

Филология. Документоведение

Л. Н. РЯГУЗОВА

**ДУХОВНАЯ ИЗОЛЯЦИЯ И ГРОТЕСК СОЗНАНИЯ ГЕРОЕВ
В. НАБОКОВА И М. Е. САЛТЫКОВА-ЩЕДРИНА:
СОПОСТАВИТЕЛЬНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ**

В статье показана историко-генетическая связь приемов изображения героев с измененным состоянием сознания в произведениях В. В. Набокова и М. Е. Салтыкова-Щедрина.

Ключевые слова: гротеск, дискурс, аллегория, интертекстуальные связи, нарративные приемы.

П. М. Бицилли в критических статьях и рецензиях 1930-х годов впервые в зарубежье пишет о Сирине как о «комментаторе» Гоголя и Салтыкова-Щедрина, имея в виду мастерство гротескных стилизованных приемов и их «переосмысление» в разработке темы «жизнь / сон». Бицилли в романах «Отчаяние» и «Приглашение на казнь» Сирин не находит самого «образа жизни», а только ее иллюзию, замену. Этот «срыв» художника, по словам критика, знаменует собою катастрофу современной культуры, состоящую в разрыве между внутренней жизнью и внешней; в распаде человеческой личности. С помощью «обратного» эксперимента взорам критика неожиданно открываются истоки «гротескной уродливости» сиринских образов, в частности, «умственное распутство» и «запой праздномыслия» Иудушки Головлева. Напоминание о том, как Иудушка изнывал над фантастической работой, создавая целые сцены, в которых первая пришедшая на ум личность являлась действующим лицом, дает критику возможность предположить, что Феликс, двойник Германа, – не что иное, как случайно взбредшая на ум личность. В романе «Отчаяние» толкование событий как реальных имеет силу лишь при условии, что Герман – подлинный человек. «А что если он – Иудушка?» – рассуждает Бицилли. – Иудушка – нравственный идиот в буквальном значении этого слова («идиот» – человек, существующий духовно сам по себе, вне среды, в пустом пространстве, т. е. не человек). Для такого человека нет разницы между реальными людьми и порождениями его фантазии. Все они и он сам помещены для него в той плоскости, в которой законы логики жизни уже не действуют. Совпадения в данном случае могут быть обусловлены одинаково глубоким проникновением обоих авторов в сущность этой лжежизни и ее лжелогик» [1]. По мнению Бицилли, никто лучше Салтыкова не охарактеризовал духовный опыт, который обращает в «ничто» самого субъекта, а реальных, конкретных людей – в воплощение идей, аллегорические фигуры и ведет к иноказательности, отношению к жизни как к своего рода «инобытию».

П. Бицилли отмечает общий тон, интуицию, «бредовое состояние сознания» персонажей

Салтыкова и Сирин в статье «Возрождение аллегории»: «Исчезновение мира из поля сознания, самоизоляция, распад личности – таковы <...> моменты этого духовного опыта. Отсюда само собой возникающее появление двойника» [2]. Проблему двойничества Бицилли рассматривает в статье «К вопросу о внутренней форме романа Достоевского», приводя примеры «взаимного двойничества», «двойников второй степени», «эманацию эманации», «раздвоение одной личности в представлении другого» и т. п. [3]. Сходные наблюдения делает А. Бем, говоря о драматизации бреда и «сновидческой» («бредовой», «фантастической») реальности в ранних повестях Достоевского. Критик пишет о дуалистической онтологии художественного мира Достоевского, контаминации реальностей и приемах реализации внутреннего мира его героев вовне («Драматизация бреда в “Хозяйке” Достоевского», 1929). В критических отзывах Бицилли и Бема актуализируется мысль о «бредовом состоянии сознания» персонажей как творческом приеме моделирования «иной» реальности, о психологическом растворении фантастики у Достоевского «извне» «вовнутрь». У Салтыкова-Щедрина обнаруживают себя механизм и границы перехода реального существования героя в бредовое, иллюзорное. Достоевский акцентирует неразличение, стирание границ между реальностями, а Набоков, «мистификации» которого сбивают критика с толку, – их взаимопереход, ситуацию, когда реальность начинает восприниматься как бред, а бред как реальность. Установка на ареальность – прием, нашедший развитие у Набокова, в частности, в нарративных приемах: немотивированных коммуникативных переходах («я / он / ты»), условности, открытости финалов романов, онтологизации воображения, «дискурсе перехода» реальностей [4]. В прозе XX века шизофренический дискурс (измененного состояния сознания) формирует поэтику романа с недостоверным повествователем, соперничающим с автором, творцом романной реальности.

Набоков пишет о «гениальном бормотании» как стилизованной манере Гоголя, о «круговерти» гоголевского пространства и «сновидческой» реальности «Ревизора» («Николай Гоголь», 1941).

