

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.28>

Золотарёва Любовь Александровна, Угро Анна Владимировна

ФЛЕШМОБ #10YEARSCHALLENGE В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ "INSTAGRAM" И ЕГО ЖАНРОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ

Статья посвящена изучению феномена флешмоба в социальной сети "Instagram". С точки зрения жанроведческого подхода авторами анализируются записи (посты), сделанные пользователями в рамках флешмоба #10yearschallenge, выделяются минимальные речевые жанры. Также проводится сопоставление с досетевыми формами просмотра фотографий, выявляется влияние специфики интернет-пространства на речевое поведение участников коммуникации. В результате исследования делается вывод, что основная функция развлекательного флешмоба может быть определена как фатическая.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/7/28.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 7. С. 134-138. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81

Дата поступления рукописи: 17.05.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.28>

Статья посвящена изучению феномена флешмоба в социальной сети “Instagram”. С точки зрения жанроведческого подхода авторами анализируются записи (посты), сделанные пользователями в рамках флешмоба #10yearschallenge, выделяются минимальные речевые жанры. Также проводится сопоставление с досетевыми формами просмотра фотографий, выявляется влияние специфики интернет-пространства на речевое поведение участников коммуникации. В результате исследования делается вывод, что основная функция развлекательного флешмоба может быть определена как фатическая.

Ключевые слова и фразы: флешмоб; жанроведение; речевой жанр; интернет-коммуникация; социальная сеть; воспоминание; сообщение.

Золотарёва Любовь Александровна, к. пед. н.

Угро Анна Владимировна

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

balobanova.la@dvfu.ru; ugroann@gmail.com

ФЛЕШМОБ #10YEARSCHALLENGE В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ “INSTAGRAM” И ЕГО ЖАНРОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ

На современном этапе развития коммуникаций интернет-среда включает множество способов организации и взаимодействия пользователей вследствие таких характеристик пространства, как интерактивность, виртуальность (анонимность, ограниченный сенсорный опыт, физическая непредставленность), условное равноправие участников коммуникации, открытость системы, деформализация [7]. Однако разнообразие форм обеспечивается не только внутренними свойствами этого пространства, но и его активным взаимодействием с внесетевой средой. Так, жанры речевого общения обнаруживаются в интернет-пространстве, где происходит их инкорпорирование, а элементы виртуального дискурса становятся частью внесетевых практик.

Примером такого взаимодействия может являться флешмоб, который возник во внесетевом пространстве, а затем был перенесен в виртуальную среду. Психологи Г. В. Довжик и Е. И. Глухова определяют «реальный» флешмоб как «социально-психологическую акцию, при которой для проведения спланированного сценарного массового события под воздействием определенных социально-психологических механизмов происходит трансформация группы из стихийной в сплоченную с референтным лидером, обладающую характеристиками толпы и группы, такими как: организованная структура, наличие лидера, длительное постоянное взаимодействие, общая цель, ориентация на четкую аудиторию, анонимность и внушаемость» [2]. Такой флешмоб может подразделяться на следующие типы: танцевальный, спортивный, флешмобы-фигуры / флешмобы-символы, одновременные действия, добрые поступки, флешмобы-эстафеты [3].

Востребованность и популярность в виртуальной коммуникации флешмоба, с одной стороны, объясняется легкой возможностью к кооперации, а с другой стороны, будучи свободным пространством, Интернет является местом для самовыражения и реализации ряда психологических функций пользователей Интернета.

Поэтому с развитием Сети появляются не только развлекательные флешмобы, но и социально значимые акции, цель которых – оказать поддержку определенной личности или рассказать о своём травматическом опыте с целью получения терапевтического эффекта. Например, флешмоб #учителягожелюди возник в связи со стремлением поддержать преподавателя, которого уволили после размещения фотографии в купальнике в социальной сети. Кроме того, флешмоб может изменять свою функцию по мере его протекания, например, флешмоб #мои90е был придуман для публикации ностальгических записей. Однако многие из них были интерпретированы как политическое высказывание, то есть «неполитический флешмоб породил политическую дискуссию, которая, в свою очередь, политизировала и сам флешмоб, включив его в свою структуру» [6].

Таким образом, флешмоб мы можем рассматривать как некое коммуникативное событие, которое является стимулом для порождения различных жанров. Под коммуникативным событием, вслед за И. Н. Борисовой, мы понимаем «ограниченный в пространстве и времени, мотивированный, целостный, социально обусловленный процесс речевого взаимодействия коммуникантов» [1, с. 22].

