

# ФОЛЬКЛОР И КУЛЬТУРА XX — НАЧАЛА XXI ВЕКА

**В. А. ЧЕРВАНЁВА**  
(Москва)

## ТЕКСТООБРАЗОВАНИЕ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ФОЛЬКЛОР И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ (К вопросу об аналогиях)

Особенности бытования фольклорного текста давно были отмечены учеными как факторы, определяющие специфику фольклора по отношению к художественной литературе.

П. Г. Богатырев и Р. О. Якобсон в совместной статье указывали: «Литературное произведение объективировано, оно конкретно существует независимо от читателя, и каждый следующий читатель обращается непосредственно к произведению» [Богатырев, Якобсон 1971, 374]. А «фольклорное произведение внелично и существует только потенциально, это только комплекс известных норм и импульсов, канва актуальной традиции, которую исполнители расцвечивают узорами индивидуального творчества, подобно тому как поступают производители parole по отношению к langue» [Там же].

В. Я. Пропп также подчеркивает близость фольклора и языка, усматривая их сходство на генетическом уровне: «Генетически фольклор должен быть сближаем не с литературой, а с языком, который так же никем не выдуман и не имеет ни автора, ни авторов» [Пропп 1976, 22].

Ю. М. Лотман говорит о «тексте фольклорного типа» как о тексте, принципиально отличном от словесной записи устного произведения: «Фольклорный текст — сложное и многопла-

новое целое. В него входят как компоненты некоторая система канонических правил или содержащихся в памяти исполнителя текстов-образцов, на основании которых он создает свой исходный текст. Но этот исходный текст так же равен фольклорному произведению, как игрушка не адекватна игре. В обоих случаях перед нами некоторый провоцирующий элемент, который должен стимулировать свободную игру всего коллектива с текстом, в ходе которой и возникает то целое, что составляет текст фольклорного типа» [Лотман 1993, 188].

И. А. Оссовецкий писал об исполнении фольклорного произведения не как об автоматическом воспроизведении константного текста, а как о творческом процессе воссоздания конкретного варианта, входящего в систему «вариант/инвариант» [Оссовецкий 1979, 201].

Общая идея приведенных высказываний состоит в том, что фольклорный текст, в отличие от произведения художественной литературы, не сочиняется как текст с неизменной, окончательной, единственно возможной формой, а каждый раз воссоздается заново народным мастером в процессе исполнения. Фольклорное знание, о котором пишут Б. Н. Путилов [Путилов 1994], К. В. Чистов [Чистов 1986; 2005], В. М. Гацак [Гацак 1989], С. Ю. Неклюдов [Неклюдов 2005], Е. Б. Артеменко [Артеменко 2006], представляет собой не некий континуум текстов, а «жанрово дифференцированные семантические каркасы сюжетов и мотивов, типы ситуаций, образов, циклов акций, инвентарь типизированных языковых форм (так называемых формул)» [Там же, 18].

При этом для всех исследователей фольклора является очевидным тот факт, что творческая свобода народного сказителя в рамках процесса испол-

нения текста имеет определенные границы. Фольклорная стереотипия, будучи фактором единства и стабильности фольклорно-языковой системы, охватывает все ярусы последней, проявляется она и в механизмах порождения фольклорного текста. Е. Б. Артеменко выявила и описала некоторые модели песенного и былинного текстообразования, представляющие обобщенную структуру стереотипных ситуаций названных жанров и формируемые на их основе текстообразующие блоки. Для песни актуальна модель лирической ситуации, для былины — акциональная модель и модель дороги [Артеменко 1988; 1993; 2000; 2001].

«Текстообразующая модель представляет собой цикл звеньев — семантических стереотипов, каждое из которых обобщенно отражает определенную сторону, деталь представляемой моделью ситуации и выражается в тексте предикативной единицей. <...> Модель служит своеобразным каркасом, матрицей, позволяющей певцу, сказителю формировать текстообразующий блок, воспроизводящий по ходу исполнения необходимую конкретную ситуацию моделируемого типа» [Артеменко 2003, 18].

Например, акциональная текстообразующая модель программирует ситуацию совершения персонажем какой-либо акции. Центральное место в модели занимают два звена: одно обозначает действие, составляющее содержательную основу воссоздаваемой ситуации, другое — его результат. Вспомогательные звенья обозначают орудие, способ использования орудия, способ подготовки основного действия, способ физического контакта с объектом действия, положение субъекта или объекта действия в пространстве, свойства субъекта или объекта действия, различные состояния субъекта действия, восприятие субъектом действия какой-либо реалии.

