

УДК 81-13  
<https://doi.org/10.23951/1609-624X-2024-4-16-23>

## **Коммуникативное поведение языковой личности автора и его дискурсивная обусловленность (на материале творчества В. В. Маяковского)**

*Алиса Арменовна Халатян*

*Томский государственный педагогический университет, Томск, Россия, [alisahalatyan@ro.ru](mailto:alisahalatyan@ro.ru)*

### **Аннотация**

Современная когнитивно-дискурсивная лингвистика сосредоточена на изучении дискурсивной личности. Ориентация на изучение коммуникативного поведения языковой личности обусловлена глобальными изменениями в фокусе внимания современной лингвистики на проблему «язык и человек»; в центре научного интереса лингвистов находятся аспекты коммуникативной организации и коммуникативного поведения носителей языка разных типов. Рассматривается взаимосвязь между коммуникативным поведением языковой личности автора и его дискурсивной обусловленностью. Исходным параметром в описании языковой личности является речевое произведение, поэтому исследуется языковая личность автора в создаваемых им текстах и дискурсы, отражающиеся в них. Актуальные тенденции в исследованиях текстов свидетельствуют о возрастающем интересе не только к внутренней структуре и языковым характеристикам текстов, но и к их социальной и коммуникативной роли. Это дает возможность более глубокого и всестороннего понимания текстового материала как средства коммуникации и продукта лингвистической активности конкретной личности. В связи с этим исследование языковой личности автора в контексте текстовых проявлений в рамках определенного дискурса представляет собой актуальную проблему в современной лингвистике. Дискурсивный анализ позволяет интегрировать в исследование языковой личности широкий спектр факторов, включая когнитивные, психологические и прагматические. Языковая личность манифестирует свою принадлежность к конкретной категории или общности в дискурсивных практиках. Дискурс служит площадкой для проявления эмоциональных состояний, которые играют значительную роль в организации коммуникативного взаимодействия. Языковая личность в проецируемых им текстах использует различные коммуникативные стратегии, представляющие собой комплекс речевых действий, предпринимаемых с целью достижения определенного коммуникативного результата. Для достижения их реализации используется ряд разнообразных коммуникативных тактик. Личность, которая участвует в дискурсах различных типов и осуществляет в них характерные для нее тенденции коммуникативно-речевого поведения, считается полидискурсивной. Автор текстов активно участвует в разработке различных дискурсов, и через них проявляются конкретные тенденции его коммуникативного поведения, проявляющие уникальные особенности его полидискурсивной языковой личности.

**Ключевые слова:** коммуникативное поведение, языковая личность автора, полидискурсивная языковая личность, Владимир Владимирович Маяковский

**Для цитирования:** Халатян А. А. Коммуникативное поведение языковой личности автора и его дискурсивная обусловленность (на материале творчества В. В. Маяковского) // Вестник Томского государственного педагогического университета (TSPU Bulletin). 2024. Вып. 4 (234). С. 16–23. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2024-4-16-23>

## **Communicative behavior of the author's linguistic personality and its discursive conditionality (based on the work of V. V. Mayakovsky)**

*Alisa A. Khalatyan*

*Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation, [alisahalatyan@ro.ru](mailto:alisahalatyan@ro.ru)*

### **Abstract**

Modern cognitive-discursive linguistics focuses on the study of discursive personality. Interest in the study of the communicative behavior of a linguistic personality is due to the general turn of modern linguistics to the problem of “language and man”; The focus of linguists is on issues of communicative organization and communicative behavior of native speakers of different types of languages. The article examines the relationship between the communicative behavior of the author's linguistic personality and its discursive conditioning. The initial parameter in the description of a linguistic personality is a speech work, therefore the linguistic personality of the author in the texts he creates and the discourses reflected in them are examined. Current trends in text research indicate a growing interest in not only the in-

ternal structure and linguistic characteristics of texts, but also their social and communicative role. This provides the opportunity for a deeper and more comprehensive understanding of textual material as a means of communication and a product of the linguistic activity of a particular person. In this regard, the study of the author's linguistic personality in the context of textual manifestations within a certain discourse represents a pressing problem in modern linguistics. Discourse analysis allows you to integrate a wide range of factors, including cognitive, psychological and pragmatic, into the study of linguistic personality. A linguistic personality manifests its belonging to a specific ethnic group, professional field, age and gender identity in discursive practices. Discourse serves as a platform for the manifestation of emotional states, which play a significant role in the organization of communicative interaction. The linguistic personality in the texts he projects uses various communicative strategies, which represent a complex of speech actions taken in order to achieve a certain communicative result. Their implementation is carried out through the use of various communication tactics. A person who participates in discourses of various types and displays specific tendencies in his communicative and speech behavior in them is considered polydiscursive. The author of the texts actively participates in the development of various discourses, and through them specific tendencies of his communicative behavior appear, revealing the unique features of his polydiscursive linguistic personality.