Он выявляет стихию говорения как важнейший прием смещения рациональной жизненной плоскости, где «магический хаос» стиля включает в себя кошмарный фейерверк фраз, хаос мнимостей, круговорот масок героев-фантомов, их наименовательную оргию. Например, в гротескной новелле «Шинель» период, который начинается в несвязной, разговорной манере, вдруг сходит с рельсов и сворачивает в нечто иррациональное; вал поэзии сменяется самопародией, фразой, похожей на скороговорку фокусника. Создается гротескное ощущение чего-то «смехотворного» и «нездешнего», «комического» и «космического». «Рассказ развивается так: бормотание, бормотание, лирический всплеск, бормотание, лирический всплеск, бормотание, лирический всплеск, бормотание, бормотание, фантастическая кульминация и возвращение в хаос, из которого все возникло» [5]. Бормотание (бессвязное, бессознательное), по Набокову, – важный атрибут творческого процесса. Прием «драматизации» бреда, поэтику сказа в создании гротескного мира у Гоголя отмечает Б. М. Эйхенбаум («Как сделана «Шинель» Гоголя», 1919). А. Белый («Мастерство Гоголя», 1934) высказывает мысль о креативной функции бреда: Гоголь «проборматывает» свои вещи, «заговаривается», как бы бессмысленно повторяет фразы, добиваясь подобного эффекта.

Прочтение Салтыкова-Щедрина через призму Сирина позволяет по-новому взглянуть на приемы «словесных внушений» в создании иллюзии действительности в романе «Господа Головлевы». Когда Иудушка «разводил на бобах», да вдруг замолчал, заработало воображение, воссоздающее сцены мести, мыслимые споры с живыми и мертвыми уже собеседниками. Процесс «умертвия» смысла слов и самой жизни передан через внутреннее бормотание, «блуждание мыслью», игру воображения, через дискурс «перехода» от вербальной сферы к невербальной. В праздном уме героя складывается целая обстановка со всевозможными «нелепыми комбинациями», фантазия (какой-то недуг) разыгрывается, он начинает забываться, словно сон его «заводит». Изоляция сознания ведет к утрате человеческих чувств (Порфирий «выцвел, задичал», обратился в «призрак»). Проводится параллель пустоты сознания Иудушки и пустоты его дома. В доме «везде было пустынно, неприятно, пахло отчуждением, выморочностью» [6]. У Набокова это состояние изоляции сознания редуцируется в вещной метафоре, в характерном для писателя представлении мира как комнаты, темницы, стены (комнаты мозга, сознания, моего рассудка, угол мира и др.). Герману Карловичу («Отчаяние») снится страшный сон: чисто выбеленная комната – символ пустоты и безумия.

Моделирование «иной» реальности у Салтыкова-Щедрина передано через сцены, «картины» мнимого инспектирования Иудушкой своих владений и распеkania подчиненных. Бормотание

и заговаривание переходят в мыслимые беседы. Иудушка не может приковать «колеблющуюся мысль» к действительному предмету, все видит, как будто «сквозь сетку»: «Лень какая-то обуяла его, общая умственная и нравственная анемия. Так и тянуло его прочь от действительной жизни на мягкое ложе призраков, которые он мог переставлять с места на место, одни пропускать, другие выдвигать, словом, распоряжаться, как ему хочется» [7]. Анемия действенной жизни пропорциональна разжиганию возможной и воображаемой, деформированной реальности, в которой существование Иудушки (демиурга) получило такую полноту и независимость, что ему ничего не осталось желать, весь мир был у его ног, каждый простейший мотив он мог варьировать бесконечно. У Германа Карловича («Отчаяние») также наблюдается амнезия, ошибки зрения, искаженное восприятие предметов, явлений и мания величия. Гротеск сознания акцентирует иррациональную бессмысленность, нарушение иерархий и «дефект» восприятия у героев. Разница заключается в том, что у Салтыкова-Щедрина видно, как гипертрофированное сознание героя восполняет деятельную жизнь, а затем вытесняет ее. Процесс отслеживает и комментирует автор (объективный наблюдатель извне). У Сирина дискурс бредового состояния сознания формирует стиль и метатекстуальную структуру целого произведения: основной текст романа Набокова и повесть протагониста Германа «Отчаяние» – один текст, вложенный друг в друга, с одинаковым названием (С. Давыдов, А. М. Люксембург). В духе постмодернистской игровой поэтики Набоков сочетает вещный гротеск и гротеск сознания (нерасчлененность границ между различными субъектами речи и сознания).

«Вечная» тема «духовной изоляции», или «человеческой непроницаемости», по Бицилли, таким образом, оказывается темой новой эпохи, что подтверждает анализ литературных параллелей и интердискуссионных связей.