Е. Б. Артеменко описала механизм порождения фольклорного текста с помощью указанной модели: «Рисую картину совершения персонажем какого-либо действия, сказитель отбирает из модели звенья, семантически соответствующие задаче воссоздания адекватного содержанию картины варианта акциональной ситуации, и, ком-

бинируя их и варьируя их вербальное наполнение, строит текстообразующий блок, в котором данный вариант получает конкретное воплощение (см. таблицу. — В. Ч.).

<...> Конструируемые по ходу былинного повествования текстообразующие блоки как варианты реализации акциональной модели различаются количеством, типовой семантикой использованных в них звеньев (прежде всего периферийных) и характером их комбинаций» [Артеменко 2004а, 156—157].

В рассмотренном механизме порождения фольклорного текста исследовательница усматривает последовательную реализацию принципов эстетики тождества (термин Ю. М. Лотмана), актуальной для художественных систем, ориентированных на следование заранее заданным образцам. К такого рода художественным системам относятся фольклор, средневековое искусство, комедия дель арте, классицизм.

Как указывает Ю. М. Лотман, эстетика тождества «основывается на полном отождествлении изображаемых явлений жизни с уже известными аудитории и вошедшими в систему “правил” моделями-штампами» [Лотман 1964, 173]. Достоинства произведений измеряются степенью соответствия «правилам» системы, и каноническая регламентация осуществляется на всех уровнях организации текста: так, ученый пишет о правилах отбора лексики, построения метафор, ритуалистике повествования, строго определенных и наперед известных слушателю возможностях сюжетных сочетаний, *loci communi* [Там же].

Е. Б. Артеменко, используя лингвокогнитивный подход к анализу фольклорного текста, пришла к выводу, что «суть эстетики тождества состоит в следовании обобщенным, типизированным, заранее заданным образцам-инвариантам, в их многократном варианте воспроизведении» [Артеменко 2004, 58].

В фольклоре, как показала Е. Б. Артеменко, в роли инварианта выступает семиотический смысл (концепт), вариантами (реализациями инварианта, воплощенными в языковой субстанции текста) являются компоненты скла-

<p><i>Да увидал тут Иванушко Годинович А царя того Коцгега да Трипетовича, — Не дойде тут Иванушку ведь боьльшие сидеть. Скочил тут Иван на резвы ноги, А начали тут биться омны ратимться А со царём со Коцгегом со Трипетовичем. Да побил тут Иванушко Годинович А царя да Коцгега что Трипетовича [I, 456]<sup>1</sup>.</i></p> <p><i>На то ли Хотей пороссердился, Брал он ведь копьё буржомецкое, А ратовьё было девяти сажон, &lt;...&gt; Ударил по крылечку по красному, Росшиб на щепу он на мелкую [III, 567].</i></p>	<p>Восприятие</p> <p>Ментальное состояние Положение в пространстве Действие</p> <p>Результат</p> <p>Эмоциональное состояние Орудие Свойство Действие Результат</p>
---	--

дывающейся на его основе парадигмы (например, инвариант *граница* — варианты *лес, поле, море, камень* и т. д.; инвариант *даритель* — варианты *Баба-яга, Морозко, бабушка-задворенка, животные* и т. д.). Соотношение инварианта и варианта реализуется как соотношение концепта и средств его репрезентации. На уровне песенного и былинного текстообразования это свойство проявляется в соотношении модели ситуации в ее деталях как инварианта (концепт-скрипт) и конкретного вариантного речевого наполнения звеньев модели.

Обращает на себя внимание одна из особенностей устного народного творчества, представляющая собой проявление феномена эстетики тождества, а именно: на концептуальном уровне фольклорный текст не сочинен, а сконструирован, составлен из звеньев. Эта «составленность», «сконструированность» фольклорного текста из элементов обусловлена, как кажется, в первую очередь коллективным характером народного творчества, и вот почему. Носитель фольклорного знания — певец, сказитель — не заучивает наизусть текст фольклорного произведения (как это было бы необходимо в случае с авторским текстом), а усваивает семантическую матрицу каждой ситуации и определенный традиционный набор вербальных средств заполнения звеньев этой концептуальной структуры. Аналогичные отношения между концепту-

альной и вербальной сторонами текста можно обнаружить и в других коммуникативных системах с коллективным субъектом. Обратимся к анализу деловой публицистики и рассмотрим с указанных позиций пресс-релиз — один из самых распространенных жанров текстов паблик рилейшнз.