**Keywords:** *communicative behavior; linguistic personality of the author; polydiscursive linguistic personality; Vladimir Vladimirovich Mayakovsky*

**For citation:** Khalatyan A. A. Kommunikativnoye povedeniye yazykovoy lichnosti avtora i yego diskursivnaya obuslovlennost' (na materiale tvorchestva V. V. Mayakovskogo) [Communicative behavior of the author's linguistic personality and its discursive conditionality (based on the work of V. V. Mayakovsky)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2024, vol. 4 (234), pp. 16–23 (in Russ.). <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2024-4-16-23>

### Введение

Во второй половине XX в. антропоцентрическая парадигма лингвистических исследований стала преобладающей, она ориентируется на изучение человека в контексте речевой деятельности, рассматривая автора текста в совокупности параметризующих характеристик как языковую личность. Под термином «языковая личность» подразумевается любой человек или группа людей, которые используют язык для выражения своего восприятия реальности и мира (Г. И. Богин, В. В. Виноградов, С. Г. Воркачев, А. А. Ворожбитова, Е. В. Иванцова, Ю. Н. Караулов, Н. П. Нерознак и др.) [1–3].

Языковая личность автора, находящаяся в роли субъекта художественного текста, структурирует представления о реальности внутри произведения, которое включает в себя как идейные, так и эстетические аспекты категоризации. Концептуальный аспект демонстрируется посредством лингвистической индивидуальности, присущей нарратору. В случае когда доверие к нарратору оказывается под сомнением по различным причинам, данную роль в тексте выполняет языковая личность автора, которая часто воздействует на читателя через эстетические особенности самого произведения [4, с. 78]. Ю. Н. Караулов считает, что в своем творчестве автор не проявляет себя как единая языковая личность с четко выраженными ценностными характеристиками, а скорее обнаруживает себя как совокупность различных говорящих и понимающих индивидуальностей [5, с. 101]. К. А. Кочнова, напротив, высказывает предположение, что произведение формирует целостное представление о мире, которое выступает в качестве продукта художественного дискурса языковой личности автора.

Необходимо проводить анализ художественного текста в контексте взаимодействия всех голосов, присутствующих в нем, – как голоса автора, так и голоса его персонажей. Такой анализ дает возможность рассматривать текст как проявление уникальной лингвистической системы автора в качестве рефлексии его языковой парадигмы, поскольку «все, что использует автор в своем тексте, включено в систему языка самого писателя: свидетельствует об освоенности в индивидуальной языковой системе, целенаправленном преобразовании, переработке и применении общенародного языкового материала» [6, с. 54].

По мнению Ю. Н. Караулова, основным критерием для определения языковой личности является созданный им текст [5, с. 104]. В рамках этого подхода текст воспринимается как проявление языковой личности автора и/или адресата через особенности его коммуникативного поведения. В таких исследованиях текст служит материалом для выражения как креативного потенциала языковой системы, так и лингвокреативного ресурса языковой личности.

Современные тенденции в исследованиях текста отражают растущий интерес не только к внутренней структуре текста и языковым особенностям, но и к его роли в социальном и коммуникативном контексте. Это позволяет более полно и комплексно понимать текст как средство коммуникации, а также как продукт языковой деятельности конкретной личности или коллектива. В связи с этим изучение языковой личности автора в аспекте текстовых проявлений в рамках определенного дискурса является актуальной проблемой современной лингвистики.

В сфере научных исследований пока не разработано единое определение понятия «дискурс» (Т. ван Дейка, М. В. Йоргенсена, В. И. Карасика, М. Л. Макарова, М. Фуко, Е. И. Шейгал и др.) [7–10]. Е. С. Кубрякова отмечает, что при анализе дискурса необходимо уделить внимание когнитивным процессам, сопряженным с актами высказывания и конструирования устных текстов [11, с. 164]. В результате данного процесса формируется текст, закрепленный в определенной форме. Таким образом, дискурс – это текст, погруженный в ситуацию реального общения.

