

УДК 811.133.1

DOI 10.51955/23121327_2022_1_141

АВТОРСКОЕ ПРЕДИСЛОВИЕ КАК ПРОДВИГАЮЩИЙ ТЕКСТ

*Ольга Игоревна Короленко,
orcid.org/0000-0001-7388-8133,
кандидат филологических наук,
Московский городской педагогический университет,
2-й Сельскохозяйственный пр-д, 4
Москва, 129226, Россия
olgakfr@mail.ru*

Аннотация. Данная статья посвящена авторскому предисловию к художественным произведениям. Предисловие можно рассматривать как продвигающий текст, который помогает читателю выбрать произведение. В статье рассматриваются коммуникативные стратегии, которые используют авторы для более глубокого понимания текста предисловия. Самопрезентация автора раскрывается наиболее полно в текстах предисловий художественных произведений.

Ключевые слова: автор, авторское предисловие, лингвистика, французский язык, художественное произведение, издательский дискурс, продвигающий текст, коммуникативные стратегии самонаименования автора.

AUTHOR'S PREFACE AS A PROMOTIONAL TEXT

*Olga I. Korolenko,
orcid.org/0000-0001-7388-8133,
PhD (Philology),
Moscow City University,
4, 2-nd Sel'skhozajstvennyj pr-d
Moscow, 129226, Russia
olgakfr@mail.ru*

Abstract. This article is devoted to author's preface to works of art. A preface can be considered as a promotional text that helps a reader to choose a composition. The article discusses the communication strategies used by authors to provide a deeper understanding of the main text of the work. The self-presentation of the author, as the creator of the work, is clearly expressed in the texts of the preface. The article identifies the language means of self-naming of the author.

Keywords: author, author's Preface, linguistics, French, fiction, publishing discourse, promotional text, communicative strategies for author's self-naming.

Введение

В последнее время увеличилось число работ, описывающих различные виды дискурса. Лингвисты выделяют академический дискурс (О. А. Сулейманова, Л. Г. Викулова, С. А. Герасимова, А. А. Водяницкая, М. А. Фомина), научный дискурс (В. Е. Чернявская), политический дискурс (О. Н. Паршина, П. Серио), деловой дискурс (Т. А. Ширяева), дискурс в межкультурной коммуникации (Т. Е. Владимирова, Е. Н. Малюга),

издательский дискурс (Л. Г. Викулова, И. В. Чернигова), маркетинговый дискурс (Л. Г. Викулова, Е. Г. Борисова, Л. В. Ухова), педагогический дискурс (А. Р. Габидуллина, М. Ю. Олешков, С. А. Герасимова) и другие виды дискурса.

Издательский дискурс определяется как «одна из форм письменной профессиональной коммуникации, которая представлена особыми жанрами и характеризуется прагматическим подходом издателей к новой ситуации коммуникации (массовой)» [Короленко и др., 2013; Викулова, 2008, с. 188; Викулова, 2012, с. 64]. Главная задача состоит в том, чтобы привлечь внимание к изданию, это возможно только при условии ознакомленности о книге. Авторы для достижения этой цели выбирают периферийный путь убеждения, через паратекст, который выражает оценку автора текста или издателя.

Думается, что издательский дискурс тесно связан с маркетинговым дискурсом. Следует отметить, что для лингвистических исследований понятие «продвигающий текст» является довольно новым понятием [Маркетинговая лингвистика..., 2019]. *Продвигающий текст* понимается как «коммуникативная единица, функционирующая в пространстве маркетинговых коммуникаций, служащая целям эффективного воздействия на целевую аудиторию» [Ухова, 2012; Ухова, 2018, с. 74; Якоба, 2020].

В своих исследованиях термин «продвигающий текст» рассматривает Т. Г. Игнатьева, автор отмечает, что данный «термин хорошо увязывается с таким композиционным фрагментом диахронического текста, как зачин. Наши наблюдения показывают, что зачин выступает регулярным каноническим компонентом структурной организации поэтического художественного текста во французской средневековой литературе XII–XIII вв.» [Игнатьева, 2019, с. 59–60]. Считаем правомерным применить к исследуемому материалу термин «продвигающий текст».

Актуальность исследования характеризуется особым интересом к различным периферийным образованиям, в частности, авторским предисловиям в рамках прагматического анализа в коммуникации XVII–XX веков [Чернигова, 2006]. *Цель исследования* заключается в выявлении лингвопрагматического аспекта предисловия художественных произведений XVII–XX веков путем анализа языковых особенностей, которые показывают функциональную значимость предисловий.

В исследовании решаются следующие задачи: определить функции и роль авторского предисловия художественных произведений XVII–XX веков, а также проанализировать языковые механизмы, которые воздействуют на адресата.

Материалы и методы

Материалом исследования были выбраны авторские предисловия к французским художественным произведениям XVII–XX веков. Корпус эмпирического материала составил 27 авторских предисловий, 20 из них отобраны для лингвистического анализа.

В работе использовались следующие *методы и приемы исследования*: метод сопоставительного анализа, метод наблюдения с последующим анализом и обобщением результатов, метод филологического анализа текстов предисловия, а также контент-анализ текстов авторских предисловий XVII–XX веков из французских художественных произведений с помощью программы «Téléchargement de tropes VF8.4».

Дискуссия

К паратекстовым дискурсивным жанрам относится *предисловие (préface)*, определяемое «как текст пояснительного, критического характера, который предваряет какое-либо произведение. Предисловие предупреждает читателей о том, что им надо принять во внимание, читая, изучая или просматривая книгу» [Чернигова, 2006]. Как отмечается, *предисловие* может быть написано автором, редактором или иным лицом, например, издателем. В нашей работе мы будем рассматривать предисловия, написанные авторами художественных произведений XVII–XX веков.