Литература

1. Бицилли П. М. Возрождение аллегории // Трагедия русской культуры: Исследования. Статьи. Рецензии. М., 2000. С. 444.
2. Там же. С. 445–446.
3. Бицилли П. М. К вопросу о внутренней форме романа Достоевского // Бицилли П. М. Избранные труды по филологии. М., 1996. С. 494–495.
4. Бугаева Л. Литература и RITE DE PASSAGE. СПб., 2010.
5. Набоков В. Николай Гоголь // Набоков В. Лекции по русской литературе. Независимая газета. 1996. №. 130.
6. Щедрин Н. Господа Головлевы // Салтыков-Щедрин М. Е. Собр. Соч.: В 12 т. Т. 7. М., 1951. С. 152.
7. Там же. С. 202.

L. N. RYAGUZOVA. V. NABOKOV AND M. YE. SALTUKOV-SHCHEDRIN'S SPIRITUAL ISOLATION AND GROTESQUE OF CONSCIOUSNESS: COMPARATIVE AND DISCURSIVE PARAMETERS

Paper shows the historical and genetic link of techniques which depict characters with altered state of consciousness in the works of the authors.

Key words: *grotesque, allegory, discourse, intertextual links, allusion reminiscence, narrative techniques.*

Х. А. ДЖАРИМОВА, Н. И. СНЕЖКО

РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ: СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

Авторы дают характеристику рекламным текстам и освещают сложности, связанные с их переводом.

Ключевые слова: *рекламный текст, его синтаксические особенности, проблемы перевода.*

Сегодня мир ставит перед языковым образованием новые требования. Необходимо постоянно повышать уровень владения иностранным языком, изменять содержание обучения, по-иному выстраивать подачу материала. Это особенно важно, поскольку с развитием коммуникации, в частности – сети Интернет, расширилась сфера общения с жителями других стран на их языке. Кроме того, иностранный язык становится не только способом общения, но и инструментом, который обеспечивает доступ к определенной информации: научной, учебной, политической, культурной.

Учитывая ритм современной жизни, приоритеты развития общества, круг интересов студентов, преподавателю требуется обращаться не только к традиционным научно-популярным и художественным текстам, произведениям поэтов, писателей, публицистов, но и к другим сферам бытования речи. Так, особое место в обучении заняла работа с материалом специального характера: информационным, рекламным, экономическим, юридическим, техническим. В связи с этими изменениями трансформировалась практика языка: на занятиях внимание уделяется иным текстам, отрабатывается лексика и грамматика несколько иного плана, более соответствующая заданным параметрам.

В нашей статье мы обратимся к рекламным текстам и их переводу. На данном этапе именно они составляют важную часть повседневной жизни. Нам приходится сталкиваться с рекламированием товаров и услуг и в прессе, и на телевидении, и в Интернете, не говоря уже о плакатах, «растяжках» и вывесках на витринах.

Главная задача рекламы – привлечение покупателей и клиентов, и для ее решения необходимо оказывать интенсивное концентрированное воздействие на реципиента [1]. С этой целью широко используются различные средства выразительности на всех языковых уровнях. На лексическом это метафора, сравнение, аллегория, различные виды повторов, игра слов; на фонетическом – ассонанс, аллитерация, интонирование (используется на

радио и телевидении); на синтаксическом – параллелизм, эллипсис и др.

Психологический прием, рассчитанный на подсознание, – концентрация императивных форм глагола и коннотативных прилагательных как наиболее важный признак рекламного текста на морфосинтаксическом уровне. Кроме воздействия на человека, указанное средство выразительности значительно усиливает динамичность речи. Примером могут служить английские глаголы *try, see, buy*; эквивалентные русским *попробуй, заходи, покупай*.

Главная трудность при переводе таких текстов – суметь передать не только языковое сообщение, но и прежде всего содержащуюся в нем экстралингвистическую информацию – сведения, отражающие внеязыковую действительность. То есть вначале необходима правильная интерпретация, подбор тождественных единиц родного языка [2]. В этом состоит отличие от перевода художественного произведения, где первостепенное значение при переложении приобретает сохранение особенностей стиля автора.

Таким образом, переводя рекламу, обращать внимание нужно на особенности глагольных сочетаний. Покажем это на примере английского как языка международного общения. Наиболее часто в заголовке, основной части и эхо-фразе используются сочетания *buy this, discover that, try some today, don't forget, treat yourself*. Подобные выражения и еще глаголы *ask, get, see, call, feel, taste, watch, smell, find, listen, drive, let, look, drink, do, start, enjoy* употребляются в форме императива.

Следует отметить, что сходные законы действуют и для русских рекламных текстов: используются глаголы с похожим семантическим наполнением и в той же грамматической форме – в повелительном наклонении.

При переводе англоязычной рекламы необходимо учитывать и другую особенность: использование личных местоимений для построения особой коммуникативной модели. Авторы употребляют слова «*We, our*», когда речь идет о рекламодателе,