Тексты выполняют важную роль в трансляции концептуальной картины мира, отражая индивидуальные и культурные особенности взглядов на действительность. Они фиксируют и актуализируют понятийное, эмоциональное и ассоциативное содержание мировидения, тем самым являясь важным аспектом понимания персонального восприятия мира. Интерпретация языкового материала с фокусом на упорядочивание концептуального поля является продуктивным подходом к изучению индивидуальной языковой личности. Выражение социокультурных, возрастных, психологических, гендерных факторов является отражением дискурсивных действий языковой личности. Концепция изучения личности с использованием дискурсивного анализа обоснована в трудах А. Греймс, Б. Грос, Ю. Кристева, М. Л. Макарова, К. Маккьюин, Д. Румелхарт, К. Сайднер, М. Фуко, Дж. Хиршберг, Дж. Хоббс, Э. Хови и др. В данном контексте наиболее обоснованным подходом является рассмотрение явления языковой личности как дискурсивной личности.

Дискурсивную личность можно определить как личность, активно участвующую в коммуникативных процессах, обладающую уникальным набором коммуникативных стратегий [12, с. 59]. Дискурс обеспечивает методологическую основу для интеграции в аналитический процесс изучения языковой личности множества факторов, охватывающих области ментальности, психологии и прагматики. Языковая личность является индикатором ее принадлежности к конкретной этнической группе, профессиональному объединению, возрастной категории, а также гендерным характеристикам, что находит отражение в ее дискурсивных практиках [13, с. 47]. Описание дискурсивной личности учитывает аспекты, связанные с организацией языка в речевом акте, коммуникативным событием, отражающим индивидуальность субъекта, а также функциональным выбором и реализацией языковых конструкций [14, с. 78]. Концепция дискурсивной личности опирается на когнитивный компонент, который определяет выбор лингвистических структур и средств. В процессе диалогического общения языковая личность превращается в дискурсивную личность.

В дискурсе происходит переосмысление событий через языковые категории. Участники дискурса, будучи дискурсивными личностями, выбирают соответствующие лексические, грамматические и стилистические средства в зависимости от речевой стратегии. Трансформации в средствах языковой коммуникации могут служить индикатором модификации ролей (от активного субъекта речи к рецептивному аудитору) и стремления найти подходящие методы обратной связи в соответствии с интенциями коммуникантов.

Характеристики дискурсивной личности могут быть производны от определенных особенностей дискурса, которые включают в себя интерпретацию дискурса как средства общения через текст, организацию языка в формах устной и письменной речи, а также коммуникативное событие, которое отражает взаимопонимание между участниками; коммуникативное событие, характеризующееся взаимным воздействием между субъектами общения; принятие и реализация языковых стратегий и коммуникативных действий в соответствии с целями и контекстом общения; совокупность устного и письменного высказываний, представленных в рамках коммуникативного акта. В ходе дискурсивного процесса язык выполняет функцию когнитивной структуры, в рамках которой человек участвует как языковая личность, что приводит к его трансформации в дискурсивную личность.

Рассматривая определения терминов «языковая личность» и «дискурс», лингвисты (Е. В. Белоглазова, М. Р. Желтухина, М. А. Кормилицына, Т. В. Романова, Т. В. Чернышова, В. Е. Чернявская) используют понятие «полидискурсивная языковая личность». На основании морфологических характеристик слова представляется возможным утверждать о существовании множественных дискурсивных практик, которые ограничены в рамках определенных пространственных, количественных и временных параметров.

Языковая личность, обладающая полидискурсивными характеристиками, проявляет себя через функционирование в разнообразных дискурсивных практиках, демонстрируя при этом специфические тенденции в коммуникативном и речевом поведении в рамках этих дискурсов. Е. В. Белоглазова говорит о том, что концепция полидискурсивности впервые была предложена в научной литературе В. А. Андреевой, которая пишет: «как правило, в определенном тексте можно обнаружить артикуляции не одного, а нескольких дискурсов, иными словами, любой литературно-повествовательный текст представляет собой полидискурсивное образование» [15, с. 68].

В. И. Тхорик утверждает, что языковая личность квалифицируется как полидискурсивная, когда она

«является субъектом различных дискурсов, выделяемых в рамках одной типологии (классификации), и реализует посредством этих дискурсов различные социальные роли» [16, с. 220].

Общение человека, обусловленное совокупным действием ряда экстралингвистических факторов, определяет его коммуникативное поведение. Изучение коммуникативного поведения языковой личности актуально из-за повышенного интереса современной лингвистики к вопросам взаимоотношения «язык и человек». Основными фокусами являются характеристики коммуникативной организации и поведения говорящих. Понятие «коммуникативное поведение» было представлено И. А. Стерниным и определяется как «система коммуникативных норм и традиций, свойственных той или иной группе людей» [12, с. 125].