Популярность такого феномена, как сетевой флешмоб, его вариативность и, как следствие, многообразие речевого поведения, несомненно, определяют **актуальность** его изучения.

Целью нашего исследования является анализ речевых жанров, используемых русскоязычными пользователями в рамках данного флешмоба. С помощью компьютерного кода из социальной сети “Instagram” нами были собраны записи в объеме 600 единиц, которые содержат изображение, текстовый элемент и хэштег как маркер участия во флешмобе.

В данной работе мы обращаемся к развлекательному флешмобу #10yearschallenge, в котором участники демонстрируют личные фото с разницей в 10 лет. Данная акция появилась в “Facebook”, однако с увеличением популярности распространилась на другие социальные сети, в частности на социальную сеть “Instagram”, где минимальной единицей коммуникации является изображение.

В соответствии с целью в исследовании решаются следующие задачи: 1) выделить речевые жанры, представленные в рамках флешмоба #10yearschallenge; 2) определить лингвистические особенности их репрезентации; 3) выявить влияние параметров среды на коммуникацию; 4) сопоставить выявленные жанры с речевыми жанрами ретроспективной направленности во внесетевой среде.

Практически полное отсутствие исследований развлекательного флешмоба как лингвистического феномена с точки зрения речежанрового подхода определяет **научную новизну** исследования.

Прежде чем приступить к анализу записей, необходимо отметить, что экстралингвистические характеристики «реального» и виртуального флешмобов не всегда совпадают. Так, чтобы провести некую акцию во внесетевом режиме, необходимы определенная подготовка и координация участников, как отмечалось выше. В виртуальном флешмобе присутствует стихийный характер, который не переходит в организованный. Вследствие этого первому типу флешмоба необходим лидер, координатор, в то время как последнему он не нужен. Это объясняется тем, что события, характерные для непосредственной коммуникации, «происходят в общественных местах и в очень непродолжительные периоды времени» [9], а время функционирования флешмоба в интернет-пространстве оказывается более значительным из-за дистантного характера взаимодействия. Однако, несмотря на то, что сетевой флешмоб технически не имеет четкого временного ограничения, после окончания периода активного размещения записей на заданную тематику появляющиеся записи (посты) перестают восприниматься как релевантные. О наличии временных ограничений флешмоба можно судить по следующим высказываниям: «Новый флешмоб. И мне снова есть, что сказать»; «Запоздалое #названиефлешмоба». Таким образом, у участников флешмоба есть внутреннее понимание временных границ акции. Ввиду отсутствия локальных ограничений число участников флешмоба в социальных сетях значительно превышает число участников «реального» флешмоба. Так, во флешмобе #10yearschallenge приняло участие более 3 миллионов пользователей “Instagram”. В связи с этим очевидно, что в сетевом флешмобе вряд ли возможен четкий охват целевой группы.

С точки зрения жанрового подхода к минимальным речевым жанрам, сопровождающим фотографию, можно отнести жанр «сообщение-тема», который представляет собой комментирование фотографии. Сообщения могут быть разделены на следующие типы:

- 1) указание на интернет-событие: «Флешмоб #10летназад #10yearschallenge, 10 лет назад-10 years ago»;
- 2) указание на время: «10 лет назад...»; «10 лет назад)))»; «2008-2018»; «Ровно 10 лет назад)»;
- 3) указание на участников: «сын»; «любимый»; «Ксения 😊»;
- 4) указание на место: «это во дворе ВГЭУС, который я любила посещать даже после выпуска»; «Путер 😊😊»;
- 5) указание на событие: «ЧиП России 2009 Тольятти»; «Руслану исполнилось #1лет».

В языковом выражении жанр «сообщение» представлен единичными обстоятельствами времени, номинативными единицами событий, участников. Пользователь сообщает факты, являющиеся частью объективной реальности, то есть для таких записей характерна объективная модальность.

Указанные типы сообщений могут сочетаться между собой, например: «2009 г.-пейнтбол, второе фото 2008 г.-диван😊», «корпоратив 2009/ корпоратив 2019», «Seychelles. 10 лет тому назад!..) 1. 2008 2. 2018 📷👤👤». Однако в целом сообщение-тема, как правило, выступает самостоятельно и не сопровождается другими жанрами.

