

УДК 811.161.1

DOI: 10.26907/2782-4756-2023-72-2-98-103

АПЕЛЛЯЦИОННЫЕ ЗАГОЛОВКИ СТИХОТВОРЕНИЙ В. В. МАЯКОВСКОГО

© Хань Сяо

APPEAL HEADINGS OF V. MAYAKOVSKY'S POEMS

Han Xiao

The article considers the implementation of appeal speech acts (calls and slogans) in the headings of V. Mayakovsky's poems. The article notes that the title was of great importance for the poet, so almost all his poems have a title. Our study reveals that almost nine percent of V. Mayakovsky's poems are titled with the help of appeal constructions, that is, they are appeals and slogans. We identify and consider structural types of the appeal headings, different in volume, from single-word sentences to entire couplet-verses with parallel rhyming. Most headings include imperatives with exclusive action semantics; in them, the lyrical subject occupies a higher position, is an authority that convinces readers to act in a certain way, in accordance with the new revolutionary and socialist norms. The article concludes that the titles of appeal are full-fledged participants in the directive (imperative) space, created by the poet, serving the purpose of influencing the reader, involving him/her in the revolution activities, persuading him/her of the need to follow the new rules of the Soviet power, to help the young Soviet state. V. Mayakovsky worked on creating the titles of his poems purposefully and thoughtfully, understanding their significant paratextual role.

Keywords: title, poem, appeal, speech act, call, slogan, Mayakovsky

В статье рассмотрена реализация апелляционных речевых актов (призывов и лозунгов) в заголовках стихов В. В. Маяковского. Отмечается, что для поэта заглавие имело большое значение, поэтому практически все его стихи имеют название. Выявлено, что почти девять процентов стихов В. В. Маяковского озаглавлены с помощью апелляционных конструкций, то есть представляют собой призывы и лозунги. Выявлены и рассмотрены структурные типы апелляционных заголовков, различных по объему – от однословных предложений до целых стихотворений-двустушии с параллельной рифмовкой. Большая часть заголовков включает императивы с семантикой эксклюзивного действия; в них лирический субъект занимает более высокое положение, является авторитетом, убеждающим читателей поступать определенным образом, в соответствии с новыми революционными и социалистическими нормами. Делается вывод о том, что апелляционные заголовки являются полноценными участниками создаваемого поэтом директивного (императивного) пространства и служат целям оказания воздействия на читателя, привлечения его к делу революции, убеждения его в необходимости следовать новым правилам советской власти, помогать молодому советскому государству. В. В. Маяковский целенаправленно и вдумчиво работал над созданием заглавий своих стихов, понимая их значимую паратекстуальную роль.

Ключевые слова: заголовок, стихотворение, апелляционный, речевой акт, призыв, лозунг, Маяковский

Для цитирования: Хань Сяо. Апелляционные заголовки стихотворений В.В. Маяковского // Филология и культура. Philology and Culture. 2023. № 2 (72). С. 98–103. DOI: 10.26907/2782-4756-2023-72-2-98-103

Заголовок занимает ключевое положение в любом письменном тексте, привлекая внимание читателя и подготавливая его к восприятию произведения, его содержания и экспрессии. Создавая заголовки, авторы ориентируются на собственное понимание темы произведения и на то, что они хотят сказать адресату текста, какие

мысли, чувства, намерения стремятся до него донести. Авторами лирических текстов внимание заголовкам уделяется не всегда; у многих поэтов встречаются стихотворения вообще без заголовков, и тогда в качестве заглавия используется первая строка. Иная ситуация отмечается в стихах В. В. Маяковского, который «уделял особое

внимание оформлению заглавий и заголовочных комплексов» [1, с. 257]. В большом собрании стихотворений поэта [2] заглавие имеют почти все произведения – от небольших по объему стихотворений до поэм. Всего шесть стихотворений данного сборника получили название по первой строке. Особенности заголовков в поэзии В. В. Маяковского рассматривают немногие исследователи. В. Н. Терехина с помощью архивных изысканий стремится обнаружить изначальные заголовки ряда произведений [3]. Н. Г. Петрова отмечает частоту выбора автором в заголовках предикативных сочетаний, «позволяющих более полно представить описываемую ситуацию» [4, с. 260], и связывает это с футуристской эстетикой. О. С. Андреева производит полный лингвистический анализ заголовка одного из стихотворений автора – «А вы могли бы?» [1]. К анализу апелляционных конструкций в заголовках В. В. Маяковского исследователи пока, по нашим наблюдениям, не обращались.