Мы можем рассмотреть коммуникативное поведение как характеристику, которая присуща не только лингвокультурной общности в целом, но и определенным группам носителей языка, которые объединены на основе различных признаков, кроме того, каждый отдельный индивид также имеет свое собственное коммуникативное поведение. Позднее исследователем термин «коммуникативное поведение» был уточнен и определен как «поведение человека в ходе межличностного взаимодействия, подчиненное значимым для него нормам и правилам общения» [12, с. 125]. В связи со сказанным стоит вести речь о том, что коммуникативное поведение языковой личности является встроенным в дискурсивные обстоятельства. Последние детерминируют поступки, мысли индивида, в том числе находящие объективацию в речи.

Исследование коммуникативного поведения различных народов способствует развитию и появлению новых направлений в изучении этого явления – гендерной лингвистики (Стернин, 1996; Высочина, 1999; Меликян, 1999), профессиональной лингвистики (Паршина, 1994; Багрянская, 1998), теории коммуникативного поведения представителей различных социальных групп (Лазуренко, 2000; Шилина, 1998). И. А. Стернин выделяет системный и контрастивный подходы к описанию коммуникативного поведения. Системный подход обусловлен целостным, комплексным описанием. Для достижения этой цели необходимо разработать модель, которая учитывала бы коммуникативное поведение и учла бы разнообразные факторы и параметры, лежащие в его основе. Согласно контрастивному подходу, для анализа коммуникативного поведения необходимо осуществлять описание на основе сравнительного анализа. Данное явление в области лингвистики, определяющее методы достижения целей говорящего, содержит этап проектирования процесса речевой коммуникации,

исходя из определенных условий общения, индивидуальных особенностей участников взаимодействия, и этап последующего выполнения разработанного плана взаимодействия [17, с. 54]. Коммуникативное планирование включает в себя разработку тактик и стратегий коммуникации для достижения поставленной цели.

Согласно концепции В. И. Карасика, «коммуникативная стратегия – последовательность интенций речевых действий, реализуемая в конкретной последовательности коммуникативных ходов, определяемая целями дискурса и реализуемая в его жанрах» [18, с. 3–18]. Р. В. Клюев относит к наиболее значимым коммуникативным стратегиям в рекламном дискурсе «проталкивание товара и привлечение потребителя к товару». Коммуникативные стратегии являются совокупностью речевых действий, выполняемых для достижения определенной коммуникативной цели. Они реализуются путем применения различных коммуникативных тактик. Ю. К. Пирогова выделяет следующие коммуникативные стратегии в рекламном дискурсе: 1) позиционирующие (формируют определенное восприятие рекламируемого объекта); 2) оптимизирующие (направлены на оптимизацию воздействия рекламного сообщения). В рекламных текстах эти стратегии часто используются одновременно. К общим коммуникативным стратегиям в рекламном дискурсе Ю. К. Пирогова относит «использование специальных средств воздействия на адресата: привлечение его к рекламному продукту, побуждение и даже принуждение к покупке путем пропаганды достоинств предмета рекламы» [19, с. 126].

Языковая личность автора в порождаемых им текстах репрезентирует различные дискурсы, в разработке которых он принимает регулярное участие. В рамках дискурсов обнаруживаются специфические тенденции в коммуникативном поведении, отражающие характерные черты полидискурсивной языковой личности.

Языковая личность полидискурсивного характера, представляющая собой объект данного исследования, – языковая личность В. В. Маяковского. В постреволюционный период автор в значительной степени применял свое художественное мышление для активного участия в развитии и строительстве нового мира, верил, что искусство слова играет важную роль в воспитании и имеет важное значение для общества. Это привело к ярко выраженной агитационной направленности лирики автора, рекламной функции его поэтических высказываний и призывов, а также активному участию в создании рекламы. Маяковский считал, что литература должна быть мощным инструментом воздействия на широкие массы. Автором предпринимались усилия для преодоления расхождений, су-

существующих между языковыми моделями, используемыми в художественной литературе, и теми, которые находят применение в повседневном общении. Поэтому он осуществлял свою деятельность в многообразии жанров, включая поэзию, поэмы, создание рекламных плакатов и слоганов, афиш, а также разработку рекламных и агитационных материалов. Языковая личность В. В. Маяковского исследуется путем анализа проявлений коммуникативно-речевого поведения в текстах, имеющих разнообразную жанрово-стилевую направленность и находящихся в рамках дискурсов различных типов, в которых происходит активное функционирование важных для дискурсивной личности автора лингвистических и стилистических особенностей. Выбор определенной языковой личности для исследования обуславливается ее масштабностью, многообразием проявлений индивидуального стиля и наличием устойчивых векторов в экспликации черт идиостиля и идиолексикона.