Специфика заявленного флешмоба предопределяет, что публикация фотографий с временной разницей будет являться стимулом для сравнения и выражаться в обращении пользователей к жанру оценки.

Почти во всех примерах оценка связана непосредственно с личностью пользователя. Она может быть представлена наличием изменений без непосредственного указания на них: «😊 итак, 2008 vs 2018 😊 похоже, не так уж и много **изменилось** 😊»; «#10yearsagochallenge #2009 #21год сейчас я нравлюсь себе **больше** 📷😊».

Говорящий выступает как субъект сознания, что выражается в присутствии вводных слов «кажется», «похоже», глаголов «думать», «считать», указывающих на результат ментальной деятельности и субъективную оценку.

Ключевыми словами являются глаголы совершенного вида с семантикой изменения (измениться, поменяться). К показателям жанра также относятся наречия со значением времени (тогда, сейчас), совершенные формы глаголов, указывающие на ретроспективную позицию наблюдателя, компаративные формы прилагательных, сравнительные конструкции с союзом «как».

Конкретизируемая оценка связана с внешними и внутренними переменами: «Почти #10yearschallenge. Что-то я не нашла фоточек за 2009 и раньше, поэтому вот 2010 VS 2019. **Накачала** около 10кг, **наела** щёчки, стала **поувереннее** в себе и до сих пор ношу тот готический плац :) #me #10yearschallenge #thenandnow #colourhead #цветныеголовы #почтинеизменилась».

В сочетании с данным жанром пользователи указывают и на процесс поиска фотографий: «Поменялась?))) вроде я, а вроде и не я))) **Пересмотрела кучу фоток** + -10 летней давности, как будто это вот только что было, а как будто и вообще не с тобой и не в этой жизни... время бесценно, пролетает мимолетно... живите здесь и сейчас! 😊#10yearschallenge».

Просмотр фотографий десятилетней давности и сравнение оказываются ярким эмоциональным переживанием для пользователей, что выражается в активном использовании смайликов и пунктуационных знаков.

Так как данный флешмоб имеет своей целью демонстрацию изображения людей с разницей в 10 лет, то просмотр фотографий сопровождается не только оценкой произошедших изменений, но и является стимулом для обращения к прошлому, что проявляется в публикации воспоминаний. Воспоминание определяется А. Г. Тартаковским как «повествование о прошлом, основанное на личном опыте и собственной памяти автора» [10, с. 22-23]. Среди его особенностей выделяются субъективность, достоверность, ретроспективность и концептуальность [8, с. 53].

Воспоминания в социальной сети представляют собой достаточно разнородный материал, что определяется коммуникативными целями пользователей и личными особенностями языковой личности.

Так, в структурной организации записи можно отметить три типа членения текста: поабзацное членение, поабзацное членение в виде списка и отсутствие членения.

Традиционной формой реализации воспоминания является нарратив, выраженный последовательностью глагольных форм прошедшего времени в простом предложении, сложноподчиненными предложениями с временным значением. Однако в 88% анализируемых нами воспоминаний доминируют простые предложения, описывающие произошедшие события:

«Мой 2009 год. Это год, когда я совсем не думала о каких-то проблемах, работе и чему-то подобному. Закончила 8 класс и, как обычно, поехала с родителями в Крым на лето отдыхать. Гуляла со своими друзьями, могла себе позволить носить рубашки с растянутыми пуговицами так, чтоб было видно пупок 😊😊😊 (мода такая была, кто помнит, поймут 🙄), носить челку на бок, которая мешала смотреть одному глазу, но это на тот момент меня абсолютно не смущало 😊😊😊 это был период, когда я плавно переставала слушать Tokio Hotel и начинала подсаживаться на простую русскую попсу... #10yearschallenge».

Но так как воспоминание является «формой переживания прошлого» [4, с. 4], то «погружение» в определенное состояние может выражаться в использовании форм настоящего времени (в данном примере глагольные формы пропущены):

«В 2009ом я уже год, как выпускник Академии госслужбы и сотрудник “Российской газеты”. В наушниках разнообразный brit-pop, в руках водительское удостоверение с ужасной фотографией 🙄♀, а в голове эмоции после концерта Natalie Imbruglia в культовом клубе “Б1 Maximus”».

Если для фиксации произошедших изменений пользователи чаще выбирают глагольные формы и компаратив, то в воспоминании категория оценочности выражена преимущественно прилагательными (беззаботный, волнующий, весёлый, классный, трудный и т.д.).