Ответим на вопрос, может ли авторское предисловие выступать как продвигающий текст. Вслед за Л. Г. Викуловой, подчеркиваем, что определенные характеристики предисловия играют важное значение в данном типе дискурса. Значимыми характеристиками являются маргинальное положение, отсылочный характер [Викулова, 2001а; Викулова, 2001б].

Можно отметить, что авторитет французских писателей XVI–XVIII веков был высок. Авторы обозначаемого периода воздействуют на потенциального читателя с помощью определенных условий, различных дискурсивных тактик и таким образом повышают статус жанра произведения. О необходимости создания автором ряда условий, оптимизирующих литературную коммуникацию, пишут Д. С. Лихачев (2001), Л. Г. Викулова (2001а, б), И. В. Чернигова (2006).

Результаты

Следует подчеркнуть, что для авторского предисловия во французском языке существует множество лексических единиц. Французский ученый и лингвист выделяет следующие термины, например, *préface, introduction, avant-propos, note, notice, au lecteur, avertissement*, и др. [Genette, 1987, p. 164; Короленко и др., 2014, с. 61].

Таблица 1 – Использование термина предисловия французскими писателями

Écrivain	Предисловие
J. de La Fontaine (1621-1695)	Préface
Molière (1622-1673)	Préface
J. Racine (1639-1699)	Préface
P. Scarron (1610-1660)	Avertissement, Préface
B. Constant (1767-1830)	Préface
J.J. Rousseau (1712-1778)	Préface
Th. Gautier (1811-1872)	Avant-propos

G. Sand (1804-1876)	Notice
E. Zola (1840-1902)	Note, Préface
Stendhal (1783-1842)	Avertissement
E. de Goncourt (1822-1896)	Préface
J. de Goncourt (1830-1870)	Préface
G. Arnaud (1917)	Avertissement
A. Gide (1969-1951)	Préface
A. Malraux (1904-1976)	Note
F. Mauriac (1885-1970)	Préface
A. France (1844-1924)	Préface
R. Rolland (1866-1944)	Préface, Avertissement au lecteur
J.-P. Sartre (1905-1980)	Note

Исследуемый материал демонстрирует, что писатели в своих произведениях используют разные термины для обозначения предисловий, например, такие авторы как Жан де Лафонтен, Мольер, Бенжамен Констан, Андре Жид и многие др. предпочитают термин *Préface*. Стендаль, Жорж Арно употребляют термин *Avertissement*. Ряд писателей используют в качестве предисловия термин *Note*, например, Эмиль Золя, Андре Мальро, Жан-Поль Сартр. В свою очередь, Жорж Санд употребляет в своих произведениях термин *Notice*. Некоторые писатели употребляют в своих произведениях несколько терминов, например, Эмиль Золя употребляет такие термины, как *Note* и *Préface*.

Проведенный анализ 27 предисловий из французских художественных произведений XVII–XX веков показывает, что большая часть писателей употребляют термин *préface* (17 употреблений; 42 %) [Короленко и др., 2013].

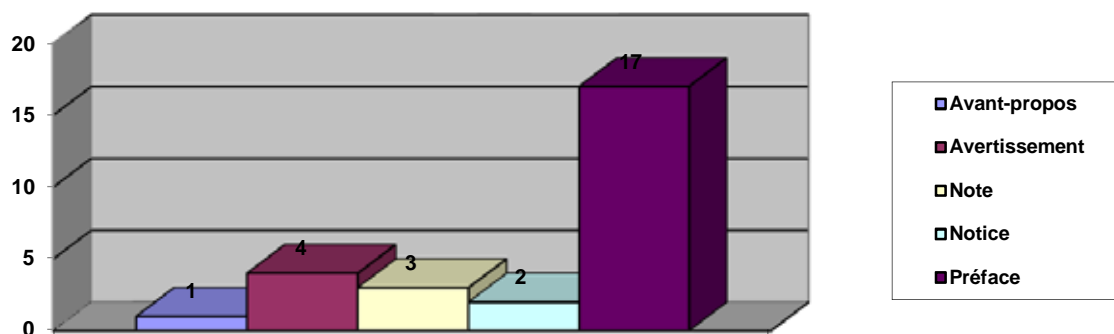


Рисунок 1 – Статистика употребления лексем, обозначающих предисловие

Автор ставит перед собой цель – раскрыть глубину основного текста произведения. В рамках презентации инновационного произведения выделяются следующие коммуникативные стратегии: а) стратегия самопрезентации; б) стратегия валоризации произведения; в) диалоговая стратегия; г) стратегия создания оптимальных условий для прочтения инновационного произведения. Считаем возможным для данной работы принять рассуждения И. В. Черниговой (2006) как ключевые для анализа

коммуникативных стратегий авторских предисловий. Рассмотрим некоторые из данных коммуникативных стратегий.

