complex and creative process in which students learn the history of folk dance. Often elements of choreography reflect the life of a particular people, their type of activity, or illustrate well-known folk tales passing from age to age. Children learn a lot from their teacher, who must prepare carefully for lessons and give children not only practical but also theoretical knowledge of dance. Then, continuing their studies at the senior level of the dance group or studio, students themselves can take an interest in folk tales, traditions and customs, and propose new plots for performances. Thus, from early childhood, children become aware of their nationality and the importance of preserving cultural traditions. Growing up, such a person becomes not only aware of himself as a part of the nation and feels his significance, which is very important for the prosperity of the individual, but also preserves the history of his nation in the dance, passing on knowledge to others, which would be beneficial for the national consciousness.

We see that a choreographic group can benefit not only the individual person, but also the whole nation. The main objectives of the choreographic group are the development of compositional forms of choreography, creation of solo and mass compositions on the available material, as well as the promotion through performances of highly original and artistically valuable repertoire built on the best samples of dance music. The subject matter of the dance piece, the logic of the plot, and the typical characters make it possible to interest not only the performer, but also the audience and make it a «sympathetic accomplice». The activity of any choreographic groups should be aimed at raising the general level of dancing culture and forming of aesthetic tastes of the masses. Properly selected repertoire and interesting scenic solutions can interest the audience and awaken interest in the Russian folk culture. Also, often the programs of groups and ensembles include not only Russian folk dances, but also dances of the peoples of Russia. They will vary depending on the regions.

For example, in the Chelyabinsk region it will be Tatar and Bashkir dances [1; 8], which will be interesting to local viewers, because they are neighboring regions.

After that, people who have seen dances of other peoples of Russia for the first time may become interested in their culture and a desire to study it more deeply will appear. After all, while we might have heard Russian folk tales from our grandparents, the tales (and the culture as a whole) of other people are unknown to us. For this purpose, various educational events can be held, not only concerts of choreographic groups. These can be exhibitions of stage costumes and decorations with material detailing the background and sources of their creation. People can find out what was the inspiration for the costumers and stage designers. Such events could be held not only for the audience, but also for the dancers themselves. For example, folk dance festivals for groups from different regions. It would be an interesting experience for dancers to be able to share their experiences and talk about their culture. Not only dance, but also other educational events can be a tool for the preservation of traditions.

### **3. *Conclusion***

In order to realize yourself and become an individual, you need to know your roots and join traditions. Only through association can one come to individuality. Many people have a different opinion. If you identify yourself with a group, you lose your identity. But that's not true. It is the variety of commonalities that helps us to understand ourselves, which means they bring us closer to understanding our essence. A person must have some basis from which he can start when he «creates» his personality. The formation of one's own views, principles, and ideals must be built on a solid foundation. Folk dances perfectly cope with such a difficult task. They instill common aesthetic ideals, demonstrating beautiful lines in choreography, mesmerizing folk costumes, using the music of traditional instruments. And also introduce us to the history of our native country, immerse us in a unique atmosphere and have a beneficial effect on us. Dancing can revive person's love for the homeland and demonstrate folk traditions in all their glory. Therefore, folk dance is one of the most successful forms of preserving folk traditions.

### **REFERENCES**

1. Baglai V. Ethnic choreography of the peoples of the world. 3rd, erased. St. Petersburg: Planet of Music, 2020. 384 p. (In Russ.)
2. Bochkareva N. I. Traditional dance culture and stage forms of Russian choreography in modern conditions//In the world of science and art: issues of philology, art history and cultural studies: Sat. Art. by mother. XXIX International. scientific-practical. conf. № 10 (29). Novosibirsk: SibAK, 2013. Pp. 118-127. (In Russ.)

3. Bogdanov G. F. The originality of Russian dance: a textbook. Moscow: Publishing House of the Moscow State University of Culture and Arts, 2001. 224 p. (In Russ.)
4. Gusev G. P. Folk dance: technique. Moscow: VLADOS Publishing House, 2018. 608 p. (In Russ.)
5. Komarovskiy E. I. Soul of Russian dance: memoirs, diaries, documents, photographs. Tver Regional House of Folk Art. Rzhev, 2007. 255 p. (In Russ.)
6. Morokhin V. I. Reader on the history of Russian folklore: a textbook. Moscow: Higher School, 1973. 316 p. (In Russ.)
7. Nikitina I. P. Philosophy of art: a textbook for universities/3rd ed. Moscow: Yurayt Publishing House, 2023. 475 p. // Educational platform Yurayt [site]. URL: <https://urait.ru/bcode/568041> (access date: 30.06.2024). (In Russ.)
8. Songs and games of the national holiday as a memory of culture: repertoire. Sat. ed.-const. L. N. Lazareva, M. A. Arkhipova (podgot. from text), V.S. Slyarov (podgot. choreogr. text). Chelyabinsk: Chelyab.gos.acad. culture and arts, 2015. 328 p. (In Russ.)
9. Tkachenko T. Folk dance. Moscow: Art, 1967. 655 p. (In Russ.)

