

РАЗДЕЛ III. РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 811.133.1`38

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-1-65-74

ЛИТЕРАТУРНАЯ СКАЗКА: СОЦИАЛЬНАЯ ПРИУРОЧЕННОСТЬ ЖАНРА

Викулова Л. Г.

Московский городской педагогический университет

129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4, корп. 1,

Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена выявлению факторов, определивших социальную приуроченность жанра литературной сказки XVII в. Проведён анализ эмпирического материала сказок французского писателя Шарля Перро с позиций лингвокультурологического подхода. Эмпирически проверено, что социальная приуроченность данного жанра обусловлена фактором моды в литературном и языковом творчестве писателей того времени. Доказано, что новые коды культуры, соответствовавшие социокультурным и языковым стандартам адресата высокого социального статуса, нашли своё отражение в литературной сказке. Автором были выявлены знаки семиотики повседневности, получившие своё отражение в знаковой системе аристократизма и роскоши, что нехарактерно для фольклора, но актуально для литературной сказки предпросветительского периода. Статья адресована специалистам, занимающимся проблемами семиотики, лингвистики текста и литературоведения.

Ключевые слова: дискурсивная мода, литературная сказка, модный жанр, социальная стратификация, прецедентный феномен, семиотика вещи и интересера.

LITERARY FAIRYTALE: SOCIAL TIMING OF THE GENRE

L. Vikulova

Moscow City University

4 build. 1 Vtoroy Selskochozyajstvennyj proezd, Moscow 129226, Russian Federation

Abstract. The article identifies the factors determining the social timing of the 17th century literary fairytale genre. The research procedures and methods are: the analysis of empiric material – Ch. Perrault's fairytales – was conducted from the sociolinguistic perspective. Empirical tests showed that social timing of the genre is determined by the factor of fashion in literary and linguistic writings of the authors of that time. It is proved, that new cultural codes, corresponding to sociocultural and linguistic standards of an addressee with high social status, were reflected

© СС ВУ Викулова Л. Г., 2019.

in literature fairytales. Theoretical and relevance is in revealing the signs of daily life semiotics, reflected in semiotic system of aristocraticism and luxury, which is not typical for folk fairytales, but relevant to literary fairytales of pre-Enlightenment age. The article is addressed to professionals dealing with the issues of semiotics, text linguistics and literary studies.

Key words: discourse fashion, literary fairytale, trendy genre, social stratification, precedent phenomenon, semiotics of a thing and interior.

Введение

Цель предпринятого исследования можно обозначить как попытку анализа проблемы, обнаруживаемой при изучении лингвокультурологического аспекта классического художественного произведения – литературной сказки. Одна из задач настоящей работы – рассмотрение феномена моды, влияющего, по мнению В. И. Карасика, на «нормативно-вкусовую характеристику общения» [5, с. 209] в рамках модных в контексте конкретной эпохи жанров. Вместе с тем выявляются «факты эпохи», по Ю. М. Лотману, отражающие *прецедентные феномены*, служащие индикаторами моды в сказке предпросветительского периода. При этом особенно актуальным становится утверждение Ю. М. Лотмана о том, что «каждый жанр, каждая культурно-значимая разновидность текста отбирает *свои факты*» [6, с. 304].

Для решения задачи необходимо выявить экстралингвистические факторы, способствовавшие переходу литературной сказки из 'низкого', устного регистра в высокий, письменный регистр. Отметим, что этому переходу способствовала коммуникативная среда, формировавшая *коммуникативное пространство*, предполагавшее знакомость языка общения, общую интеллектуальную сферу как знак культурной идентичности [4].