### Материал и методы

Источником исследования являются тексты В. В. Маяковского разных жанров, в которых выявляются коммуникативные стратегии, которые демонстрирует автор. Эмпирическая база исследования формировалась с помощью приема сплошной выборки. Основными методами в работе являются метод лингвистического анализа текста, дискурс-анализ, анализ речевых актов и дискурсивных маркеров в текстах Маяковского. Выявление идиостиля писателя.

### Результаты и обсуждение

В исследовательской литературе по полидискурсивной языковой личности можно найти достаточно много работ, однако исследований по изучению творчества В. В. Маяковского в этом аспекте еще нет, что обуславливает новизну данной работы. Задачей данного исследования является доказательство принадлежности В. В. Маяковского к полидискурсивной языковой личности, т. е. показать, что в творчестве автора присутствуют тексты разных дискурсов, репрезентирующие языковое сознание автора.

В творчестве В. В. Маяковского можно обнаружить различные дискурсы, в которых автор репрезентует свою языковую личность. Во многих своих произведениях он выступает как субъект рекламного дискурса. В. В. Маяковский активно участвовал в создании рекламной продукции патриотической тематики: «Мы знаем прекрасно силу агитации, – писал В. Маяковский в 1923 г. – В каждой военной победе, в каждой хозяйственной удаче на 9/10 сказывается умение и сила нашей агитации... Реклама – промышленная, торговая агитация. Ни одно, даже самое верное дело не двигается без ре-

кламы. Это орудие, поражающее конкуренцию. При НЭПе надо пользоваться для популяризации государственных, пролетарских организаций, контор, продуктов всеми оружиями, используемыми врагами, в том числе и рекламой» [20, с. 69].

В его поэтических рекламных произведениях прослеживается наличие характеристик, свойственных голосу уличного «зазывателя»: «Гражданин, спеши / На демонстрацию „Клопа“. / У кассы хвост, / В театре толпа. / Но только не злись / На шутки насекомого: / Это не про тебя, / А про твоего знакомого» [20, с. 105]. «Все, что требует желудок, тело или ум, – / все человеку предоставляет ГУМ. / Тому не страшен мороз злоеущий, / Кто в ГУМе купит теплые вещи» [20, с. 34]; «Забудьте моду! / К черту вздорную! / Одежду в Москвошвее требуй. / Простую, легкую, просторную. / ...Одежду не найдете проще – / Прекрасная и для занятый / И для гулянья с милым в роще» [20, с. 204].

Самореклама прослеживается в творчестве Маяковского, идет полное сознание автором своей значимости и весомости своего творчества: «Мы сами творцы в горящем гимне – / шуме фабрики и лаборатории. / Мы / с лицом, как заspanная простыня, / с губами, обвисшими, как люстра, / мы, / каторжане города-лепрозория, / где золото и грязь изъязвили проказу, – / мы чище венецианского лазорья, / морями и солнцами омытого сразу! / Плевать, что нет / у Гомеров и Овидиев / людей, как мы; / от копоти в оспе. / Я знаю – / солнце померкло б, увидев / наших души золотые россыпи!» [20, с. 116]; «Мой стих / Трудом / Громаду лет прорвет и явится / Весомо, / Грубо, / Зримо, как в наши дни / Вошел водопровод, сработанный / Еще рабами Рима» [20, с. 145]; «Я к вам приду / в коммунистическое далеко / не так, / как песенно-есенный провитязь. / Мой стих дойдет / через хребты веков / и через головы / поэтов и правительств» [20, с. 136]; «Все меньше любитя, / все меньше дерзается, и лоб мой / время / с разбега крушит. Приходит / страшнойшая из амортизаций – амортизация / сердца и души. Слово поэта – / ваше воскресение, ваше бессмертие, гражданин канцелярист» [20, с. 116].

Рекламный дискурс в творчестве Маяковского часто интегрируется с политическим дискурсом, в рамках которого проявляются революционные убеждения писателя: «Все хочу обнять, / да не хватит пыла, – / куда / ни вздумаешь / глазом повесть, / везде вспоминаешь / то, что было, / и то, / что есть. / От издевки / от царевой / глаз / России / был зареван. / Мы / прогнали государя, / по шлям / слегка / удара. / И идет по свету, / и гудит по свету, / что есть / страна, / а начальствов нету. / Что народ / трудовой / на земле / на этой / правит сам собой / сквозь свои советы» [20, с. 135].

В творчестве В. В. Маяковского выделяется религиозный дискурс. Библейский мотив потопа прослеживается в стихотворении «Революция»: «Граждане! Сегодня рушится тысячелетие / «Прежде». / Сегодня пересматривается мировая основа. / Сегодня / до последней пуговицы в одежде / жизнь переделаем снова. / Граждане! / Это первый день рабочего потопа» [20, с. 185].