#### **Список источников**

1. Баглай В. Этническая хореография народов мира. 3-е, стер. Санкт-Петербург: Планета музыки, 2020. 384 с.
2. Бочкарева Н. И. Традиционная танцевальная культура и сценические формы русской хореографии в современных условиях // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XXIX Междунар. науч.-практ. конф. № 10 (29). Новосибирск: СибАК, 2013. С. 118-127.
3. Богданов, Г. Ф. Самобытность русского танца: учебное пособие. Москва: Изд-во Московского государственного университета культуры и искусств, 2001. 224 с.
4. Гусев Г. П. Народный танец: методика. Москва: Издательство ВЛАДОС, 2018. 608 с
5. Комаровский Е. И. Душа русского танца: воспоминания, дневники, документы, фотографии. Тверской Областной Дом народного творчества. Ржев, 2007. 255 с.
6. Морохин В. И. Хрестоматия по истории русской фольклористики: учебное пособие. Москва: Высшая школа, 1973. 316 с.
7. Никитина И. П. Философия искусства: учебник для вузов / 3-е изд. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 475 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/568041> (дата обращения: 30.06.2024).
8. Песни и игры народного праздника как память культуры: репертуар. сб. / [ред.-сост. Л.Н.Лазарева, М.А.Архипова

(подгот. от. текста), В.С.Склярова (подгот. хореогр. текста). Челябинск: Челяб.гос.акад.культуры и искусств, 2015. 328 с.

9. Ткаченко Т. Народный танец. Москва: Искусство, 1967. 655 с.

## НАРОДНО-СЦЕНИЧЕСКИЙ ТАНЕЦ КАК ФОРМА СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ТРАДИЦИИ

*Федяинова Анастасия Константиновна*

Бакалавр-филолог, специалист, Магнитогорский  
государственный технический университет им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

*Царан Александр Александрович*

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры языкознания  
и литературоведения МГТУ им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38

В данной научной статье народно-сценический танец рассматривается как один из самых важных и эффективных инструментов сохранения культурной традиции. Актуальность данного исследования объясняется глобализацией всех сфер жизни общества в современном мире, в том числе и искусства. Объясняется популярность народных хореографических коллективов среди детей дошкольного возраста. Далее определяется влияние народного танца на хореографические коллективы, ансамбли и на аудиторию. Рассматривается влияние изучения своей культуры на становление личности. Определяются задачи коллектива и хореографа при составлении репертуара, его особенности в зависимости от региона. Рассматривается процесс изучения хореографии, его специфика. На основе предыдущих тезисов предлагаются новые формы просветительских мероприятий совместно с коллективами для сохранения народных традиций.

**Ключевые слова:** народный танец, народно-сценический танец, хореография, сохранение традиций, народная культура.

**Для цитирования:** *Нестеренко А. Д., Царан А. А.* Образ мученицы в творчестве Ларса Фон Триера // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 115–121.

*Поступила в редакцию 23.12.2024*

## АВТОРАМ

### Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в тридцать третьем и последующих выпусках периодического рецензируемого научного журнала «Libri Magistri», издаваемого коллективом кафедры языкознания и литературоведения института гуманитарного образования Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова.

В «Libri Magistri» предполагается осмысление следующих вопросов:

- 1) Аксиологические модели
- 2) История и теория жанров: диалектика формы и содержания
- 3) Коммуникативные исследования в филологии
- 4) Компаративистика сегодня: задачи – идеи – школы
- 5) Лингвистика текста.
- 6) Лингвокультурология и страноведение
- 7) Методика преподавания филологических дисциплин
- 8) Научная жизнь
- 9) Национальная модель мира в литературе
- 10) Перевод и переводоведение
- 11) Поэтика русской литературы
- 12) Россия и Запад: исторические мифы и их отражение в текстах культуры
- 13) Семиотика: мир как текст
- 14) Стилистика. Лингвистическая поэтика. Риторика
- 15) Филологический анализ текста: традиции, типы, конкретные разборы
- 16) Филология и ее проблемное поле, перспективы развития
- 17) Филология и междисциплинарные связи
- 18) Философия литературы

Материалы, поступившие в редакцию, проходят проверку в системе «Антиплагиат.ВУЗ» и подлежат обязательному двойному слепому рецензированию. Редакция имеет право отклонить рукопись или предложить автору ее доработать в соответствии с требованиями.