В то же время данный жанр также может быть представлен только общей оценкой, связанной с определенной эмоцией: «#10yearsago смешно вспоминать, как я думала, что очень сильно изменюсь через 10 лет))) 🙄».

Воспоминания, содержащие только факт фиксации воспоминания, можно соотнести с компрессированными воспоминаниями, выделяемыми О. П. Кормазиной [5] на материале устной речи.

Воспоминание может быть представлено как самостоятельный жанр, а также может сочетаться с другими жанрами.

«2009. Непростой был год... Живу на два города и вкальваю по полной. Загранка греет, но уже не так. Все еще контрактный Екатеринбург, но уже с мыслью переехать в Питер. Через пару месяцев после этого снимка не станет папы, и случится одна из грандиозных переоценок ценностей, провал в черную дыру, депрессия и опять воскрешение Сейчас я однозначно лучшая версия себя ❤️ #10yearschallenge #10yearchallenge #10years later #10yearsagochallenge».

Так, в данном примере автор сообщает о времени воспоминания – 2009 год, даёт ему оценку (непростой год) и своему нынешнему состоянию (сейчас я однозначно лучшая версия себя), приводит воспоминание, описывая определенный временной период и указывая на важное для него событие (живу на 2 города, вкальваю, случится переоценка ценностей). Примечательно, что формы прошедшего времени, как и в примере, приведенном выше, заменяются формами настоящего времени и сочетаются с будущим, что, на наш взгляд, обладает большим коммуникативным воздействием, чем фактологическое перечисление событий.

Такое одновременное присутствие сообщения-темы, оценки и воспоминания в записи (посте) может быть соотнесено с информативным диалогом в устной речи, который входит в состав гипержанра «беседа, сопровождающая просмотр фотографий». Так, по мнению О. П. Кормазиной, ключевыми жанрами в информативном диалоге являются сообщение, которое может содержать название объектов, описание ситуации или комментарий к фотографии, а также её оценка [Там же]. Одним из сценариев развития диалога может быть беседа на общие темы, в ходе которой возникает воспоминание, или воспоминание может присоединяться самостоятельно. Так как интернет-коммуникация имеет дистантный характер, то представленные жанры не разделяются реакцией адресата, а образуют единый текст в рамках записи (поста).

Влияние специфики пространства проявляется и в присутствии в данном флешмобе вопросов: «Сильно поменялась? ❤️😊 #10yearschallenge #10yearsagochallenge». Вопросы направлены на получение оценки («изменилась ли, поменялась?» и т.п.) или установление контакта («а Вы участвуете?»), что, с одной стороны, спровоцировано дистантным характером коммуникации, а с другой, – желанием привлечь внимание к своему аккаунту. Также к показателям иллокутивной модальности можно отнести обращение к конкретным пользователям: «Передаю эстафету ещё одной моей роднule @marina_chericova 🙄».

Одним из самых популярных речевых жанров во флешмобе является сообщение-маркёр, в котором пользователи указывают на факт своего участия в акции. Необходимо заметить, что сообщения, содержащие

только информацию без эмоциональных компонентов, например, «присоединяюсь», «поддерживаю», «присоединяюсь к флешмобу / челленджу», оказываются единичными. В анализируемом материале можно выделить две дополнительные коммуникативные цели:

1) стремление подчеркнуть включенность в общий тренд в социальной сети “Instagram”: «*Решила и я участвовать в #10yearschallenge или #10летспустя*»; «*И я, и я хочу 😊*»; «*Раз пошла такая пьянка... и я участвую в челлендже #10yearsagochallenge...*»; «*Ну и я впишусь!*» #10летназад#вызовпринят#10 летназадвызовпринят #10yearsago#10yearschallenge»;

2) показать психологическое воздействие флешмоба на человека, что проявляется в оппозиции «все – я»: «*куда все-туда и я*»; «*#10yearchallenge “ну раз все делают, я тоже хочу”*»; «*Ладно, все побежали и я побежал*»; в использовании глаголов, выражающих реакцию на определенное воздействие: «*Поддалась и не удержалась 😊😊😊*»; «*Ок... Сдалась*»); «*Я долго держалась 😊Теперь и я*»; «*Вот и я подхватываю общий психоз*»); «*Я тоже поддалась истерии 😊😊*»; «*Не могу удержаться от участия во флешмобе #10yearchallenge 😊*».