Богоборческий сюжет проглядывается в стихотворении «Надо бороться»: «У хитрого бога лазеек – много. / Нахально и прямо гнусавет из храма. / С иконы глядится Христос сладколицый. / В присказках, в поговорах господь славословится, / имя богово на губе у убогого» [20, с. 144]. Те же настроения в стихотворении «Гуляем»: «Сдается столица горящий остров. / По чердакам раскинули поиск. / Минута близко. / На Трицкий мост / вступают толпы войск. / Скрип содрогает устои и скрепы. / Стиснулись. / Бьемся. / Секунда! – / и в лак / заката / с фортов Петропавловской крепости / взвилась огнем революции флаг» [20, с. 176].

В поэме В. В. Маяковского «Флейта-позвоночник» лирический герой подвергается божественному искушению, связанному с притягательностью к женскому полу: «Вот я богохулил. / Орал, что бога нет, / а бог такую из пекловых глубин, / что перед ней гора заволнуется и дрогнет, / вывел и велел: / любви! / Бог доволен. / Под небом в круче / измученный человек одичал и вымер. / Бог потирает ладони ручек. / Думает бог: / погоди, Владимир! / Это ему, ему же, / чтоб не догадался, кто ты, / выдумалось дать тебе настоящего мужа / и на ролях положить человечьи ноты» [20, с. 56].

Таким образом, в творчестве В. В. Маяковского можно выделить политический, рекламный и религиозный дискурсы, каждый из которых имеет определенную степень воздействия на адресата и создает дискурсивное поле автора. Текст несет в себе информацию, которую автор разными путями транслирует адресату.

Дискурс влияет на создание текста. Дискурс отражает зависимость создаваемого текста от экстралингвистических обстоятельств: мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста. Для каждого отдельного речевого произведения автор подбирает определенные языковые средства и стилистические приемы, которые отвечают авторским интенциям.

Специфика рекламного дискурса автора проявляется в нестандартных подходах к использованию языковых средств. Рекламные технологии представляют собой одну из коммуникативных методик, которая направлена на влияние на сознание людей с целью управления их массовым поведением.

В рекламном дискурсе автора часто появляются новые слова – окказионализмы: «Безгалошные

люди, / покупайте галоши, / скидок не будет» [20, с. 115]. Также часто используются в тексте притяжательные местоимения: «Наши калоши носи век, / не протрет ни Эльбрус, ни Казбек» [20, с. 190]. Употребление местоимений «наши», «мы» говорит о том, что автор не разделяет производителя и потребителя, тем самым провоцируя у адресата чувство сопричастности к продаже и покупке данного товара. Автор использует также неологизмы: «Для салатов, / соусов и прочих ед / Лучше масла не было и нет» [20, с. 96].

Слова «дешевый» и «дешевизна» применяются в качестве ключевого аргумента, обосновывающего преимущества выбора определенного продукта: «Трудящиеся! / Не страшны дороговизна и нэп / покупайте дешевый хлеб / во всех / магазинах и киосках Моссельпрома / в двух шагах от любого дома!» [20, с. 190]; «Папиросы „Рекорд“ / не по названию, а в жизни / рекорд вкуса, рекорд дешевизны» [20, с. 200].

«Безграмотному скучно, / тяжело и горько, / но есть Блонского „Красная зорька“. / Это для чтения / первая книга. / Купи и грамоту / выучишь мигом. / Сообщаем кстати: „Красная зорька“ продается в Госиздате!» [20, с. 65]; «Стой! Прочти! Посмотри! / Выполни точка в точку» [20, с. 45]. В рекламных текстах автор часто использует глаголы повелительного наклонения: «покупайте», «стой», «носи», «купи» и обращения к потенциальным покупателям: «трудящиеся», «курящие трубку», «рабочий», «безгалошные люди».

Рекламный дискурс В. В. Маяковского эмоционально-экспрессивен, такой тон задается автором с помощью восклицательных знаков и риторических вопросов: «Курящие трубку! / Наш девиз: / Даешь табак „Джевиз!“» [20, с. 159]; «Кому из рабочих / знания не любы? / Профсоюз дает / школы и клубы [20]; Где конфеты дешевле и лучше? / Убедись сам! / Беги по этим адресам» [20, с. 163].

