

МОТИВ ТОРГОВЛИ В ПОВЕСТИ Н. В. ГОГОЛЯ «СОРОЧИНСКАЯ ЯРМАРКА»

В статье представлен анализ лексических средств формирования мотива первого плана во взаимосвязи с мотивами второго плана в повести Н. В. Гоголя «Сорочинская ярмарка». Также на основании полученных корреляций выявляется специфика авторского мировоззрения, нашедшего отражение в мотивном комплексе.

Ключевые слова: художественный текст, мотив, авторское мировоззрение.

Мотив, как текстовая категория, отражающая авторское мировоззрение, изучается многими литературоведами и лингвистами на материале художественных произведений разных писателей и поэтов [см., например, Вершинина, 2008; Краснова, 2008; Шанталиа, 2007; Никашина, 2010 и др.]. Исследователи разрабатывают теорию и методику анализа мотивов, используя разнообразные подходы к изучению данного понятия и разрабатывая аналитический инструментарий мотивики. При достигнутых результатах изучения мотива тем не менее сохраняется потребность как в уточнении самого понятия, так и в разработке и совершенствовании методики его анализа. Достижению этих задач способствует исследование мотивов в конкретных художественных текстах и обобщение полученных научных выводов.

Цель статьи – провести анализ языковых средств формирования одного из ведущих мотивов повести Н. В. Гоголя «Сорочинская ярмарка» – мотива **торговли** – в его взаимосвязи с мотивами второго плана и выявить особенности авторского мировоззрения, отраженные в рассматриваемом мотивном комплексе. Для достижения цели используются методы сплошной выборки, когнитивного, контекстуального, статистического, описательного анализа языковых единиц и их дефиниций.

Объектом исследования является собственно авторская речь (не включающая речь персонажей), организованная с точки зрения наблюдателя. Наблюдатель – один из трех типов повествователя (наряду с формальным рассказчиком и отвлеченным авторским сознанием), выделенный нами при анализе субъектной организации авторского повествования в повестях Н. В. Гоголя (цикл «Вечера на хуторе близ Диканьки») [Салтымакова, 2014].

Когнитивный анализ речевой структуры, организованной с точки зрения наблюдателя, позволил выявить ядерные и периферийные смыслы, формирующие мотивы. С этой целью была проанализирована частотность, повторяемость лексических единиц, их взаимосвязь и взаимодействие и особенности сочетаемости, в результате чего языковые средства были объединены в лексико-тематические группы (ЛТГ). Далее мотивы дифференцировались на мотивы первого плана и мотивы второго плана по двум критериям: 1) сюжетообразующая роль мотива; 2) семантическая валентность мотивов.

Исследование показало, что в речевом плане наблюдателя семантически наиболее нагруженными (ведущими) оказались мотивы дороги (пути), торговли, любви, сатаны – все четыре мотива развивают основные сюжетные линии повести и имеют одинаковую семантическую валентность: связаны между собой как на эксплицитном, так и на имплицитном уровнях и воплощают идейно-эстетический план повестей. Мотивы второго плана (это мотивы времени суток, встречи, красоты природы, питья, смеха/веселья, свадьбы/супружеских отношений, человеческой внешности, страха) преимущественно связаны с ведущими мотивами, а не между собой, углубляют их, обнаруживают их взаимодействие.

Ранее нами уже было представлено описание трех ведущих мотивов повести Н. В. Гоголя «Сорочинская ярмарка»: дороги (пути), любви, сатаны. Настоящая статья посвящена рассмотрению языковой организации мо-

тива **торговли**. Он реализуется как лексемами, непосредственно относящимися к торговле, так и лексемами и сочетаниями слов, контекстуально и ассоциативно образующими семантический компонент торговли. Частотность употребления лексем указана в скобках.