Цель данного исследования – рассмотреть апелляционные заголовки в поэзии В. В. Маяковского с позиции теории речевых актов. Материалом для исследования стали тексты произведений поэта, помещенные в фундаментальном издании «Большое собрание стихотворений и поэм в одном томе» [2]. Исследование проводилось с помощью описательного, интерпретационного и количественного методов на основе структурного, прагматического и функционально-семантического подходов.

С точки зрения теории речевых актов (РА) апелляционная конструкция (призыв) относится к императивам (или директивам). Дж. Р. Сёрль, который является создателем данной теории, выделил среди РА репрезентативы, директивы, экспрессивы, декларации [5, с. 182]. Директивы являются побудительными РА (императивами), среди которых, в свою очередь, выделяется множество разновидностей: приказ, просьба, мольба, приглашение, распоряжение, предупреждение, совет, разрешение, наказ, завет, убеждение, команда, наставление, указание, рекомендация, призыв и др. [6, с. 36–37]. Активное использование их в речи «отвечает основной функции языка – коммуникативной и основной цели общения – желанию говорящего убедить в чем-то собеседника, повлиять на него с тем, чтобы достичь своей коммуникативной цели» [7, с. 54].

В толковом словаре С. И. Ожегова призыв определяется как «политический лозунг, обращение, в лаконичной форме выражающее руководящую политическую идею, требование» [8, с. 591]. Здесь сделан акцент на политической направленности призыва, что соответствует его

функционированию в стихах В. В. Маяковского, но, несомненно, не является единственной формой содержания данного типа высказывания. РА призыва (апелляционный РА) редко становится предметом отдельного специализированного исследования. Е. В. Ларченкова отмечает, что изначально он возник как боевой клич [9, с. 127], поэтому и сегодня характерен для агрессивной, напористой речи, в которой говорящий стремится занять более высокое положение, чем адресат. Е. Б. Петрова в многоаспектной классификации императивных речевых актов характеризует РА призыва как некатегоричный (у адресата есть свобода выбора), инициативный (высказывание иницируется говорящим), нормативный (говорящий руководствуется моральными, юридическими и другими нормами), а также тот, в котором заинтересован (является бенефициаром) говорящий; статус говорящего приоритетен (является выше, чем у адресата), либо говорящий и адресат равны по статусу; выполнить действие должен адресат; среда использования – только официальная обстановка [10, с. 132]. Е. А. Филатова среди особенностей РА призыва выделяет невозможность его выражения косвенными способами (среди императивных РА такими являются только мольба и призыв) [11, с. 17]. Призыв относится к прескриптивным РА, предписывающим адресату какое-то действие [10, с. 128], то есть позиция говорящего изначально является более высокой, самим фактом призыва адресант дает адресату понять, что имеет право и социальные основания диктовать, требовать.

Разновидностью РА призыва является лозунг, представляющий собой «призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование» [9, с. 128]. Лозунги являются принадлежностью политической речи, где воплощают идеи сильного политического субъекта, позиционирующего себя как авторитет [12, с. 216].

В поэзии В. В. Маяковского призывы и лозунги вполне ожидаемы и закономерны. Поэт-трибун, активно приветствующий революцию и славящий ее достижения, формировал в своих стихах революционный пафос, наполняя их повышенной эмоциональностью, динамикой. Императивы не только вписывались в данный контекст, но и составляли основу пространства стихов поэта, которое можно охарактеризовать как директивное. П. А. Ваганова отмечает, что В. В. Маяковский, «призывая других, апеллирует к их сознанию, чувству, регулируя картину мира, напоминая об общественных ценностях» [13, с. 450].