Цель деятельности паблик рилейшнз (далее — PR) — информирование общественности о каком-либо объекте (человеке, организации, проекте и т. д.) и таким образом влияние на общественное мнение, налаживание взаимовыгодных отношений с общественностью. Как указывает Г. Г. Почепцов, задачей паблик рилейшнз является «не просто заполнение информационного пространства, а порождение сообщений, благоприятных для развития и функционирования организации, структуры, лидера и даже страны» [Почепцов 2000, 10]. Социорегулятивная функция PR реализуется через различные каналы: средства массовой информации, специально организованные акции (презентации, выставки, ярмарки, корпоративные праздники и т. п.), лоббистскую деятельность, слухи, средства риторики, канал невербальной коммуникации, внедрение когнитивных и психологических стереотипов в массовое сознание и т. д.

Одним из самых эффективных каналов воздействия на общественное мнение являются, безусловно, средства массовой информации. PR определяют иногда как «ориентированную журналистику», поскольку в PR-тексте присутствуют всегда тщательно отобранные (и соответствующим образом подобран-

<sup>1</sup> Примеры приводятся по изданию: Онежские былины, записанные А. Ф. Гильфердингом летом 1871 года. Изд. 4-е. Т. 1. М.; Л., 1949. Т. 2. М.; Л., 1950. Т. 3. М.; Л., 1951.

ные) факты [Кривоносов 2001], которые должны формировать позитивный имидж заказчика материала.

Специфика PR-текста также определяется вопросом об авторстве. Как отмечается в работах современных исследователей, PR-материалы для прессы имеют скрытое авторство, и это их принципиальное свойство. «Это означает, что любой PR-текст, будучи составленным сотрудником PR- или пресс-службы организации, не подписывается конкретным лицом (или мнимо подписывается первым лицом организации, как например, байлайнер или поздравление). Для общественности важным представляется то, что данный текст исходит от самой организации, а не от конкретного индивида (ср. в публицистике, где обычно говорят наоборот: об авторе материала — конкретном журналисте или редакции органа СМИ). Однако авторство может быть и прямым, открытым, например, когда первое лицо самостоятельно от своего имени составляет текст, допустим, поздравления. В любом случае открытое авторство является выражением корпоративной точки зрения» [Там же, 12—13].

К настоящему времени сформировалась целая система жанров PR-текстов, функционирующих в средствах массовой информации: пресс-релиз (нюс-релиз, медиа-релиз), бэкграундер, кейс-стори, имиджевое интервью, факт-лист, биография, лист вопросов-ответов, приглашение, поздравление, заявление для СМИ и др. Наиболее распространенным жанром и даже обладающим некоторыми чертами универсальности является пресс-релиз.

Задача пресс-релиза — донести информацию о клиенте в СМИ в нужном ключе с целью формирования позитивного публичности. Чтобы информация не воспринималась как рекламная и чтобы она была размещена на бесплатных страницах газеты, информационный повод должен быть достойным внимания СМИ, а изложение материала — максимально нейтральным и объективным.

К тексту пресс-релиза предъявляются определенные требования. Особенностью этого типа текста является то, что он не сочиняется, а составляется,

пишется по определенной, заранее заданной модели.

Структура пресс-релиза такова<sup>2</sup>:

1) заголовок (он должен отражать суть описываемого события и в то же время привлекать внимание);

2) первый абзац — лид (lead), являющийся фактологической основой релиза. В лиде должна содержаться вся важнейшая информация о событии — ответы на вопросы *кто? что? где? когда? почему?*

3) информационные параграфы, в которых раскрываются подробности, детали события;

4) параграфы, содержащие комментарии экспертов, известных личностей;

5) контактные данные организации, отправившей релиз.

Текст пресс-релиза строится по принципу «перевернутой пирамиды»: вся основная информация дается в начале текста, каждый последующий абзац содержит менее важную информацию. Каждый абзац содержит отдельный информационный блок, и во многом четкое структурирование содержания предопределяет полноту и эффективность отражения пресс-релиза во вторичном тексте — в тексте СМИ.