Вовлечение в такую массовую акцию, как флешмоб, происходит благодаря интересу к предложенной теме, поэтому сообщения отличаются яркой эмоциональностью и обладают разным уровнем стилистической разнородности, которая выражается в использовании частиц «ну», «вот», характерных для разговорной речи, устойчивых выражений «раз пошла такая пьянка», «куда все – туда и я», а также иконических элементов. Таким образом, можно заключить, что данный флешмоб воспринимается пользователями иронически, как приятное времяпрепровождение.

Сообщение-маркёр может выступать как самостоятельный жанр, так и присутствовать наряду с другими жанрами, например, с жанром оценки: «*Поддерживаю челлендж #10yearsagochallenge. Как же давно это было, но мы не изменились 😊 все так же юны 🐼*», или с жанром «сообщение-тема»: «*Присоединяюсь к модному сейчас челленджу, десять лет назад я был таким пацаном 😊 #10yearsagochallenge*».

Таким образом, в результате проведенного исследования нами были определены следующие характеристики виртуального флешмоба: стихийность, отсутствие лидера, широкий охват аудитории, внушаемость.

При анализе содержания записей выявлены жанры «сообщение-тема», «оценка», «воспоминание», «сообщение-маркёр», которые функционируют в рамках флешмоба ретроспективной направленности. Кроме того, вышеперечисленные жанры (сообщение-тема, оценка, воспоминание) могут объединяться в записи пользователя и представлять собой модификацию гипержанра «беседа при просмотре фотографий», присущего контактному непосредственному общению. Мы предполагаем, что такое сходство объясняется основной целевой установкой пользователей – продемонстрировать изображение. Однако, безусловно, интернет-коммуникация в целом и флешмоб в частности имеют свою специфику, что выражается в объединении нескольких жанров в одну запись (пост), использовании сообщений-маркёров, вопросов, направленных на установление контакта.

В лингвистическом аспекте для данных записей, как отмечалось ранее, характерно проявление эмоций, выраженных эмодзи, пунктуационными знаками, близость к устной речи выражается в активном использовании разговорной лексики и доминировании простых предложений.

Кроме того, в результате анализа флешмоба #10yearschallenge можно отметить фатическую функцию флешмоба, необходимую для получения чувства сопричастности к определенному дискурсу, что позволяет отметить флешмоб как единицу дискурса.

Список источников

1. **Борисова И. Н.** Русский разговорный диалог: структура и динамика. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. 408 с.
2. **Довжик Г. В., Глухова Е. И.** Социально-психологическая сущность флешмоба [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskaya-suschnost-fleshmoba> (дата обращения: 01.06.2019).
3. **Калашникова Д. С.** Сравнение популярных видов флешмобов в реальной жизни и социальных сетях // Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X Юбилейные Санкт-Петербургские социологические чтения: материалы международной конференции (г. Санкт-Петербург, 13-14 апреля 2018 г.). СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2018. С. 525-628.
4. **Кормазина О. П.** Воспоминание как жанр разговорной речи (на материале речи дальневосточников): дисс. ... к. филол. н. Владивосток, 2016. 249 с.
5. **Кормазина О. П.** Жанровая специфика коммуникативного события «Просмотр фотографий» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-spetsifika-kommunikativnogo-sobytiya-prosmotr-fotografy> (дата обращения: 05.05.2019).
6. **Максимова О. Б.** Конструирование гендерной идентичности в виртуальной политической коммуникации: дискурсивные стратегии и практики самопрезентации в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-gendernoy-identichnosti-v-virtualnoy-politicheskoy-kommunikatsii-diskursivnye-strategii-i-praktiki-samoprezentatsii> (дата обращения: 01.06.2019).
7. **Морозова О. Н.** Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-kommunikatsii-opredelenie-i-svoystva> (дата обращения: 05.05.2019).
8. **Орлова Н. А.** Речевой жанр «Мемуары» и его реализация в текстах носителей разных типов речевой культуры: дисс. ... к. филол. н. Омск, 2004. 211 с.
9. **Руденко И. В.** Социально-воспитательные технологии в образовательном процессе вуза [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-vospitatelnye-tehnologii-v-obrazovatelnom-protse-ssesse-vuza> (дата обращения: 01.05.2019).
10. **Тартаковский А. Г.** Русская мемуаристика XVIII – первой половины XIX в.: от рукописи к книге. М.: Наука, 1991. 288 с.