Издание **3 номера 2025** (тридцать третьего выпуска) журнала «Libri Magistri» планируется в сентябре 2025 года. Номер журнала будет размещен в РИНЦ (номер договора 96-04/2023).

Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ № ФС 77 – 85231 от 25.04.2023.

**Форма заявки** (в отдельном файле, ее озаглавить следующим образом *Фамилия\_заявка*, например: *Иванов\_заявка*):

1. Фамилия, имя, отчество (полностью) на русском и английском языках.
2. Название статьи на русском и английском языках.

3. Предполагаемый раздел номера.
4. Город, место работы, должность на русском и английском языках.
5. Ученая степень и ученое звание на русском и английском языках.
6. Домашний адрес с указанием индекса, номера телефона (с кодом города), e-mail.

Для аспирантов и магистрантов (статьи магистрантов публикуются только совместно с научным руководителем) указать кафедру, факультет /институт, учебное заведение, город, страну.

Внимание! Телефон не публикуется, используется только для связи с автором в период подготовки статьи к печати; e-mail публикуется, почтовый дом. адрес не публикуется.

### **Требования к оформлению статьи**

К статье необходимо приложить резюме на русском и английском языках (термины подлежат обязательному переводу; иностранные фамилии и географические названия даются в оригинале). Резюме не менее двухсот слов и список ключевых слов (не более десяти), а также почтовый и электронный адреса авторов, место работы, почтовый адрес работы, должность авторов (на русском и на английском языках)!!!

1. Языки научных статей – русский, английский. По согласованию с редакцией возможна публикация статей на других языках.

2. Статьи предоставляются в электронном виде в формате редактора Microsoft Word 2003 или 2007 на одном из рабочих языков журнала. Файл со статьей именуется следующим образом – **Фамилия\_статья** (например, *Иванов\_статья*).

3. Максимальное количество авторов – не более 3-х.

4. Автор предоставляет редакции статьи, ранее нигде не опубликованные. Процент оригинальности **не менее 70%**.

5. **Общий объем статьи** (включая заголовок, ключевые слова, список литературы, аннотацию) – 15 000-20 000 знаков с пробелами, превышение объема статьи возможно по согласованию с редакционной коллегией. Страницы не нумеруются.

6. **Общие требования. РАЗМЕР А5.** Для набора текста необходимо использовать редактор Microsoft Word для Windows. Шрифт – ***Times New Roman***, размер – **10**. Абзац – **1 см**, междустрочный интервал – **1**. Выравнивание по ширине. Все поля документа по **2 см**. Кавычки в тексте оформляются «елочкой». Без нумерации страниц, без переносов, без сносок. В качестве средств выделения текста используются подчеркивание и *курсив*. Между инициалами автора и фамилией ставим пробел.

7. **Оформление заголовка (см. образец).** На первой и второй строках (выравнивание по левому краю) указываются **ББК** и **УДК** (полужирным курсивом). После интервала на четвертой строке (выравнивание по правому краю) указываются **инициалы и фамилия**

*автора* (полужирным курсивом). На пятой и следующих строках (выравнивание по правому краю) – **ORCID** автора, полное название организации каждого автора, почтовый адрес места работы, адрес электронной почты всех авторов (курсивом). После интервала – **НАЗВАНИЕ СТАТЬИ** (по центру прописными буквами полужирным). Название статьи (не более 15 слов) должно кратко отражать содержание статьи. Не рекомендуется использовать сокращения и аббревиатуры.

8. После интервала следует аннотация статьи (без слова Аннотация) на русском языке **не менее 200 слов**. Аннотация не должна повторять название статьи и должна точно отражать основное ее содержание. Рекомендуется отражать: предмет исследования, цель работы, метод или методологию проведения исследования, основные результаты работы и область применения результатов исследования актуальность, методы, результаты, новизну и значимость исследования.

9. После интервала следуют **Ключевые слова** на русском языке (**не более 7-10 слов/словосочетаний**) без точки в конце. Набор ключевых слов/словосочетаний должен включать понятия, термины, имена, названия и пр., концептуально значимые для статьи.