А. Д. Кривоносов и другие исследователи пишут о том, что композиция пресс-релиза является открытой, т. е. текст строится таким образом, чтобы при подготовке к печати он мог быть механически «укорочен» на практически любое количество абзацев — в зависимости от формата издания, характера новостного события. Ср. также: «...модель построена так, что текст легко расчленить, при этом не теряя его цельности» [Татарина 2004, 175]. Таким образом, завершенность как категориальное свойство любого текста [Гальперин 1981, 5] реализуется в пресс-релизе на уровне частей текста: каждый абзац пресс-релиза должен быть автосемантический.

Соблюдение в деятельности копирайтера перечисленных принципов составления PR-текстов обусловлено практической необходимостью: «Для то-

<sup>2</sup> См. о структуре пресс-релиза: [Кривоносов 2001, 31; Почепцов 2000, 213—214; Кондратьев, Абрамов 2005, 77—79; Татарина 2004, 173—176; Алешина 2004, 166—170].

го чтобы увеличить вероятность ньюс-релиза быть опубликованным, по форме он должен соответствовать некоему стандарту, принятому всеми без различия видами средств массовой информации» [Иванова 2006, 67].

Итак, текст пресс-релиза строится по определенной модели. Эта модель текстообразования есть не что иное, как концепт сложной структуры, имеющий звенья-элементы. В речевой практике звенья рассматриваемой концептуальной структуры репрезентируются вербальным материалом с заданными семантическими характеристиками. Все это дает возможность автору не сочинять текст, а строить его, конструировать, «мастерить». Написание пресс-релизов (копирайтинг) становится ремеслом, которое может освоить каждый человек, имеющий навыки делового письма и владеющий связной речью в ее книжно-письменной разновидности. Художественный талант автора не только не обязателен, но и не нужен. В подобных текстах личное авторское начало минимизировано, причиной чему является исключительно практическая направленность текста. Обратим внимание на то, что в художественной литературе действуют совершенно иные принципы: текст индивидуален, сочинен конкретным автором и не может быть изменен, он имеет синтагматическое развертывание, а не парадигматическую составленность<sup>3</sup>. Эстетическая составляющая имеет здесь принципиальное и первостепенное значение.

Обнаруженная аналогия принципов текстообразования в фольклоре и в деловой публицистике побуждает выявить то общее, что объединяет тексты, функционирующие в рамках столь разных коммуникативных систем.

Истоки описанного явления, как кажется, следует искать в феномене авторства, вернее, «безавторности» обоих типов текстов — в коллективном характере творчества в фольклоре и особого рода коллективности процесса создания текстов в PR. Рассмотренный ме-

ханизм порождения текстов, доступный всем носителям определенного типа знания, обеспечивает функционирование коммуникативных систем с коллективным субъектом. Зародиться этот механизм мог в рамках феномена массовой коммуникации. Сама «традиция как постоянное возвращение социума к исходному образцу, как циклическое воспроизведение в окружающем его мире и в его деятельности неизменной, обобщенной основы» [Артеменко 2006, 17–18], получившая экспликацию в принципах порождения фольклорных текстов, представляет собой явление системы массовой коммуникации.

Таким образом, именно коллективность, ослабленность индивидуального авторского начала является генерализующим фактором специфических особенностей порождения текстов в фольклоре и PR. Иными словами, степень структурированности текста находится в зависимости от характера проявления авторской индивидуальности: чем менее индивидуализирован текст, тем более жестко он структурирован, тем в большей степени он соответствует некоей заранее заданной когнитивной матрице.

Рассматриваемая проблема имеет еще один аспект. Приведенные выше наблюдения подводят к размышлению о степени и характере влияния прагматической установки текста на принципы его построения. Полагаем, что приведенная аналогия текстообразования в фольклоре и PR свидетельствует о сходстве факторов порождения текстов разного типа и, таким образом, подтверждает мысль о практической, социорегулятивной сущности фольклора.

Многие современные исследователи языка и семиотики фольклора (Н. И. Толстой, Б. Н. Путилов, К. В. Чистов, Е. Б. Артеменко, С. Ю. Неклюдов) разделяют положение о социорегулятивной функции фольклора как первостепенной по значимости и определяющей все остальные характеристики устно-поэтического народного творчества — в противовес сложившемуся в советской науке мнению о доминировании эстетической функции в фольклоре. Ср.: «У фольклора существование эстетического начала не отрицается, но подвергается сомнению факт домини-

<sup>3</sup> Ср.: «...можно предположить, что сам создатель художественного текста не всегда заранее продуманно и четко членит свое произведение на части» [Гальперин 1981, 50].