### Заключение

Так, можно обозначить следующие коммуникативные стратегии, которые демонстрирует В. В. Маяковский в рекламном дискурсе: позиционирующие и оптимизирующие. Автор использует следующие языковые средства, которые реализуют эти коммуникативные стратегии: глаголы повелительного наклонения и притяжательные местоимения, неологизмы и окказионализмы, частотное применение восклицательных знаков, риторических вопросов и обращений. Чтобы создать эффективный рекламный текст, автору необходимо сочетать различные приемы для обеспечения выполнения всех функций. Автор использует важнейшую особенность рекламного текста – ориентацию на потребителя. Для этого в рекламном дискурсе применя-

ются как общие коммуникативные стратегии, которые характерны для этого жанра, так и индивидуально-авторские, к которым можно отнести словообразовательные средства, так как для автора характерен нестандартный отбор слов, нестандартное словоизменение и словообразование. Стоит отметить, что в рекламном дискурсе используется меньше таких языковых средств, чем в других, это объясняется направленностью рекламы на широкую аудиторию. Среди индивидуальных авторских стратегий В. В. Маяковского выделяется обращение к адресату текста, которое в творчестве писате-

ля присутствует не только в рекламном дискурсе, но и во всех его текстах, многие его стихотворения и поэмы по форме представляют собой диалог или беседу с адресатом. В текстах автора прослеживается частое употребление восклицательных знаков и тире. С их использованием в рекламном дискурсе предпринимается попытка усилить внимание прохожих, вызвать их заинтересованность и провоцировать чтение текста до конца. Все индивидуально-авторские стратегии составляют фон идиостиля автора, так как используются целиком в его творчестве.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Богин Г. И. Обретение способности понимать: введение в филологическую герменевтику. М.: Психология и бизнес Он-Лайн, 2001. 516 с.
2. Иванцова Е. В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2010. № 4 (12). С. 24–32.
3. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64–72.
4. Асратян З. Д. Языковая личность образа автора в художественном дискурсе // Гуманитарные исследования. Журнал фундаментальных и прикладных исследований. 2016. № 2 (58). С. 76–80.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: ЛКИ, 2010. 264 с.
6. Кочнова К.А. Языковая картина мира писателя: аспекты и методы исследования // Вестник ВГУ. 2015. № 3. С. 53–56.
7. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
8. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 310 с.
9. Вохрышева Е. В. Коммуникативные стратегии диалогического взаимодействия в новоанглийском языке: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб.: С.-Петербургский гос. ун-т, 2001. 26 с.
10. Фуко М. Археология знания. СПб.: Гуманитарная академия, 2004. 416 с.
11. Кубрякова Е. С., Александрова О. В. Виды пространства, текста и дискурса. М.: Диалог: МГУ, 1997. С. 19–20.
12. Стернин И. А. Экспериментальное изучение категории русский коммуникативный идеал // Мир русского слова. 2003. № 2. С. 53–55.
13. Шаховский В. И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации. Волгоград: ВГПИ, 1998. № 2. С. 43–47.
14. Ревзина О. Г. Дискурс и дискурсивные формации // Критика и семиотика. Новосибирск, НГУ, 2005. С. 66–78.
15. Белоглазова Е. В. Полидискурсивность как особый исследовательский фокус // Известия СПбУЭФ. 2009. № 3. С. 66–71.
16. Тхорик В. И. Языковая личность: лингвокультурологический аспект. Краснодар, 2000. 304 с.
17. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: КомКнига, 2006. 288 с.
18. Карасик В. И. Характеристики педагогического дискурса // Языковая личность; проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики: науч. тр. Волгоград: Перемена, 1999. С. 3–18.
19. Пирогова Ю. К. ИмPLICITная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования. СПб.: Проблемы прикладной лингвистики, 2001. 209 с.
20. Маяковский В. В. Полное собрание сочинений: в 13 т. М.: Художественная литература, 1961. 223 с.

### References

1. Bogin G. I. *Obreteniye sposobnosti ponimat'*: vvedeniye v filologicheskuyu hermenevtiku [Gaining the ability to understand: introduction to philological hermeneutics]. Moscow, Psychology and Business Online Publ., 2001. 516 p. (in Russian).
2. Ivantsova E. V. O termine “yazykovaya lichnost'”: istoki, problemy, perspektivy ispol'zovaniya [About the term “linguistic personality”: origins, problems, prospects for use]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*, 2010, no. 4 (12), pp. 24–32 (in Russian).
3. Vorkachev S. G. *Lingvokul'turologiya, yazykovaya lichnost', kontsept: stanovleniye antropotsentricheskoy paradigmy v yazykoznanii* [Linguoculturology, linguistic personality, concept: the formation of an anthropocentric paradigm in linguistics]. *Filologicheskiye nauki – Philological Sciences*, 2001, no. 1, pp. 64–72 (in Russian).