Присутствие автора, как создателя произведения, носит ярко выраженный характер в текстах предисловий [Короленко и др., 2013]. Рассмотрим комплекс языковых средств, с помощью которых реализуется *стратегия самопрезентации* в текстах предисловий к французским произведениям. Отмечается, что лингвисты употребляют различные термины для обозначения данной стратегии. Например, Е. Ф. Серебренникова использует термин «персонализация», С. Боннафу «*autodésignation*» (самообозначение, самоименование), И. Т. Касавин использует термин «самоименование» [Серебренникова, 1997; Vonnafous, 2002; Касавин, 2004; Короленко и др., 2013]. Данные термины применяются в качестве способа, служащего автору для самопрезентации в тексте как индивида, или члена авторского коллектива. Указывается на две основные категории, так называемые маркеры самообозначения – личные местоимения и именные группы. Так, активно используется личное приглагольное местоимение *je*. Например, в предисловиях к литературным произведениям читаем:

– *Voilà ce que j'ai voulu et voilà ce que j'accomplis* [Zola, 2012, p. 3].

– *Je n'ai pas voulu donner dans «La fin de la nuit» une suite à «Thérèse des Queyroux», mais le portrait d'une femme à son déclin, que j'avais peinte déjà du temps de sa jeunesse criminelle* [Mauriac, 1971, p. 7].

– *J'avouerai que j'ai eu la hardiesse de laisser aux personnages les aspérités de leurs caractères; mais, en revanche, je le déclare hautement, je déverse le blâme le plus moral sur beaucoup de leurs actions* [Stendhal, 1964, p. 36].

Первое лицо единственного числа показывает «авторерефлексивное самоопределение и осознание <...> акт самоименования обеспечивает психофизическое утверждение себя и интенциональный набросок поля ориентации» [Касавин, 2004, с. 386].

Притяжательные прилагательные первого лица (*ma, mon, mes*) играют важную роль в самообозначении автора, например:

– *Je pense avoir justifié suffisamment mon dessin : quant à l'exécution, le public en sera juge* [La Fontaine, 1847, p. 5].

– *Mon oeuvre me défendra* [Zola, 1993, p. 9].

Притяжательные прилагательные являются теми субъективно-центрическими построениями, исходной точкой которых является «я – субъект – человек», что предполагает структуру отношения «человек > мир» [Серебренникова, 1997, с. 57-60; Короленко и др., 2013]. В нашем случае, это отношение «я» – писатель, автор > «мир» – читатели. Таким образом, выражается субъективность автора.

Автор показывает свое отношение к высказываемому, употребляя личное приглагольное местоимение *je* с глаголами *личной пристрастности*, в терминологии Ю.М. Малиновича (2011):

– *Je me décide à joindre à ce volume l'arbre généalogique des Rougon-Macquart* [Zola, 2012, p. 3].

– *J' ai tenté aussi d'écrire les quelques pages de préface que tu me demandes, mais je n' y suis pas parvenu* [Clavel, 1971, p. 8].

Бытие/Сущее воспринимается, осознается гносеологическим Я-субъектом в результате его активной и в то же время креативной познавательной деятельности, его жизненного опыта, что и находит отражение в его высказываниях через арсенал языковых знаков. Важны при этом его интенции, установки на восприятие объективного мира – позитивные или негативные, которые говорящий использует в своей речи с ее истинностью и неистинностью [Малинович, 2011, с. 88].

Авторы произведений используют различные модальные слова и выражения, чтобы показать свое отношение к факту или его оценки. Отметим употребление таких глаголов, как *devoir, croire, regretter*. Наличие в высказывании специального модального показателя свидетельствует о коммуникативном намерении говорящего, а также выражает субъективную характеристику высказывания:

– *Je dois le suivre strictement, il est en même temps ma force et mon régulateur* [Zola, 2012, p. 3-4].

– *Tu le sais aussi bien que moi, je dois beaucoup plus à la fidélité de mon éditeur, des libraires et de mes lecteurs que je ne dois à la critique* [Clavel, 1971, p. 9].

Использование перформативных глаголов с подлежащим 1-го лица единственного числа, т.е. глаголов, применение которых в определенных ситуациях является действием: *promettre* (обещать), *assurer* (уверять), *estimer* (ценить, уважать, полагать), *demander* (просить), *confesser* (признавать), *avertir* (предупреждать), *juger* (судить) и др. Данные глаголы подчеркивают авторское намерение в предисловии [Карасик, 2002, с. 229].

В. И. Карасик предложил схему статусного значения глагола. Эта схема выглядит следующим образом: 1) некто, имея право, полномочия сделать что-либо (автор, как создатель произведения и авторского дискурса), имеет моральное право (предупредить); 2) делает это (предупреждает); 3) по отношению к кому-либо (к читателю); 4) с определенной целью (чтобы прояснить непонимание, которое возникло бы при прочтении инновационного произведения, чтобы лучше быть понятым) [там же, с. 215; Чернигова 2006].

Это утверждение можно изобразить в виде схемы (рис. 2):

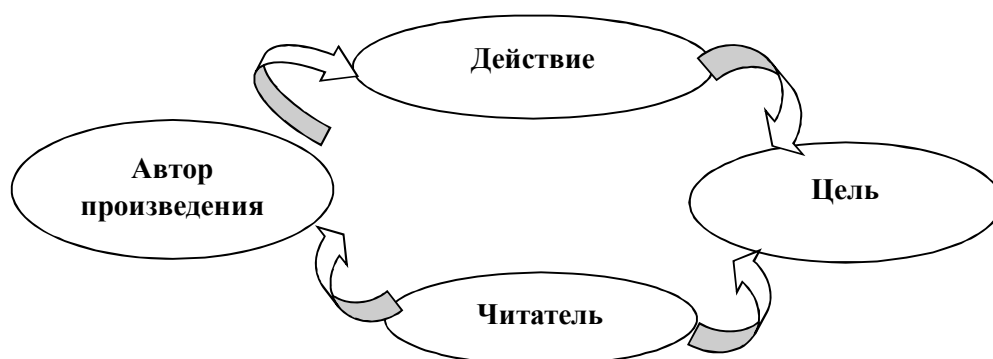


Рисунок 2 – Схема: статусное значение глагола в издательском дискурсе

В этой схеме можно выделить важный момент – право на совершение действия, которое базируется на авторитете писателя в связи с его [писателя] статусным положением в обществе, а также его компоненты действия: участники – читатели, способ и цель действия, как отмечает И. В. Чернигова (2006).