10. После текста статьи через интервал помещается список **Литературы** с автоматической нумерацией в алфавитном порядке с обязательным указанием издательства, количества или диапазона страниц (Шрифт – Times New Roman, размер – 10). Список литературы должен содержать не менее 15 источников. См. ниже образцы.

11. После списка литературы следует **REFERENCES**, он должен содержать транслитерацию списка из раздела «ЛИТЕРАТУРА». Источники на иностранных языках не транслитерируются и приводятся в оригинале. Транслитерацию наименований журналов следует сопровождать официальным наименованием (соответствующим названию издания в наукометрических системах РИНЦ и др.) на английском или другом иностранном языке. Названия городов указываются полностью: Москва – в «References»: Moscow.

Описание русских, украинских и других работ, написанных не латинским (английским, французским, немецким, итальянским и т. п.) алфавитом, начинается с транслитерированной фамилии автора(ов). **Важно:** необходимо использовать ту транслитерацию фамилии(й), которая используется в издании, на которое Вы ссылаетесь. Если там нет транслитераций, воспользуйтесь или наиболее распространенной транслитерацией этой фамилии (если возможно), или транслитерируйте согласно общим правилам, используя для автоматической транслитерации программу на сайте <http://www.translit.ru>.

Библиографическое описание работ, опубликованных на языках, не использующих латинский алфавит, состоит из двух частей: транслитерации и перевода на английский язык.

12. Текст рекомендуется структурировать *Введение* – постановка рассматриваемого вопроса, актуальность, краткий обзор научной литературы по теме, четкая постановка цели работы. *Основная часть* статьи должна быть разбита на пронумерованные разделы, имеющие содержательные названия. Возможны подразделы. Она должна содержать описание материала и методов исследования, описание проведенного анализа и полученные результаты. *Заключение* – основные выводы исследования.

13. После **REFERENCES** через интервал следуют **ЗАГОЛОВОК, ИМЯ АВТОРА**, информация о месте его работы, слово **Abstract** – по центру, **Ключевые слова** и далее сама **Аннотация – все на английском языке**. На английском языке указать **место работы**.

14. Цитирование без подробных ссылок (с указанием источника и номера страницы в квадратных скобках) не допускается! Ссылки на неавторские Интернет-ресурсы (Википедия и т. п.) не допускаются.

15. Ссылки на литературу даются в квадратных скобках по образцу [1, 13] или [1, IV, 13], где первая позиция(1) – номер цитируемого источника согласно алфавитному списку, вторая позиция (появляется в некоторых случаях) (IV) – номер тома многотомного издания, третья позиция (13) – номер цитируемой страницы.

16. В статье не использовать табуляцию.

17. Кавычки должны быть одного начертания по всему тексту. Внешние кавычки – «елочки» (« »), внутренние – «лапки» (“ ”).

18. С содержанием номеров журнала можно ознакомиться на сайте [elibraryhttps://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=64809](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=64809) и на сайте университета <http://magtu.ru/sveden/struct/instituty-fakultety-kafedry/institut-gumanitarnogo-obrazovaniya/kafedry-instituta-gumanitarnogo-obrazovaniya/napravlenie-filologiya-i-zhurnalistika/kafedra-yazykoznaniya-i-literaturovedeniya.html>; на сайте журнала <http://lm.magtu.ru/#2022>.

19. Оргкомитет сохраняет за собой право отклонять статьи, не соответствующие тематике и не получившие положительной рецензии. Статьи, оформленные не по правилам и без английского блока, к рассмотрению не принимаются!!!! Решение о публикации выносится редколлегией на основе рецензирования рукописей и общим голосованием; о принятом решении сообщается авторам. Присланные в редакцию материалы не возвращаются.

20. Материалы высылать по адресу [rudakovamasu@mail.ru](mailto:rudakovamasu@mail.ru)

21. Публикация статей бесплатная.

## ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ЗАГОЛОВКА, СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ И АННОТАЦИИ

**ББК 83.3**  
**УДК 821.161.1**

**С. В. Рудакова<sup>1</sup>**  
*ORCID: 0000-0001-8378-061X*  
*Магнитогорский государственный*  
*технический университет им. Г. И. Носова*  
*455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38*  
*rudakovamasu@mail.ru*

### **К. Н. БАТЮШКОВ И Е. А. БОРАТЫНСКИЙ: «ДИАЛОГИ» С ПАРНИ**

Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации.