В стихах поэта часто можно встретить развернутые призывы, составляющие целое стихотворение, насыщенное побудительными и восклицательными конструкциями. Актуальным для автора приемом является также употребление апелляционного РА в конце стихотворения, когда призыв является логическим завершением текста. Кроме того, призывы часто встречаются в заголовках стихотворений поэта. Из 530 стихотворений рассмотренного сборника [2] заглавие в форме призыва или лозунга имеют 47 (8,9 %). Это количество представляется нам весьма значительным и позволяющим говорить о большой роли апелляционных заголовков в стихах поэта.

Основная часть апелляционных заголовков в поэзии В. В. Маяковского построена как краткие РА лозунгового типа, чаще всего оформленные с помощью восклицательных предложений, однако есть и очень длинные апелляционные заглавия. По количеству лексем и по структуре такие заголовки делятся на:

– однословные, состоящие из одиночного глагола-сказуемого, чаще всего в форме императива, иногда с отрицательной частицей: «*Послушайте!*», «*Готовься...*», «*Выждем*», «*Посмеемся!*», «*Не юбилейте!*», «*Помните!*», «*Даешь!*», «*Отречемся!*»;

– двусловные, представляющие собой аналитическую форму сказуемого: «*Будь готов!*»;

– двукомпонентные, имеющие различную структуру: императив + прямое дополнение (иногда с определением): «*Смыкай ряды!*», «*Выволакивайте будущее!*», «*„Даешь изящную жизнь“*», «*Даешь хлеб!*», «*Даешь тухлые яйца!*», «*Добудь второй!*», «*Бей белых и зеленых*», «*Даешь автомобиль!*», «*Вонзай самокритику!*», «*Даешь материальную базу!*»; императив + косвенное дополнение: «*Не увлекайтесь нами*»; императив + обращение: «*Слушай, наводчик!*»;

– два-три однородных сказуемых, выраженных императивами и по-разному синтаксически оформленных: «*Соберитесь и поговорите-ка*», «*Готовься! Стой! Строй!*», «*Посмотрим сами, покажем им*», «*Лозунги к комсомольской переключке. Готовься! Целься!*» (здесь императивам предшествует пояснительное высказывание);

– неполные предложения, в составе которых нет императивов: «*К ответу!*», «*На цепь!*», «*На помощь!*», «*Домой!*», «*Долой шапки!*», «*Долой!*», «*Вперед, комсомольцы!*». Такие высказывания связаны с семантикой призыва и могут быть восстановлены в соответствующие полные конструкции: «*Призовем их к ответу!*», «*Посадим их на цепь!*», «*Спешите на помощь!*», «*Поехали домой!*» и т. п. В некоторых случаях в восстановлении нет необходимости, поскольку в предло-

жении использован фразеологизм с семантикой призыва: «*Прочь руки от Китая!*» (идиома *руки прочь*);

– распространенное предложение с обращением в начале и чаще всего с восклицательным знаком в конце: «*Пролетарий, в зародыше задуши войну!*», «*Товарищи, поспорьте о красном спорте!*», «*Крестьянин, – помни о 17-м апреля!*», «*Наш паровоз, стрелой лети...*», «*Пролетарка, пролетарий, заходите в планетарий*»;

– стихотворение-двустипийное с параллельной рифмовкой: «*Буржуй, прощайся с приятными деньками – / добьем окончательно твердыми деньгами*», «*Марксизм – оружие, огнестрельный метод. / Применяй умеючи метод этот!*», «*Каждый, думающий о счастье своем, / покупай немедленно выигрышный заем!*», «*Лезьте в глаза, влетайте в уши слова / вот этих лозунгов и частушек*», «*Мускул свой, дыхание и тело / тренируй с пользой для военного дела*», «*Дождемся ли мы жилья хорошего? / Товарищи, стройте хорошо и дешево!*», «*Так и надо – / крой, спартакиада!*», «*Товарищи хозяйственники! Ответьте на вопрос вы – / что сделано, чтоб выросли Казанцевы и Матросовы?*», «*Проверь, товарищ, правильность факта – / так или не так это*».