Данные глаголы представлены в предисловиях художественных произведений:

– *Une première fois, je fus prié de revoir le manuscrit, de le corriger, d' en récrire quelques parties* [Mirbeau, 1993, p. 13].

– *Cependant, la matière première resterait la même, et il est des moments où je me demande si le livre y gagnerait vraiment* [Clavel, 1971, p. 9].

– *Je confesse que j' ai eu tort* [Mirbeau, 1993, p. 13].

Еще одним признаком присутствия автора в предисловии являются выражения с признаками персональности в значении: *à mon avis, je suis d'avis, pour moi, à mon sens* и т.д.

– *Il en résulte, à mon sens, de grands enseignements et pour la Famille et pour la Maternité* [Balzac, 1994, p. 10].

– *Pour moi, je répète ici ce que j' ai dit dans la première préface: je n' ai fait poser personne pour esquisser ce portrait* [Sand, 1959, p. 19].

– *Pour moi, lorsque je te rouvre, c' est plus encore une apologie du dénuement, que j' y vois* [Gide, 1964, p. 12-13].

Важным при реализации тактики самопрезентации является использование «*игры на понижение*» (в терминологии О. С. Иссерс [Иссерс, 2012]) своей роли и статуса как адресанта. Следует отметить, что тем самым повышается роль адресата. Анализ авторских предисловий показывает, что данную технику самопрезентации активно используют авторы в XVII веке.

– *J' avais copié mes personnages d' après de l' Antiquité, je veux dire d' après Tacite* [Racine, 1993, p. 153].

В представленном примере стратегия самоуничужения выражается в использовании выражений с заниженной семантической самооценкой: *un peu plus d' indulgence, copié mes personnages d' après de l' Antiquité*. Таким образом, используя данную тактику, авторы стараются обратить внимание читателя на свое произведение, а не на самих себя.

Перейдем к рассмотрению тактик речевого воздействия на адресата, которые используют авторы в предисловии к художественным произведениям при реализации *стратегии валоризации*. Начнем с тактики «аргументация», которая нами рассматривается как способ валоризации произведения в глазах потенциального читателя с помощью убедительных аргументов, позволяющих представить определенное мнение о нем. Следует отметить, что аргументация представляет собой диалог, включающий не только «технику мышления», но и «технику убеждения» [Болдырева, 2003; Герасимова, 2011; Герасимова, 2015].

– *Mais, comme une grande partie des grâces qu' on y a m' importait qu' on ne les dépouillât pas de ces ornements; et je trouvais que le succès qu' elles avaient eu dans la représentation était assez beau pour en demeurer là* [Molière, 1995, p. 118].

– *C'est une oeuvre de vérité, le premier roman sur le peuple, qui ne mente pas et qui ait l'odeur du peuple* [Zola, 1993, p. 9].

– *La publication de ce document sera ma réponse à ceux qui m'ont accusé de courir après l'actualité et le scandale* [Zola, 2012, p. 3].

Авторы используют такие оценочные слова, как *succès, grâces, beau, vérité*, чтобы убедить читателя в полезности своего произведения. Стратегия валоризации заключается в том, что автор употребляет аксиологический аспект аргументации при помощи оценочного подбора аргументов, направленных на убеждение читателя.

В современной лингвистике многие ученые занимались проблемой оценки [Retrospective..., 2020; Оценочный вектор..., 2018; Лингвистический аксиологический..., 2018]. Например, романист Е. Ф. Серебренникова подчеркивает значение ценностей в жизни человека: «Способ удовлетворения потребностей и характер мотиваций к деятельности относятся к числу определяющих факторов «ценностной ориентации» человека» [Серебренникова, 2011, с. 8]. С ее точки зрения, ценность рассматривается как способность человека осознать необходимость и целесообразность чего-либо, а также способов достижения данного необходимого и желаемого, определяющего интересы, целевые установки и средства их достижения [Серебренникова, 2008, с. 9].

Обратимся к предисловиям художественных произведений, где автор обращает внимание на ценность произведения. Например, в произведении Жана де Лафонтена:

– *Mais ce n'est pas tant par la forme que j'ai donnée à cet Ouvrage qu'on en doit mesurer le prix, que par son utilité et par sa matière* [La Fontaine, 1847, p. 5].

В примере автор применяет лексему *utilité*, тем самым подчеркивая пользу содержания и сюжета произведения.

Так, Б. Констан в предисловии к роману «Adolphe» тоже говорит о пользе своего романа:

– *Une fois occupé de ce travail, j'ai voulu développer quelques autres idées qui me sont survenues et ne m'ont pas semblé sans certaine utilité* [Constant, 1973, с. 78].

– *Cette démonstration aurait bien eu son utilité; mais ce n'était pas là toutefois mon idée principale* [Constant, 1973, p. 75].