**Ключевые слова:** легкая поэзия, Парни, Батюшков, Боратынский, традиции, диалог, эпикуреизм

Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи.

### **Литература**

1. Абрамзон Т. Е. «Любовная гадательная книжка» А. П. Сумарокова в контексте культуры XVIII века, или Литературная безделка от «северного Расина». Москва: ОГИ, 2013. 192 с.
2. Баратынский Е. А. Полное собрание стихотворений / Вступ. ст. И. М. Тойбина. Сост., подгот. текста и примеч. В. М. Сергеева. Ленинград: Советский писатель, 1989. 464 с.
3. Рудакова С. В. Философия счастья в лирике Е. А. Боратынского // Известия Уральского федерального университета. Серия 2. «Гуманитарные науки». 2012. № 4 (108). С. 103–114.
4. Рылова О. Н. Русская античность в отечественной литературе: к проблеме культурного диалога [Электронный ресурс] // Вестник ТГПУ. 2010. № 5 (95). С. 100–106. URL: [http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/rilova\\_o\\_n\\_100\\_106\\_5\\_95\\_2010.pdf](http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/rilova_o_n_100_106_5_95_2010.pdf) (дата обращения: 10.01.2020).

---

<sup>1</sup> Рудакова Светлана Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры языкознания и литературоведения, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, г. Магнитогорск, Россия.

## REFERENCES

1. Abramzon T. E. «Lomonosovskij tekst» russkoj kul'tury' [“Lomonosov Text” of Russian Culture: Selected Pages]. Moscow: OGI, 2011. 240 p. (In Russ.).
2. Baraty`niskij E. A. Polnoesobraniestixotvorenij [Full. Coll. poems'] / Vstup. st. I. M. Tojbina. Sost., podgot. tekstaiprimech. V. M. Sergeeva. Leningrad: Sovetskij pisatel', 1989. 464 p. (In Russ.).
3. Rudakova S. V. Filosofiyaschast`ya v lirike E. A. Boraty`nskogo [Philosophy of Happiness in E. A. Boratynsky's Lyrical Poetry] // Izvestiya Ural'skogofederal'nogouniversiteta. Seriya 2. «Gumanitarny`enauki». [Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2. Humanities and Arts]. 2012. № 4 (108). Pp. 103–114. (In Russ.).
4. Ry`lova O. N. Russkaya antichnost' v otechestvennoj literature: k problemekul'turnogodialoga [Russian antiquity in Russian literature: on the problem of cultural dialogue] [E`lektronny`j resurs] // Vestnik TGPU [Bulletin of TSPU]. 2010. № 5 (95). Pp. 100–106. URL: [http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/rilova\\_o\\_n\\_100\\_106\\_5\\_95\\_2010.pdf](http://vestnik.tspu.ru/files/PDF/articles/rilova_o_n_100_106_5_95_2010.pdf) (accessed 10.01.2021). (In Russ.).

### K. BATYUSHKOV AND E. BORATYNSKY: «DIALOGUES» WITH PARNI

*Svetlana V. Rudakova*

Doctor of Sciences (Philology), Professor of Department of Linguistics  
and Literature, Nosov Magnitogorsk State Technical University  
(Magnitogorsk, Russia)

#### **Abstract**

Text. Text.

**Keywords:** Easy Poetry, Parni, Batiushkov, Boratynsky, Traditions,  
Dialogue, Epicureanism

Тел. редакции: 8(3519)22-74-74

# LIBRI MAGISTRI

2025. 2 (32)

Научный рецензируемый журнал

Учредитель – Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова  
(455000, Челябинская обл., г. Магнитогорск, пр. Ленина, д.38). 16+,  
в соответствии с Федеральным законом № 436–ФЗ от 29.12.10.

Адрес редакции:

455000, г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38.

Тел.: (3519) 227474.

E-mail: rudakovamasu@mail.ru, rudakova@magtu.ru

Адрес издателя:

455000, Челябинская обл., г. Магнитогорск,

пр. К. Маркса, 45/2,

ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», издательский центр

Адрес типографии:

455000, Челябинская обл., г. Магнитогорск,

пр. Ленина, 38, ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»,

участок оперативной полиграфии

Сдано в набор 10.06.2025. Подписано в печать 27.06.2025.

Дата выхода 04.07.2025.

Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага тип. № 1. Плоская печать. Усл. печ. л. 8.

Тираж 500 экз. Заказ 232.

Цена свободная.