рования в нем эстетической функции...» [Артеменко 2004б, 65]. «...Фольклор нигде и никогда не живет как искусство в собственном смысле слова, т. е. как феномен, имеющий цель в самом себе, предназначенный для решения преимущественно художественных задач. Его эстетическая сущность так или иначе обнаруживает себя в рамках специфических внеэстетических задач, более того, она и определяется ими» [Путилов 1994, 11]. В фольклоре эстетическое качество возникает «в связи со стремлением наилучшим образом осуществить ту или иную практическую функцию» [Чистов 1986, 37]. Все это «ставит под сомнение расхожую формулу “Фольклор — искусство слова”» [Там же, 287].

Н. А. Хренов отмечает, что основополагающие функции традиционного фольклора (т. е. фольклора в рамках земледельческой цивилизации) — регулятивная и воспитательная. «Поскольку фольклор эти функции осуществлял, его можно с полным правом назвать социальным институтом» [Хренов 2006, 9]. Когда же обычаи и обряды перестают совпадать с конвенциями и правом, фольклор утрачивает регулятивную и воспитательную функции, перестает способствовать выживанию общности и становится исключительно художественным феноменом [Там же].

Исследования в сфере массовой коммуникации также подтверждают положение о коммуникативно-практической направленности фольклора: «Народные сказания, легенды, сказки имели в прошлом важное информативно-коммуникативное значение. Художественные элементы придавали некоторую законченную форму той общественно значимой и исключительно важной для всякого индивида информации, которая в них содержалась. В них были заключены сведения, обобщавшие определенный жизненный опыт, порой мистически истолкованный, но все-таки ценный, который, передаваясь от его обладателей к слушателю (-лям), обогащал их уже имеющимися в коллективе знаниями» [Бовин, Коваленко 1986, 133].

Очевидно, вопрос о том, является ли стереотипия в сфере текстообразования следствием практической (в своем гене-

зисе) направленности дискурса, может быть решен положительно. Прагматическая установка, по всей видимости, влияет на характер и степень стандартизации текста, так как практическая потребность определяет необходимость поиска адекватных и доступных всем членам социума способов передачи информации. Коллективная форма бытования и порождения текста — проявление прежде всего его коммуникативной, а не эстетической природы. Очевидно, можно говорить и о том, что сама традиционность способов передачи информации (наряду с другими признаками) является следствием изначальной практической коммуникативной целеустановки фольклора.

### Литература

Алешина 2004 — Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров. М., 2004.

Артеменко 2004а — Артеменко Е. Б. Движение, пространство, время, событие в былинном эпосе // Черванева В. А., Артеменко Е. Б. Пространство и время в фольклорно-языковой картине мира (на материале эпических жанров): монография. Воронеж, 2004. С. 143—169.

Артеменко 2004б — Артеменко Е. Б. Миф. Фольклор. Эстетика тождества // Этнопоэтика и традиция. М., 2004. С. 57—67.

Артеменко 1988 — Артеменко Е. Б. Принципы народно-песенного текстообразования. Воронеж, 1988.

Артеменко 1993 — Артеменко Е. Б. Принципы организации народнопесенных текстов: былинное текстообразование // Известия РАН. Серия литературы и языка. 1993, № 3. Т. 52. С. 57—68.

Артеменко 2000 — Артеменко Е. Б. Путь былинного богатыря // Живая старина. 2000. № 2. С. 28—30.

Артеменко 2006 — Артеменко Е. Б. Традиция в мифологической и фольклорной репрезентации (Опыт структурно-когнитивного анализа) // I Всероссийский конгресс фольклористов. Сб. докладов. Т. 2. М., 2006. С. 6—23.

Артеменко 2001 — Артеменко Е. Б. Фольклорное текстообразование и этнический менталитет // Традиционная культура. 2001. № 3. С. 11—17.

Артеменко 2003 — Артеменко Е. Б. Язык русского фольклора и традиционная народная культура (опыт интерпретации) // Славянская традиционная культура и современный мир. Сб. материалов научной конференции. Вып. 5. М., 2003. С. 7—21.

Бовин, Коваленко 1986 — *Бовин В. Ю., Коваленко А. В.* Культура и массовая коммуникация. М., 1986.

Богатырев, Якобсон 1971 — *Богатырев П. Г., Якобсон Р. О.* Фольклор как особая форма творчества // Богатырев П. Г. Вопросы теории народного искусства. М., 1971. С. 369—383.