Считаем необходимым в нашем исследовании проанализировать 4 авторских предисловия XVII–XX веков с использованием контент-анализа и программы «Telechargement de tropes V8» (Tropes VF 8.4) следующие предисловия:

Molière «Les précieuses ridicules»;

В. Constant «Adolphe»;

Е. Zola «Une page d'amour»;

R. Rolland «Colas Breugnon».

Анализ показал, что в XVII–XX веках обозначенные авторские предисловия представляют собой аргументированный тип текста. Аргументация – это исследование предмета или явления, раскрытие их внутренних признаков, доказательство определенных положений [Валгина,

2003, 78]. Под аргументацией мы будем понимать особый тип речевой деятельности, с помощью которой осуществляется попытка речевого воздействия на адресата, чтобы предоставить ему самостоятельно принять решение о необходимости прочтения книги.

В анализируемых произведениях в авторских предисловиях присутствуют аргументированные выражения, что показано в следующей таблице:

Таблица 2 – Результаты контент-анализа – аргументированные конструкции

№	Писатель	Кол-во аргументированных предложений
1	Molière	16
2	B. Constant	9
3	E. Zola	7
4	R. Rolland	13

В XVII–XVIII веках авторы используют лексему *préface*, в XIX веке на первый план выходит *note*, а в XX веке – *avertissement*. Три лексемы используются для обозначения данного паратекстового образования. Нужно отметить, что в значении данных лексем подчеркивается *презентационная функция* предисловия следующих выражений «*présenter au lecteur*», «*attirer l'attention du lecteur*».

Результаты контент-анализа показывают, что в предисловии активно используется местоимение 1 л. для самообозначения автора в текстах предисловий. Результаты можно представить следующим образом:

Таблица 3 – Результаты контент-анализа – самообозначение автора

№	Писатель	Je	Tu	Il	Nous	Vous	Ils
1	Molière	51,1%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	6,2%
2	B. Constant	33,9%	0,0%	9,7%	0,0%	0,0%	14,5%
3	E. Zola	63,3%	0,0%	21,7%	0,0%	0,0%	2,2%
4	R. Rolland	51,1%	10,6%	17,0%	2,1%	2,1%	10,6%

Следует отметить, что в предисловиях доминирующим местоимением является 1 л., ед. ч. (*Je*). Контент-анализ показывает количество употреблений личных местоимений:

Таблица 4 – Результаты контент-анализа – употребление личных местоимений

№	Писатель	Je	Tu	Il	Nous	Vous	Ils
1	Molière	40	0	5	0	0	4

2	B. Constant	21	0	6	0	0	9
3	E. Zola	29	0	10	0	0	1
4	R. Rolland	24	5	8	1	1	5

Притяжательные прилагательные первого лица (*ma, mon, mes*) выражают присутствие автора в авторских предисловиях, результаты можно увидеть в следующей таблице:

Таблица 5 – Результаты контент-анализа – притяжательные прилагательные

№	Писатель	Количество употреблений	Примеры
1	Molière	6	<i>ma comédie, mes confrères, mon ouvrage</i>
2	B. Constant	3	<i>mes lecteurs, mon héros, ma intention</i>
3	E. Zola	7	<i>mon plan, mes personnages, ma réponse,</i>
4	R. Rolland	7	<i>ma mesure, ma jeunesse, mes propres pensées</i>

Использование модальных слов и выражений, таких как *je dois, je crois, je regrette, il est vrai, à vrai dire* и др., которые также подчеркивают коммуникативную интенцию автора:

Таблица 6 – Результаты контент-анализа – модальные конструкции

№	Писатель	Количество употреблений	Примеры
1	Molière	6	<i>je veuille faire, je dois croire, je ne voulais pas</i>
2	B. Constant	3	<i>j'ai voulu développer, J'ai voulu peindre, j'ai voulu tracer</i>
3	E. Zola	6	<i>Je regrette, je ne pouvais poser, Je dois le suivre</i>
4	R. Rolland	6	<i>Il m'a fallu, je croyais endormi, Je n'ose croire</i>

Таким образом, авторы изучаемого периода используют различные стратегии в своих предисловиях, чтобы привлечь читателя к своему произведению.

Заключение

Таким образом, следует отметить, что предисловие выступает в качестве предварительного соглашения между создателем и читателем произведения, которое выражается в стратегическом подходе автора к адаптации нового в жанровом отношении произведения. Автор использует свой социальный и филологический авторитет для укрепления престижа новых литературных жанров. Присутствие автора в тексте предисловия проявляется в комплексе языковых средств и коммуникативных стратегий, развиваемых им как субъектом коммуникации. В рамках презентации инновационных произведений автор использует следующие коммуникативные стратегии, реализующиеся посредством различных коммуникативных тактик и приемов: стратегию самопрезентации, стратегию валоризации произведения.