FLASH MOB #10YEARSCHALLENGE IN "INSTAGRAM" SOCIAL NETWORK AND ITS GENRE REALIZATION**Zolotaryova Lyubov' Aleksandrovna**, Ph. D. in Pedagogy**Ugro Anna Vladimirovna***Far Eastern Federal University, Vladivostok
balobanova.la@dvfu.ru; ugroann@gmail.com*

The article is devoted to studying the flash mob phenomenon in the "Instagram" social network. From the viewpoint of the genre-based approach, the authors analyse the posts made by users within the flash mob #10YEARSCHALLENGE. Minimal speech genres are identified. The paper provides a comparison with pre-network photo viewing techniques, identifies the influence of specific features of the Internet space on communicants' speech behaviour. The findings lead to the conclusion that the basic function of an entertaining flash mob can be defined as a phatic one.

Key words and phrases: flash mob; genre studies; speech genre; Internet communication; social network; reminiscence; message.

УДК 81

Дата поступления рукописи: 07.04.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.29>

Статья посвящена изучению колоративной лексики в художественных произведениях Ирины Муравьевой. В ходе анализа функционирования цветообозначений в текстах данного автора выявляется частотность употребления и определяется значение колоративов «красный», «белый», «синий», «черный» в прямой и образной номинациях. Полученные результаты показали, что цветообозначающая лексика в составе образных средств передает не только душевное состояние героев произведений Ирины Муравьевой, но и отражает особенности явлений природы и окружающего мира с целью воздействия на чувства читателя.

Ключевые слова и фразы: автор; женская проза; колоративы; метафора; эпитет; сравнение.

Ольхова Оксана Николаевна*Белгородский государственный институт искусств и культуры
oolhova@bk.ru***ОСОБЕННОСТИ КОЛОРАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ
В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ИРИНЫ МУРАВЬЕВОЙ**

Произведения современной женской прозы сегодня представляют большой интерес для исследователей литературы. Это особый мир, где присутствуют мужское и женское представления реальной действительности. Язык художественных текстов женской прозы – это отличительная особенность авторского видения реальной картины жизни. Через использование цветообозначений в своих произведениях писатели выражают собственный взгляд на происходящее, и колоративная лексика при этом становится средством реализации идейно-художественного своеобразия, что является характерным показателем творчества.

Необходимо отметить, что современная литература трактует понятие цвета единым пояснением. Так, исследователь П. А. Флоренский объясняет цвет как индивидуальное свойство самого предмета, что показывает отношение предмета не только к окружающему пространству, но и к его внутреннему функциональному свойству [10, с. 278]. С точки зрения физики «цвет – особое качество поверхностей тел или всей массы, оцениваемое глазом после действия на сетчатку световых лучей, распространяющихся от этих поверхностей или сквозь тела к глазу. Цвета могут быть естественные – от природы тел (красное дерево, золото, медь, слоновая кость, малахит) и искусственные – с помощью наложенных на поверхность тела красок или особых тонких прозрачных и прочных плёнок» [11].

Исследователь Д. С. Лихачёв отмечает природные признаки, которые указывают «на существование вне человеческого и в неприродного сознания, и сочетания цветов в нетронутой человеком природе – всегда эстетически приемлем» [3, с. 5]. О вопросе семантики цветообозначений писал лингвист В. С. Виноградов, который указывает на актуальность для писателей как художников слова «распределения света и тени при помощи выразительных речевых средств, переливы и сочетания словесных красок» [2, с. 45].

Цветопись – понятие широкое и важное. Литературоведение поясняет это определение как художественный прием, позволяющий автору с тонкими нюансами передать картину мира и состояние души [9, с. 67]. Таким образом, текст – это художественное целое, и цвет является одним из его элементов. Исследование цвета предполагает анализ всех художественных средств, в которых представлен цвет.

В языке художественных произведений женской прозы по-разному показана палитра цвета. Необходимо отметить, что у одних писательниц в произведениях представлен весь спектр цветообозначений и разнообразные их оттенки в прямой и образной номинациях, а у других авторов совсем отсутствует колоративная лексика.

Прямое значение слова является самой распространенной функцией передачи цвета в художественных текстах Ирины Муравьевой. В произведениях писательницы «Мы простимся на мосту», «Портрет Алтовити»,