4. Asratyan Z. D. Yazykovaya lichnost' obraza avtora v khudozhestvennom diskurse [Linguistic personality of the image of the author in artistic discourse]. *Gumanitarnyye issledovaniya. Zhurnal fundamental'nykh i prikladnykh issledovaniy – Humanitarian research. Journal of Basic and Applied Research*, 2016, no. 2 (58), pp. 76–80 (in Russian).
5. Karaulov Yu. N. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and linguistic personality]. Moscow, LKI Publ., 2010. 264 p. (in Russian).
6. Kochnova K. A. Yazykovaya kartina mira pisatelya: aspekty i metody issledovaniya [The writer's linguistic picture of the world: aspects and research methods]. *Vestnik VSU*, 2015, no. 3, pp. 53–56 (in Russian).
7. Makarov M. L. *Osnovy teorii diskursa* [Fundamentals of discourse theory]. Moscow, Gnosis Publ., 2003. 280 p. (in Russian).
8. Dyck T. A. van. *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya: perevod s angliyskogo* [Language. Cognition. Communication: translation from English]. Moscow, Progress Publ., 1989. 310 p. (in Russian).
9. Vokhrysheva E. V. *Kommunikativnyye strategii dialogicheskogo vzaimodeystviya v novoangliyskom yazyke*. Avtoref. dis. dokt. filol. nauk [Communicative strategies of dialogic interaction in the New English language. Abstract of thesis doc. philol. sci.]. Saint Petersburg, St. Petersburg State University Publ., 2001. 26 p. (in Russian).
10. Foucault M. *Arkhologiiya znaniya* [Archeology of knowledge]. Saint Petersburg, IC “Humanitarian Academy” Publ., 2004. 416 p. (in Russian).
11. Kubryakova E. S., Aleksandrova O. V. *Vidy prostranstva, teksta i diskursa* [Types of space, text and discourse]. Moscow, Dialog: Moscow State University Publ., 1997. Pp. 19–20 (in Russian).
12. Sternin I. A. Eksperimental'noye izucheniye kategorii russkiy kommunikativnyy ideal [Experimental study of the category of Russian communicative ideal]. *Mir russkogo slova – World of Russian Word*, 2003, no. 2, pp. 53–55 (in Russian).
13. Shakhovskiy V. I. *Yazykovaya lichnost' v emotsional'noy kommunikativnoy situatsii* [Language personality in an emotional communicative situation]. Volgograd, 1998. no. 2. Pp. 43–47 (in Russian).
14. Revzina O. G. Diskurs i diskursivnyye formatsii [Discourse and discursive formations]. *Kritika i semiotika* [Criticism and semiotics]. Novosibirsk, NSU Publ., 2005. Pp. 66–78 (in Russian).
15. Beloglazova E. V. Polidiskursnost' kak osobyi issledovatel'skiy fokus [Polydiscourse as a special research focus]. *Izvestiya SPbUEF*, 2009, no. 3, pp. 66–71 (in Russian).
16. Tkhorik V. I. *Yazykovaya lichnost': lingvokul'turologicheskiy aspekt* [Language personality: Linguistic and cultural aspect]. Krasnodar, 2000. 304 p. (in Russian).
17. Issers O. S. *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Moscow, KomKniga Publ., 2006. 288 p. (in Russian).
18. Karasik V. I. Kharakteristiki pedagogicheskogo diskursa [Characteristics of pedagogical discourse]. *Yazykovaya lichnost'; problemy lingvokul'turologii: nauchnyye trudy* [Language personality; Problems of linguoculturology and functional semantics: scientific works]. Volgograd, Peremena Publ., 1999. Pp. 3–18 (in Russian).
19. Pirogova Yu. K. *Implitsitnaya informatsiya kak sredstvo kommunikativnogo vozdeystviya i manipulirovaniya* [Implicit information as a means of communicative influence and manipulation]. Saint Petersburg, Problemy prikladnoy lingvistiki Publ., 2001. 209 p. (in Russian).
20. Mayakovskiy V. V. *Polnoye sobraniye sochineniy: v 13 tomakh* [Complete works: in 13 volumes]. Moscow, Khudozhestvennaya literatura Publ., 1961. 223 p. (in Russian).

**Информация об авторе**

**Халатян А. А.**, аспирант, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061).

E-mail: alisahalatyan@ro.ru

**Information about the author**

**Khalatyan A. A.**, postgraduate student, Tomsk State Pedagogical University (ul. Kiyevskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061).

E-mail: alisahalatyan@ro.ru

*Статья поступила в редакцию 25.03.2024; принята к публикации 24.05.2024*

*The article was submitted 25.03.2024; accepted for publication 24.05.2024*