Библиографический список

- Болдырева А. А.* Способы достижения взаимопонимания в процессе научного общения / А. А. Болдырева // Проблема взаимопонимания в диалоге: сб. науч. тр. Воронеж: ВГПУ, 2003. С. 34–41.
- Валгина Н. С.* Теория текста: учеб. пособие / Н. С. Валгина. М.: Логос, 2003. 280 с.
- Викулова Л. Г.* Волшебная французская литературная сказка конца XVII – начала XVIII века: прагмалингв. аспект: монография / Л. Г. Викулова; М-во образования РФ, Иркут. гос. лингв. ун-т. Иркутск: Изд-во Иркут. лингв. ун-та, 2001а. 286 с.
- Викулова Л. Г.* Издательский дискурс в системе общения «Автор – Издатель – Читатель» / Л. Г. Викулова // Вестник ИГЛУ. Серия «Филология». 2012. № 2ю (18). С. 63–68.
- Викулова Л. Г.* Личность издателя как медиатора в литературной коммуникации / Л. Г. Викулова // Личность и модусы ее реализации в языке: коллектив. моногр.: посвящается юбилею Ю. М. Малиновича / [отв. ред. С. А. Хахалова]; РАН, Ин-т языкознания, Иркут. гос. лингв. ун-т. М.: Ин-т языкознания РАН; Иркутск: Изд-во Иркут. лингв. ун-та, 2008. С. 188–206.
- Викулова Л. Г.* Паратекст французской литературной сказки (прагмалингвистический аспект): дис. д-ра филол. наук: 10.02.05 / Л. Г. Викулова. Иркутск, 2001б. 363 с.
- Герасимова С. А.* Учебно-дидактический текст в педагогической коммуникации: лингвопрагматический аспект: монография / С. А. Герасимова. М.: МГПУ, 2015. 223 с.
- Герасимова С. А.* Коммуникативный потенциал методической записки как жанра учебно-дидактического дискурса: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.19 / С. А. Герасимова; Моск. гор. пед. ун-т. М., 2011. 25 с.
- Игнатъева Т. Г.* Презентационный дискурс в диахроническом тексте / Т. Г. Игнатъева // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2019. № 4 (36). С. 59–67.
- Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография / О. С. Иссерс. М.: УРСС, 2012. 288 с.
- Карасик В. И.* Язык социального статуса / В. И. Карасик. М.: Гнозис, 2002. 333 с.
- Касавин И. Т.* Анализ повседневности / И. Т. Касавин, С. П. Щавелев. М.: Канон +, 2004. 432 с.
- Короленко О. И.* Книга как продукт французского издательского дискурса (диахронический аспект) / О. И. Короленко, Л. Г. Викулова // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 6 (22). С. 125–128.
- Короленко О. И.* Языковые средства самопрезентации автора в авторских предисловиях французских художественных произведений XVII–XX веков / О. И. Короленко, Л. Г. Викулова // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 4 (32). С. 61–64.

Лингвистический аксиологический анализ лексем *valeur* / *value*: сравнительно-сопоставительный подход / Л. Г. Викулова, Е. Ф. Серебренникова, О. В. Вострикова, С. А. Герасимова // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2018. № 1. С. 3–13.

Лихачев Д. С. Текстология (на материале русской литературы X–XVII вв.) / Д. С. Лихачев. СПб.: Алетейя, 2001. 759 с.

Малинович Ю. М. Иерархия ценностей внешнего мира и внутреннего мира человека / Ю. М. Малинович // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценност. смыслов: коллектив. моногр. / [отв. ред. Л. Г. Викулова]. М., 2011. Гл. 3. С. 77–98.

Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: коллективная монография / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. М.: Флинта, 2019. 164 с.

Оценочный вектор рецензии в музыкальном дискурсе / Л. Г. Викулова, А. В. Щепилова, О. В. Вострикова, Н. Л. Шевченко, Н. Б. Касьянова // Язык и культура. 2018. № 42. С. 39–59.

Серебренникова Е. Ф. Способы представления лица личными местоимениями во французском языке: монография / Е. Ф. Серебренникова. Иркутск: ИГУ, 1997. 196 с.

Серебренникова Е. Ф. Аспекты аксиологического лингвистического анализа / Е. Ф. Серебренникова // Этносемиотика ценностных смыслов: [коллектив. моногр.] / [авт.: Л. Г. Викулова и др.]. – Иркутск, 2008. Гл. 1. С. 8–31.

Серебренникова Е. Ф. Аспекты аксиологического лингвистического анализа / Е. Ф. Серебренникова // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценност. смыслов: коллектив. моногр. / [отв. ред. Л. Г. Викулова]. М.: 2011. Гл. 1. С. 7–26.

Ухова Л. В. «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции / Л. В. Ухова // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 71–82.

Ухова, Л. В. Стереотипность и креативность рекламного текста: к вопросу об эффективности коммуникации / Л. В. Ухова // Стереотипность и творчество в тексте: межвузовский сборник научных трудов / под редакцией М. П. Котуровой; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Пермь, 2012. С. 163–172.

Чернигова И. В. Коммуникативный потенциал паратекста французских художественных произведений XVI–XVII веков: на материале авторских и издательских предисловий: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05 / И. В. Чернигова; Иркут. гос. лингвистич. ун-т. Иркутск, 2006. 20 с.

Якоба И. А. Когнитивно-коммуникативная параметризация медийного дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Якоба Ирина Александровна. Иркутск, 2020. 399 с.

Bonnafous S. Autodésignation / S. Bonnafous // Dictionnaire d'Analyse du Discours. Paris : Editions du Seuil, 2002. P. 76.

Genette G. Seuils / G. Genette. Paris: Le Seuil, 1987. 426 p.

Retrospective semiometrics of the sign *valeur* / L. G. Vikulova, E. G. Tareva, S. A. Gerasimova, V. A. Rayskina, E. F. Serebrennikova // XLinguae. 2020. T. 13. № 1. P. 169–183.

Источники

Balzac H. de. A Monsieur Charles Nodier / H. de Balzac // La Rabouilleuse / H. De Balzac. Paris: Booking International, 1994. P. 10–11.

Boileau N. Préface de 1701 / N. Boileau // Satires, Epîtres, Art Poétique / N. Boileau. Paris: Gallimard, 1985. P. 49–55.

Clavel B. Préface / B. Clavel // L'ouvrier de la nuit / B. Clavel. Paris: Robert Laffont, 1971. P. 7–13.

Constant B. Préface / B. Constant // Adolphe / B. Constant. Moscou: Editions du Progres, 1973. P. 73–82.