Заголовки последнего типа представляют собой отдельные стихотворные произведения, использование их в роли заглавия составляет оригинальную авторскую особенность, проявившуюся в стихах В. В. Маяковского. Скорее всего, источником такого паратекстуального приема является деятельность поэта как агитатора в Окнах РОСТА и заголовки, создаваемые им как подписи к плакатам. Такие заголовки-лозунги передают пафос революции, транслируют читателю экспрессию революционной агитации. По своей сути они являются кратким пересказом (анонсом) того, о чем более подробно будет сказано далее, в самом стихотворении. С одной стороны, такие заголовки нарушают принцип краткости, очень важный для В. В. Маяковского и проявляющийся как в его стихах вообще, так и в большей части заголовков в частности. С другой стороны, они сами по себе являются полноценными лозунгами, которые можно использовать на плакатах, и лаконично излагают содержание целого стихотворения, поэтому их можно называть краткими.

В апелляционных заголовках В. В. Маяковского почти в два раза чаще встречается форма единственного числа («*Готовься...*», «*Смыкай ряды!*», «*Бей белых и зеленых*», «*Пролетарий, в зародыше задуши войну!*» и др.). Конечно, она употребляется в обобщенном значении и указывает на обращение не к одному человеку, а к ка-

ждому слушателю / читателю. Тем не менее единственное число глагола позволяет поэту сделать обращение более личностным, показать, что лирический субъект взаимодействует с каждым адресатом отдельно.

Вынесенный в заголовок призыв всегда тесно связан с содержанием стихотворения, однозначно и точно указывает на то, о чем будет идти речь и к чему автор призовет читателя. Эта связь может выражаться не только содержательно и эмоционально, но и структурно. К примеру, в наименовании «*Не юбилейте!*» видим повелительное наклонение окказионального глагола *юбилейте* с приблизительной семантикой 'праздновать юбилей'. Поэт призывает не уделять большого внимания празднованию девятой годовщины Октябрьской революции, а вместо этого заниматься делом, продолжать революционные преобразования. В тексте стихотворения присутствует и другая повелительная окказиональная форма: *не рассказёйте* (от глагола *рассказёнить* с примерной семантикой 'сделать казённым, фальшивым'). Обе словоформы употреблены с отрицательной частицей, что также служит дополнительным средством связи между ними. Присутствуют в структуре стихотворения и другие императивы; заканчивается оно так же побудительной словоформой, но уже узуальной и с утвердительной семантикой:

«Нам
девятый Октябрь –
не покой,
не причал.
Сквозь десятки таких девяти
мозг живой,
живая мысль Ильича,
нас
к последней победе **веди!**» [2, с. 471] (выделено нами. – Х. С.).

В пространстве данного стихотворения формируется содержательно-структурное единство, важнейшим элементом которого является апелляционный заголовок, настраивающий читателя на восприятие и определяющий структуру всего текста.

Если призыв выражается формой не императива, а индикатива, например глаголом первого лица множественного числа («*Выждем*», «*Посмеемся!*», «*Отречемся*», «*Посмотрим сами, покажем им*»), то возникает семантика совместности: лирический субъект сообщает читателю, что действие, являющееся объектом призыва, будет выполняться ими вместе, поскольку оно является исключительно важным. В этом случае апелляционные заголовки обозначают инклюзивное

действие, а позиция лирического субъекта (автора) меняется: он уже не выше, а рядом. Отметим, что гораздо чаще заголовки обозначают эксклюзивное действие: поэт предпочитает занимать более высокое положение по отношению к читателю, выступать как авторитет, имеющий право на убеждение и призыв: «*Смыкай ряды!*», «*Бей белых и зеленых*», «*Готовься! Стой! Строй!*», «*Пролетарий, в зародыше задуши войну!*» и др. Напрямую обращаясь к читателю с призывом или лозунгом, апеллируя к нему, лирический субъект словно подразумевает, что сам он уже разобрался в вопросе, принял решение, сделал то, к чему призывает, и теперь, убежденный в правильности собственного поступка, стремится привлечь к действию и размышлению других. Герой В. В. Маяковского ведет за собой, он уверен в собственной правоте и вообще в деле социализма, и передаче этой уверенности способствуют апелляционные конструкции с эксклюзивным действием в заголовках стихов.