Гальперин 1981 — *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования М., 1981.

Гацак 1989 — *Гацак В. М.* Устная эпическая традиция во времени. Историческое исследование поэтики. М., 1989.

Иванова 2006 — *Иванова К. А.* Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб., 2006.

Кондратьев, Абрамов 2005 — *Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н.* Связи с общественностью. М., 2005.

Кривоносов 2001 — *Кривоносов А. Д.* Жанры PR-текста. СПб., 2001.

Лотман 1993 — *Лотман Ю. М.* Блок и народная культура города // Лотман Ю. М. Избранные статьи: в 3 т. Т. 3. Таллин, 1993. С. 185—200.

Лотман 1964 — *Лотман Ю. М.* Лекции по структуральной поэтике // Труды по знаковым системам. I. Ученые записки Тартуского гос. ун-та. 1964. Вып. 160.

Неклюдов 2005 — *Неклюдов С. Ю.* Семантика фольклорного текста и «знание традиции» // Славянская традиционная культура и современный мир. Сборник материалов научной конференции. Вып. 8. М., 2005. С. 22—41.

Оссовецкий 1979 — *Оссовецкий И. А.* Некоторые наблюдения над языком стихотворного фольклора // Очерки по стилистике художественной речи. М., 1979. С. 199—252.

Почепцов 2000 — *Почепцов Г. Г.* Паблик рилейшнз для профессионалов М.; Киев, 2000.

Пропп 1976 — *Пропп В. Я.* Специфика фольклора // Пропп В. Я. Фольклор и действительность: Избранные статьи. М., 1976. С. 16—33.

Путилов 1994 — *Путилов Б. Н.* Фольклор и народная культура. СПб., 1994.

Татарина 2004 — *Татарина Г. Н.* Управление общественными отношениями. СПб., 2004.

Хренов 2006 — *Хренов Н. А.* Смена культурных циклов на рубеже XX—XXI веков: передвижение периферийных сфер в центр культуры // Традиционная культура. 2006. № 3 (23). С. 3—22.

Чистов 1986 — *Чистов К. В.* Народные традиции и фольклор. Л., 1986.

Чистов 2005 — *Чистов К. В.* Фольклор. Текст. Традиция: сб. ст. М., 2005.

**А. В. ТЕРПУГОВА**  
(Москва)

## СОВРЕМЕННЫЙ БИОГРАФИЧЕСКИЙ ТЕКСТ: К ВОПРОСУ О ТЕКСТОБРАЗУЮЩИХ ЭЛЕМЕНТАХ

Биографическая проза представляет собой разножанровый спектр текстов — от житий святых до дневниковых записей. Основу современной биографической прозы составляют жизнеописания научно-популярного характера о выдающихся деятелях науки, искусства и т. д. Серия «ЖЗЛ», ядро современной биографической прозы, и служит материалом нашего исследования.

Существует несколько трактовок термина «мотив»: семантическая (А. Л. Бем, А. Н. Веселовский, О. М. Фрейденберг), морфологическая (В. Я. Пропп, Б. И. Ярхо), дихотомическая (Н. Г. Черняева, Б. Н. Путилов, Н. Д. Тамарченко, Ю. В. Шатин), структурно-семиотическая (Е. М. Мелетинский, Т. В. Цивьян) и т. д. Общим для толкования данного термина в различных исследованиях выступает некое смысловое ядро, выполняющее определенную функцию в тексте. Мысль о понимании мотива как устойчивого по семантике повторяющегося фрагмента, имеющего скрытый символический смысл, близка Г. И. Мальцеву, который, кроме того, говорит об устойчивых эпитетах, присущих мотиву, на примере русской внеобрядовой лирики [Мальцев 1989]. Под текстовыми константами, о которых писал Г. И. Мальцев, могут пониматься парные сочетания синонимов, повторные предлогов, композиционные блоки и ассоциативные ряды (А. Т. Хроленко), песенные рефрены, синтаксический параллелизм и его модификации, композиционные фрагменты (Е. Б. Артеменко), традиционные синтаксические схемы и сценарии (Ю. М. Соколов) и т. д. Сказанное, прежде всего, относится к фольклорным произведениям, но в то же время понятие мотива является одним из основных при анализе такого объекта исследования, как биографическая проза. В данном случае ситуация носит несколько иной характер, что обусловлено самой структурой