Gide A. Préface / A. Gide // Les nourritures terrestres suivi Les nouvelles nourritures / A. Gide. Paris : Gallimard, 1964. P. 11–13.

- La Fontaine J.* Préface / J. La Fontaine // *Fables* / J. La Fontaine. Paris: Furne et C., 1847. P. 3–8.
- Mauriac F.* Préface / F. Mauriac // *La fin de la nuit* / F. Mauriac. Paris: Bernard Grasset, 1971. P. 7–8.
- Mirbeau O.* Préface / O. Mirbeau // *Le Journal d'une femme de chambre* / O. Mirbeau. Paris: Booking International, 1993. P. 13.
- Molière.* Préface / Molière // *Les précieuses ridicules* / Molière. Paris: PML, 1995. – P. 118–119.
- Racine J.* Première préface, Seconde préface / J. Racine // *Andromaque, Iphigénie, Britannicus* / J. Racine. – Paris: Booking International, 1993. P. 147–155.
- Sand G.* Notice / G. Sand // *Horace* / G. Sand. Moscou: Edition en langues étrangères, 1959. P. 19.
- Stendhal.* Avertissement / Stendhal // *La chartreuse de parme* / Stendhal. Paris: Garnier-Flammarion, 1964. P. 35–36.
- Zola E.* Préface / Zola // *L'assommoir* / E. Zola. Paris: Booking International, 1993. P. 9–10.
- Zola E.* Note / Zola // Одна страница любви: книга для чтения на франц. яз. / Э. Золя. СПб.: Антология, 2012. С. 3–4.

References

- Boldyreva A. A.* (2003) Ways to achieve mutual understanding in the process of scientific communication [Sposoby dostizhenija vzaimoponimaniya v processe nauchnogo obshhenija] *Problema vzaimoponimaniya v dialoge: sb. nauch. tr.* Voronezh: VGPU, 2003, pp. 34–41.
- Bonnafous S.* (2002) *Autodésignation Dictionnaire d'Analyse du Discours*. Paris: Editions du Seuil, p. 76.
- CHernigova I. V.* (2006) The communicative potential of the paratext of French works of art of the XVI–XVII centuries: based on the material of author's and publisher's prefaces [Kommunikativnyj potencial parateksta francuzskih hudozhestvennyh proizvedenij XVI–XVII vekov: na materiale avtorskih i izdatel'skih predislovij]: abstract of the dissertation of the Candidate of Philology: 10.02.05. Irkutsk, 20 p.
- Genette G.* (1987) *Seuils*. Paris: Le Seuil, 426 p.
- Gerasimova S. A.* (2011) The communicative potential of a methodical note as a genre of educational and didactic discourse [Kommunikativnyj potencial metodicheskoy zapiski kak zhanra uchebno-didakticheskogo diskursa]: abstract of the dissertation ... of the Candidate of Philology: 10.02.19. Moscow, 25 p.
- Gerasimova S. A.* (2015) Educational and didactic text in pedagogical communication: linguopragmatic aspect [Uchebno-didakticheskij tekst v pedagogicheskoj kommunikacii: lingvopragmaticheskij aspekt]: monograph. Moscow: MGPU, 223 p.
- Ignat'eva T. G.* (2019) Presentation discours in diachronic text [Prezentacionnyj diskurs v diahronicheskom tekste] *Bulletin Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filologiya. Teoriya yazyka. YAzykovoje obrazovanie*, 4 (36), 59–67.
- Issers O. S.* (2012) Communicative strategies and tactics of Russian speech [Kommunikativnye strategii i taktiki ruskoj rechi] : monograph. Moscow: URSS, 288 p.
- Karasik V. I.* (2002) Language of social status [Jazyk social'nogo statusa]. Moscow: Gnozis, 333 p.
- Kasavin I. T., Shhavelev S. P.* (2004) Analysis of everyday life [Analiz povsednevnosti]. Moscow: Kanon +, 432 p.
- Korolenko O. I., Vikulova L. G.* (2013) The book as a product of the French publishing discourse (diachronic aspects) [Kniga kak produkt francuzskogo izdatel'skogo diskursa (diahronicheskij aspekt)] *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya*, 6 (22), 125–128.
- Korolenko O. I., Vikulova L. G.* (2014) Language means of the author's self-presentation in the prefaces of XVII–XX century [Jazykovye sredstva samoprezentacii avtora v avtorskih predislovijah francuzskih hudozhestvennyh proizvedenij XVII–XX vekov] *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya*, 4 (32), 61–64.