Ядро лексико-семантического поля (ЛСП) мотива торговли образует ключевое слово *ярмарка* (8), не только встречающееся в речевом плане наблюдателя, но и представленное в заглавии повести, что делает данное слово максимально семантически нагруженным. Кроме того, однократно употребляется однокоренной адъектив *ярмарочный* (*ярмарочная ресторация*). В толковании, приведенном в словаре В. И. Даля, *ярмарка* – это «большой сельский базар» [Даль, 2007, т. IV, с. 678]. Определяющим понятием является лексема *базар*, которая не встречается в речевом плане наблюдателя, однако оказывается важной для понимания значения ключевого слова. Базар – многозначное слово, обозначающее, во-первых, «торговлю на открытом месте; торжище, торг, рынок; самое место или площадь торгова», а во-вторых, – «крик, гам, шум, содом» [Даль, 2007, т. I, с. 37]. В повести Н. В. Гоголя реализуются оба значения слова.

Также ядро ЛСП мотива торговли представлено ЛТГ субстантивов, называющих:

1) торговые места и заведения – *ятка* (4), *лавка* (1), *шатры* (1), *шиннок* (1), *ресторация* (1);

2) субъектов торговли – *негоцианты* (3), *купцы* (1), *продавец* (1), *продавица* (1), *торговки* (1), *чумаки* (1), *перекупки* (2), *шинкарка* (2);

3) понятия, относящиеся к процессу торговли – *продажа* (2), *цены* (1).

Периферийное поле мотива торговли представлено наименованиями транспорта, на котором доставляется товар, – *воз* (15), упаковки для товара – *мешки* (3), гиперонимом *товар* (4). Также ЛСП мотива торговли расширяется лексико-тематической группой «наименование товаров и покупок»: *горшки* (5), *пшеница* (5), *кобыла* (5), *соль* (1), *рыба* (1), *миска* (1), *макитра*

(1), *пенька* (1), *полотно* (1), *мука* (2), *ленты* (1), *серьги* (1), *кресты* (1), *дукаты* (1), *сулеи* (1), *бутыли* (1), *фляжки* (2), *люлька* (1), *платок* (1), *шапка* (1), *дыни* (1), *арбузы* (1), *тыквы* (1), *бублики* (2), *овцы* (1), *лошади* (1), *гуси* (1), *зеркало* (1). Также употреблено словосочетание, метафорически называющее горшки и миски, – *глиняные щеголи и кокетки* (1).

Субстантивы, относящиеся к перечисленным ЛТГ, создают атмосферу большой ярмарки, на которой можно купить всевозможные товары. Размах ярмарки подчеркивается существительными *горы* и *флотилия*, которые в контексте приобретают значение «много»: *горы* (2) горшков, *горы* (1) дынь, арбузов и тыкв; многочисленная *флотилия* (1) сулей, бутылей, фляжек всех родов и возрастов.

Кроме субстантивных единиц, ЛСП мотива торговли представлено прилагательными и причастиями, характеризующими товары: *расписанная* ярко миска, *красные* ленты / товары, *оловянные*, *медные* кресты и дукаты, *зеленые* фляжки и чарки, *цветистый* платок, *получшая* деревянная люлька в *медной щегольской* оправе, *лакомый* товар, *маленькое* зеркало, *обклеенное* *красною* бумагою, *купленное* ею на ярмарке. Определения показывают разноцветье ярмарочных товаров, их притягательность для покупателей. Ценность товаров подчеркивается наименованиями *роскошь* (местами только какая-нибудь расписанная ярко миска или макитра хвастливо выказывалась из высоковозгроможденного на возу плетня и привлекала умиленные взгляды поклонников *роскоши*), *драгоценности* (много прохожих поглядывало с завистью на высокого гончара, владельца сих *драгоценностей*), а также сравнивая товар с драгоценным металлом (*горы* дынь, арбузов и тыкв казались вылитыми из *золота* и темной меди).

Наконец, ЛСП мотива торговли расширяется глаголами и наречиями, дополняющими описание ярмарки. Приведем наиболее значимые лексемы в контексте их употребления. Мужик... *давно* уже *толкался* в народе; *подходил* к одному возу, *щупал* другой, *применивался* к ценам; а между тем

мысли его *ворочались безостановочно* около десяти мешков пшеницы; ей *не слишком приятно тереться* около возов с мукою; парубок отправился по рядам с красными товарами... *выглядывать* лучшую деревянную люльку в медной щегольской оправе; ярмарка *зашумела*; овцы *заблеяли*, лошади *заржали*; крик гусей и торговок *понесся снова* по всему табору.