С помощью апелляционных заголовков поэт обращается к чувству и разуму своих адресатов, причем адресует сообщение «не к абстрактному читателю, а к своему современнику, строителю нового мира, которого он призывал, к которому обращался, которого убеждал» [14, с. 213]. В. В. Маяковский выступает как трибун, для творчества которого основной задачей было призывать к строительству нового мира, к принятию революции, пониманию ее идей и перспектив. Апелляционные заголовки в общей системе ярко агитационного творчества поэта стали одним из ключевых элементов, подчеркивающих, что для автора главное – вести читателя за собой, убеждать и призывать его.

Обращение к РА призыва в заголовках, достаточно частое для поэта, объясняется большим суггестивным потенциалом данного типа высказывания, его допустимой способностью «изменить мышление, сознание, поведение людей» [13, с. 446]. Почти каждый десятый заголовок демонстрирует вербальную модель, однозначно декодируемую читателем как прямой призыв сильного, уверенного в собственной правоте человека. Заголовок, оформленный как апелляционное высказывание, показывает, что у поэта нет сомнения в том, о чем он говорит, что он убежден в важности каждого действия, о котором идет речь. Своими призывами автор «убеждает человека, порой в довольно жесткой форме» [15, с. 138]. Заголовки звучат безапелляционно и строго, так чтобы у читателя не оставалось сомнений в важности сообщаемого, в необходимости выполнить призыв. В то же время хлесткость и жесткость заголовков поддерживается повы-

шенной эмоциональностью, что делает их очень убедительными.

Итак, заголовок в структуре художественного произведения выступает как паратекстуальный элемент, призванный воздействовать на читателя еще до чтения. Он задает тему, готовит к восприятию, настраивает на определенный способ мышления и на определенные чувства. Заголовок является выражением авторского начала, способом авторского влияния на читателя, с помощью которого поэт усиливает свою коммуникативную позицию. Если же заголовок представляет собой апелляционное высказывание, то роль автора еще более возрастает. Создание заглавия любого произведения требует целенаправленной вдумчивой работы, и В. В. Маяковский регулярно проводил ее, считая важным придумать содержательный, эмоциональный, прагматически выверенный заголовок практически к каждому из своих стихотворений. При этом поэт понимал большую значимость прескриптивных РА, среди которых особо выделял призыв и лозунг, выполняющие в его произведениях ведущую роль, формирующие директивное пространство поэтического текста автора. С помощью таких РА В. В. Маяковский создает целый комплекс апелляционных заголовков своих стихотворений. Апелляционные заголовки помогают лирическому субъекту стихов автора находиться в сильной позиции, ощущать свою ведущую роль, свое право на агитацию, убеждение, призыв. Позиция «над» читателем позволяет поэту выразить собственное превосходство, но это, как ни странно, не унижает адресата, поскольку автор выглядит как человек дела, сначала убедившийся в правильности какого-то действия, совершивший его сам, а только потом призвавший к нему читателей. Доминирующая позиция лирического субъекта В. В. Маяковского делает его апелляционные заголовки уникальными, отличающимися от обычных РА призыва и лозунга: они практически исключают для читателя свободу выбора, возможность сомнений, побуждая только положительно ответить на апелляцию поэта.