- Lihachev D. S. (2001) Textual studies (based on the material of Russian literature of the X-XVII centuries) [Tekstologija (na materiale ruskoj literatury X–XVII vv.)]. Saint Petersburg: Aletejya, 759 s.
- Malinovich YU. M. (2011) Hierarchy of values of the external world and the inner world of man [Ierarhija cennostej vneshnego mira i vnutrennogo mira cheloveka] *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya cennost. smyslov: kollektiv. monogr.* Moscow, gl. 3, pp. 77–98.
- Marketing linguistics. Patterns of the promoting text (2019) [Marketingovaja lingvistika. Zakonomernosti prodvigajushhego teksta]: a collective monograph. Moscow: Flinta, 164 p.
- Serebrennikova E. F. (2008) Aspects of axiological linguistic analysis [Aspekty aksiologicheskogo lingvisticheskogo analiza] *Etnosemiometriya cennostnyh smyslov: kollektiv. monogr.* Irkutsk, gl. 1, pp. 8–31.
- Serebrennikova E. F. (1997) Ways of representing a person by personal pronouns in French [Sposoby predstavlenija lica lichnymi mestoimenijami vo francuzskom jazyke]: monograph. Irkutsk: IGU, 196 s.
- Serebrennikova E. F. (2011) Aspects of axiological linguistic analysis [Aspekty aksiologicheskogo lingvisticheskogo analiza] *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya cennost. smyslov: kollektiv. monogr.* – Moscow, gl. 1, pp. 7–26.
- Uhova L. V. (2018) "Promoting text": notion, features function [«Prodvigajushhij tekst»: ponjatie, osobennosti, funkcii] *Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik*, 3, 71–82.
- Uhova, L. V. (2012) Stereotyping and creativity of advertising text: on the issue of communication effectiveness [Stereotipnost' i kreativnost' reklamnogo teksta: k voprosu ob effektivnosti kommunikacii] *Stereotipnost' i tvorcestvo v tekste: mezhvuzovskij sbornik nauchnyh trudov.* Perm', pp. 163–172.
- Valgina N. S. (2003) Text theory [Teorija teksta]: textbook / N. S. Valgina. Moscow: Logos, 280 s.
- Vikulova L. G. (2001a) Magical French literary fairy tale of the end of the XVII - beginning of the XVIII century: pragmalingv. aspect [Volshebnaia francuzskaja literaturnaja skazka konca XVII – nachala XVIII veka: pragmalingv. aspekt]: monograph. Irkutsk: Izd-vo Irkut. lingv. un-ta, 286 p.
- Vikulova L. G. (2001b) Paratext of a French literary fairy tale (pragmalinguistic aspect) [Paratekst francuzskoj literaturnoj skazki (pragmalingvisticheskij aspekt)]: dissertations ... Doctor of Philology: 10.02.05. Irkutsk, 363 p.
- Vikulova L. G. (2008) Personality of the publisher as a mediator in literary communication [Lichnost' izdatelja kak mediatora v literaturnoj kommunikacii] *Lichnost' i modusy ee realizacii v jazyke: kollektiv. monogr.: posvyashchaetsya yubileyu YU. M. Malinovicha.* Irkutsk: Izd-vo Irkut. lingv. un-ta, pp. 188–206.
- Vikulova L. G. (2012) The publishing discourse in communication system "Author – Publisher – Reader" [Izdatel'skij diskurs v sisteme obshhenija «Avtor – Izdatel' – Chitatel'»] *Bulletin IGLU. Seriya «Filologiya»*, 2yu (18), 63–68.
- Vikulova L. G., Serebrennikova E. F., Vostrikova O. V., Gerasimova S. A. (2018) Linguistic axiological analysis of tokens 'valeur / value': a comparative approach [Lingvisticheskij aksiologicheskij analiz leksem valeur / value: sravnitel'no-sopostavitel'nyj podhod] *Filologicheskie nauki. Nauchnye doklady vysshej shkoly.* 2018. № 1. S. 3–13.
- Vikulova L. G., Shchepilova A. V., Vostrikova O. V., Shevchenko N. L., Kas'yanova N. B. (2018) The evaluation vector of a review in musical discourse [Ocenochnyj vektor recenzii v muzykal'nom diskurse] *Jazyk i kul'tura*, 42, 39–59.
- Vikulova L. G., Tareva E. G., Gerasimova S. A., Rayskina V. A., Serebrennikova E. F. (2020) Retrospective semiometrics of the sign valeur *XLinguae*, T. 13, 1, 169–183.
- Yakuba I. A. (2020) Cognitive-communicative parameterization of media discourse [Kognitivno-kommunikativnaja parametrizacija medijnogo diskursa]: dissertations ... Doctor of Philology: 10.02.19. Irkutsk, 399 p.

Sources

- Balzac H. de.* (1994) A Monsieur Charles Nodier *La Rabouilleuse*. Paris: Booking International, pp. 10–11.
- Boileau N.* (1985) Préface de 1701 *Satires, Epîtres, Art Poétique*. Paris: Gallimard, pp. 49–55.
- Clavel B.* (1971) Préface *L'ouvrier de la nuit*. Paris: Robert Laffont, pp. 7–13.
- Constant B.* (1973) Préface *Adolphe*. Moscou: Editions du Progres, pp. 73–82.
- Gide A.* (1964) Préface *Les nourritures terrestres suivi Les nouvelles nourritures*. Paris: Gallimard, pp. 11–13.
- La Fontaine J.* (1847) Préface *Fables*. Paris: Furne et C., pp. 3–8.
- Mauriac F.* (1971) Préface *La fin de la nuit*. Paris: Bernard Grasset, pp. 7–8.
- Mirbeau O.* (1993) Préface *Le Journal d'une femme de chambre*. Paris: Bookking International, pp. 13.
- Molière.* (1995) Préface *Les precieuses ridicules*. – Paris: PML, pp. 118–119.
- Racine J.* (1993) Première préface, Seconde préface *Andromaque, Iphigénie, Britannicus*. Paris: Booking International, pp. 147–155.
- Sand G.* (1959) Notice *Horace*. Moscou: Edition en langues étrangères, 1959, p. 19.
- Stendhal.* (1964) Avertissement *La chartreuse de parme*. Paris: Garnier-Flammarion, 1964, pp. 35–36.
- Zola E.* (1993) Préface *L'assommoir* / E.Zola. – Paris : Bookking International, 1993. – P. 9–10.
- Zola E.* (2012) Note *Odna stranica lyubvi: kniga dlya chteniya na franc. yaz.* Saint Petersburg: Antologiya, pp. 3–4.