Языковые средства, образующие ЛСП мотива торговли, передают атмосферу водоворота сельской ярмарки, шумной, яркой, богатой товарами и эмоциями.

Анализ материала показывает, что мотив торговли связан с такими мотивами второго плана, как мотив времени суток, питания, свадьбы / супружеских отношений, смеха / веселья. Рассмотрение мотивов во взаимосвязи позволяет определить в каждом из них дополнительные смыслы, актуализированные в контексте, и через совокупность таких смыслов глубже понять идейный замысел автора.

Во взаимосвязи с мотивом торговли мотив **времени суток** реализуется языковыми средствами, образующими ядерную зону и зону периферии. К ядерной зоне относятся субстантивы *утро* (3 употребления), *день* (2), *полдень* (1), непосредственно номинирующие время суток, когда начинается и идет торговля, а также *солнце* (2) и *свет* (1). К этой же группе относятся лексемы, называющие признаки, состояние, действия, характеризующие субстантивы: *свежесть* (утра), *угасающий*, *пленительно и ярко румянился* (день), *показавшееся*, *усталое*, *уходило*, *спокойно пропылав* (солнце), *огненно-розовый* (свет), а также признаки и действия, источником которых является *свет солнца*: *ослепительно блистали*, *осененные*, *горели*, *огненные*, *казались вылитыми из золота и темной меди*.

К зоне периферии мотива времени суток относятся языковые средства, называющие поведение людей и животных, соответствующее времени суток. Утро: *пробудившиеся Сорочинцы*, *клубы дыму со всех труб понесли*, ярмарка *зашумела*, овцы *заблеяли*, лошади *заржали*, крик гусей и

торговок понесся снова по табору. День и вечер: глухо шумевший народ, говор приметно становился реже и глуше, усталые языки перекупок, мужиков и цыган ленивее и медленнее поворачивались, где-где начинал сверкать огонек, благовонный пар от варившихся галушек разносился по утихавшим улицам.

Анализ лексических средств, реализующих мотив времени суток в его взаимосвязи с мотивом торговли, показывает, что торговля начинается утром, активизируется днем и к вечеру утихает, так как люди уже устали.

Мотив **пития** в связи с мотивом торговли вербализируется лексическими единицами, которые называют хмельные заведения, сосуды, из которых народ пьет, а также состояние людей под действием хмеля: ярмарочная ресторация – под яткою у жидовки, усеяною многочисленной флотилией сулей, бутылей, фляжек всех родов и возрастов; зеленые фляжки и чарки на столах у шинкарки; продавица бубликов, которой подвижная лавка была рядом с яткою шинкарки, раскланивалась весь день без надобности и писала ногами совершенное подобие своего лакомого товара; кума немного поразобрало; гости были в веселом расположении духа. Несколькими штрихами наблюдатель показывает, что питье сопровождает торговлю, и вместе оба мотива создают образ торговли-праздника, ярмарочного гуляния.

Мотив **свадьбы / супружеских отношений** проявляется в эпизоде, когда Грицько отправляется покупать свадебные подарки: парубок отправился по рядам с красными товарами <...> выглядывать получшую деревянную люльку в медной щегольской оправе, цветистый по красному полю платок и шапку для свадебных подарков тестю и всем, кому следует. Данный эпизод не только углубляет мотив торговли – дает представление о торговле как об источнике подарков на свадьбу, но и характеризует Грицько. Сказуемое отправился выглядывать говорит о том, что он не просто желает свадьбы с Параской, но относится к обряду ответственно,

определения *получшую, щегольская, цветистый*, имеющие положительную окраску, а также словосочетание *тестю и всем, кому следует*, свидетельствуют о том, что парубок довольно состоятельный и щедрый – ему не жалко денег на подарки, а кроме того, он уважительно относится к будущему тестю и гостям на свадьбе.