Список источников

1. Терехина В. Н. Текстология заглавий у Маяковского: инерция или традиция? // Творчество В. В. Маяковского. Вып. 4. Кн. 2. М.: Ин-т мир. лит. им. А. М. Горького РАН, 2020. С. 257–262.
2. Маяковский В. В. Большое собрание стихотворений и поэм в одном томе. М.: Эксмо, 2018. 1312 с.
3. Петрова Н. Г. Заглавия в поэтическом дискурсе футуристов: соотношение общего и индивиду-

ального // Мир науки, культуры, образования. 2012. № 5 (36). С. 257–261.

4. Андреева О. С. Интерпретация названия литературного произведения как механизм декодирования авторских смыслов (на примере произведения В. В. Маяковского «А вы могли бы?») // Категория смысла в философии, психологии, психотерапии и в общественной жизни: Мат. Всерос. психол. конф. М.: Кредо, 2014. С. 220–221.

5. Серль Дж. Р. Классификация речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986. С. 170–194.

6. Формановская Н. И. Прагматика побуждения и логика языка // Русский язык за рубежом. 1994. № 5–6. С. 34–40.

7. Крылова М. Н. Средства выражения императивной семантики в русском языке (функционально-семантическое поле императивности) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Т. 8. № 4. С. 54–64.

8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.

9. Ларченкова Е. В. Обращение и призыв как речевые акты (на материале французского языка) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2015. № 5 (100). С. 125–130.

10. Петрова Е. Б. Каталогизация побудительных речевых актов в лингвистической прагматике // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 3. С. 124–133.

11. Филатова Е. А. Побудительные высказывания как речевые акты в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1997. 19 с.

12. Костарев Е. С. Предвыборная листовка и лозунг как жанры политического дискурса // Мова. 2012. № 18. С. 215–218.

13. Ваганова П. А. Призывы-лозунги и призывы-апелляции в творчестве В. Маяковского // Молодежь. Наука. Общество – 2021: Сб. работ Всерос. науч.-практ. конф. / Отв. за выпуск С. Х. Петерайтис. Тольятти: ТГУ, 2023. С. 446–450.

14. Страшкова О. К., Рябиничева Д. В. Модальность высказывания в послереволюционной лирике Маяковского: к вопросу о коммуникативных стратегиях русского авангарда // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: ПГТУ, 2017. С. 402–414.

15. Козленков В. А. К художественно-пропагандистским стратегиям В. В. Маяковского: поэтика лозунга и агитационного плаката // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2013. № 6. С. 133–139.

References

1. Terekhina, V. N. (2020). *Tekstologiya zaglavii u Maiakovskogo: inertiya ili traditsiya?* [Textology of Mayakovsky's Titles: Inertia or Tradition?]. Pp. 257–262 iz kn. Tvorchestvo V. V. Maiakovskogo. Vyp. 4. Kn. 2.

Moscow, In-t mir. lit. im. A. M. Gor'kogo RAN. (In Russian)

2. Mayakovskii, V. V. (2018). *Bol'shoe sobranie stikhotvoreniy i poem v odnom tome* [A Large Collection of Verses and Poems in One Volume]. 1312 p. Moscow, Eksmo. (In Russian)

3. Petrova, N. G. (2012). *Zaglaviya v poeticheskom diskurse futuristov: sootnoshenie obshchego i individual'nogo* [Titles in the Poetic Discourse of Futurists: The Ratio of the General and the Individual]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*. No. 5 (36), pp. 257–261. (In Russian)

4. Andreeva, O. S. (2014). *Interpretatsiya nazvaniya literaturnogo proizvedeniya kak mekhanizm dekodirovaniya avtorskikh smyslov (na primere proizvedeniya V. V. Maiakovskogo "A vy mogli by?")* [Interpretation of the Title of a Literary Work as a Mechanism for Decoding Authorial Meanings (based on V. Mayakovsky work "Could You?")]. Pp. 220–221 iz kn. *Kategorii smysla v filosofii, psikhologii, psikhoterapii i v obshchestvennoi zhizni*: Mat. Vseros. psikhol. konf. Moscow, Kredo. (In Russian)