Мотив **смеха / веселья** во взаимосвязи с мотивом торговли проявляется в реакции Параски на происходящее на ярмарке: *ее смешило до крайности, как цыган и мужик били один другого по рукам, вскрикивая сами от боли; как пьяный жид давал бабе киселя; как поссорившиеся перекупки перекидывались бранью и раками; как москаль, поглаживая одною рукою свою козлиную бороду, другою...*

Смех героини вызван поведением людей на ярмарочной площади. Комический эффект достигается использованием таких приемов, как реализация в контексте прямого и переносного значения разговорного фразеологического оборота *бить по рукам* («заключать соглашение, сделку» [Фразеологический словарь русского литературного языка]) и соединение его с приемом преувеличения *вскрикивая сами от боли*; использование экспрессивно-просторечного фразеологического оборота *давать киселя* («бить, ударять кого-либо коленом сзади» [Фразеологический словарь русского литературного языка]); намеренное нарушение логических отношений при объединении слов в ряд однородных членов *перекидывались бранью и раками*.

Данные стилистические приемы на языковом уровне создают атмосферу возбуждения, азарта, суматохи, царящих во время торговли на ярмарке, и реализуют мотив смеха/веселья.

Анализ лексических средств рассматриваемого мотивного комплекса позволяет утверждать, что в тексте повести «Сорочинская ярмарка» не только реализуются прямое и переносное значение субстантивной пары ярмарка-базар («торговля, место или площадь торга» – «крик, гам, шум,

содом»)), но и создаются дополнительные смысловые корреляции, обусловленные, несомненно, авторским восприятием ярмарки.

Так, языковые средства, образующие ЛСП мотива торговли, изображают обстановку, в которой происходят неожиданные и невероятные события повести, создают атмосферу водоворота сельской ярмарки. В модальном рисунке актуализируются следующие ключевые смыслы: ярмарка – значительное событие, ярмарка – роскошь, ярмарка – праздник, бойкая торговля длится с утра и до самого вечера, ярмарка – место, где продаются всевозможные товары, там можно купить подарки, ярмарка – суматоха, где происходит много смешного и забавного.

Таким образом, языковые средства формирования мотивов, а также обнаруженные между ними взаимосвязи как эксплицитно, так и имплицитно раскрывают реализованную в речевой структуре авторского повествования аксиологическую систему Н. В. Гоголя-автора как носителя концепции произведения, которая, несомненно, является частью мировоззрения писателя.

Библиографический список

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. – Москва: Рус. яз., 2007.

Вершинина Н. В. Система мотивов в поэтическом мире А. А. Фета. – Улан Удэ: БГУ, 2008. – 167 с.

Краснова Н. А. К проблематике анализа системы мотивов художественного произведения // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2008. – №1. – С.245-250.

Никашина Н. В. Композиционно-речевая структура прозы А. П. Чехова: мотивика повторов: Автореф. дис. ... кандид. филол. наук. – М., 2010. – 18 с.

Салтымакова О. А. К вопросу о критериях выделения типов повествователя // Стилистика сегодня и завтра. Материалы конференции. Часть II. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2014. – С. 294–297.

Фразеологический словарь русского литературного языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://phraseology.academic.ru/> (Дата обращения: 12.10.2018).

Шанталлина Ю. Я. Речевая репрезентация мотива движения в поэзии Н. С. Гумилева: (лингвокогнитивный аспект): Автореф. дис. ... кандид. филол. наук. – Самара, 2007. – 17 с.

O. A. Saltymakova

T. F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Kemerovo, Russia

**THE MOTIF OF TRADE IN GOGOL'S NARRATIVE
"SOROCHINSKAYA FAIR"**

The article presents the analysis of lexical means of formation of the motif of the first plan in connection with the motives of the second plan in the Gogol's narrative "Sorochinskaya fair". Also, on the basis of the obtained correlations, the specificity of the author's worldview is revealed, which is reflected in the motivic complex.

Key words: literary text, motif, author's worldview.