5. Searle, J. R. (1986). *Klassifikatsiya rechevykh aktov* [A Classification of Illocutionary Acts]. Pp. 170–194 iz kn. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike*. V. 17: *Teoriya rechevykh aktov*. Moscow, Progress. (In Russian)

6. Formanovskaya, N. I. (1994). *Pragmatika pobuzhdeniya i logika yazyka* [Pragmatics of Motivation and the Logic of Language]. *Russkii yazyk za rubezhom*. No. 5-6, pp. 34–40. (In Russian)

7. Krylova, M. N. (2022). *Sredstva vyrazheniya imperativnoi semantiki v russkom yazyke (funktsional'no-semanticheskoe pole imperativnosti)* [Means of Expressing Imperative Semantics in Russian (functional-semantic field of imperativeness)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika*. T. 8. No. 4, pp. 54–64. (In Russian)

8. Ozhegov, S. I. (1999). *Tolkovy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. 944 p. Moscow, Azbukovnik. (In Russian)

9. Larchenkova, E. V. (2015). *Obrashchenie i prizyv kak rechevye akty (na materiale frantsuzskogo yazyka)* [Address and Appeal as Speech Acts (based on the French language)]. *Izvestiya Volgogradskogo*

gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. No. 5 (100), pp. 125–130. (In Russian)

10. Petrova, E. B. (2008). *Katalogizatsiya pobuditel'nykh rechevykh aktov v lingvisticheskoi pragmatike* [Cataloging Incentive Speech Acts in Linguistic Pragmatics]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. No. 3, pp. 124–133. (In Russian)

11. Filatova, E. A. (1997). *Pobuditel'nye vyskazyvaniya kak rechevye akty v sovremennom russkom yazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Motivating Utterances as Speech Acts in Modern Russian: Ph. D. Thesis Abstract]. Moscow, 19 p. (In Russian)

12. Kostarev, E. S. (2012). *Predvybornaya listovka i lozung kak zhanry politicheskogo diskursa* [Election Leaflet and Slogan as Genres of Political Discourse]. *Mova*. No. 18, pp. 215–218. (In Russian)

13. Vaganova, P. A. (2023). *Prizvy-lozungi i prizvy-apelliatsii v tvorchestve V. Mayakovskogo* [Calls-Slogans and Calls-Appeals in the Work of V. Mayakovsky]. Pp. 446–450 iz kn. *Molodezh'. Nauka. Obshchestvo – 2021: Sb. rabot Vseros. nauch.-prakt. konf. Otz. za vypusk S. Kh. Peteraitis. Tol'yatti, TGU*. (In Russian)

14. Strashkova, O. K., Ryabinicheva, D. V. (2017). *Modal'nost' vyskazyvaniya v poslerevoliutsionnoi lirike Maiakovskogo: k voprosu o kommunikativnykh strategiakh russkogo avangarda* [Modality of Expression in Mayakovsky's Post-Revolutionary Lyrics: On the Issue of Communication Strategies of the Russian Avant-garde]. Pp. 402–414 iz kn. *Rossiya v mire: problemy i perspektivy razvitiya mezhdunarodnogo sotrudnichestva v humanitarnoi i sotsial'noi sfere*: Mat. II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Penza, PGU. (In Russian)

15. Kozlenkov, V. A. (2013). *K khudozhestvenno-propagandistskim strategiyam V. V. Maiakovskogo: poetika lozunga i agitatsionnogo plakata* [On the Artistic and Propaganda Strategies of V. Mayakovsky: The Poetics of the Slogan and Propaganda Poster]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Filologiya. No. 6, pp. 133–139. (In Russian)

The article was submitted on 03.06.2023

Поступила в редакцию 03.06.2023

Хань Сяо,

аспирант,

Казанский федеральный университет,

420008, Россия, Казань,

Кремлевская, 18.

hxhanxiao@yandex.ru

Han Xiao,

graduate student,

Kazan Federal University,

18 Kremlyovskaya Str.,

Kazan, 420008, Russian Federation.

hxhanxiao@yandex.ru