Такой подход неизбежно заставляет обратиться к факторам формирования

речевой практики, прежде всего, *фактору паратопии* как социокультурно значимому в контексте салонной коммуникации [9]. Локализация интеллектуальной жизни общества того времени в определённом пространстве тесно связана с аристократическими салонами, где культурная элита участвовала в литературной коммуникации. Салон был тем местом, где, по определению Б. Н. Тарасова, «обычный сословный аристократизм становился явно недостаточным для его существования, аристократизм своеобразно понимаемого ума, когда литераторы и артисты, ученые и философы, выходцы из нижних слоев, вставали почти на одну ступень с великосветской знатью, – вот что выражало новые веяния времени» [11, с. 79]. Причём, в отличие от фольклора, литературная сказка адресована не коллективному слушателю.

Новый жанр предполагал иной статус адресата, который был одновременно слушателем и читателем, – адресата высокого социального статуса, которому должны были соответствовать другие коды культуры, представленные в сказке. Здесь речь идёт о знаках, отражающих культурно ценностную информацию, кодируемую в тексте языковыми средствами. В литературной сказке представлен так называемый *вещный код* культуры, ставший носителем культурных смыслов читателя новой формации. Речь прежде всего идёт о *семиотике повсед-*

невности [7], где знаковость вещей, предметов интерьера, одежды отражает нормативно-ценностную систему означивания тех предметов, которые несут в себе культурную информацию о мире и социуме, отражая в том числе социальную иерархию персонажей в целом. Элементы повседневности (вещь, интерьер и т. п.) выступают в литературной сказке индикаторами так называемого *promotion sociale* (социального продвижения), по определению авторитетного специалиста по истории Франции XVII в. Л. Бели [14, p. 460].

Методы и теоретическое обоснование

Материал и задачи исследования предполагают изучение взаимодействия культурного фактора в языке, в том числе на фоне коммуникативных процессов, отражающих социальную приуроченность жанра литературной сказки. Согласимся с мнением М. Л. Ковшовой и Д. Б. Гудкова, утверждающих, что в подобных случаях важно «описание путей интерпретации языкового знака в пространстве культуры и культурных коннотаций как результата этой интерпретации»¹. Лингвокультурологический анализ текстов литературных сказок Ш. Перро позволит выявить мировоззрение писателя-новатора, считавшего необходимым отразить социально-культурный контекст своего времени. В этой связи актуальна мысль Л. В. Щербы, полагавшего, что писатель обладает в максимальной степени «оце-

ночным чувством (‘чутьем языка’), поскольку это чувство социально обосновано» [12, с. 37]. Эта высокая оценка роли писателя, который соотносит свои произведения с системой ценностей, принятых во французском обществе, «приводит к наделению некоторых текстов особой привлекательностью, побуждает образованных современников читать *модные произведения*» [1, с. 272].

Термин *мода* в отношении литературной сказки был впервые употреблён французским исследователем женской сказки М.-Э. Сторер в 1928 г. [17] и принят во французской филологической школе для характеристики соответствующего феномена. Подчёркнём, что современники анализируемого феномена относились к сказке именно как к модному явлению.

Мы солидарны с А. Б. Гофманом, считавшим модой одним из механизмов социальной регуляции индивидуального и группового человеческого поведения – именно в моде, по мнению учёного, превалирует ценностное начало [3, с. 21–26]. В своей теории модного поведения А. Б. Гофман выделяет несколько социальных функций моды [3, с. 182–197], среди которых для нашего исследования особенно актуальны: инновационная функция; функция социальной дифференциации; функция создания престижа.

Литературные сказки Ш. Перро стали инновацией, соотносимой с социокультурным опытом аристократического читательского сообщества. *Инновационная функция* модного жанра «стимулирует эвристическое, поисковое, *экспериментальное* (курсив наш – Л. В.) начало в обществе и культуре, развивает в социальной системе готов-

¹ Лингвокультурология // Словарь лингвокультурологических терминов / сост. М. Л. Ковшова, Д. Б. Гудков; отв. ред. М. Л. Ковшова. М.: Гнозис, 2017. С. 97.

ность не только к собственно модным, но и к другим видам нововведений» [3, с. 185]. Фактор новизны литературной сказки, соотносимой с конкретным периодом, ассоциируется с идеей принадлежности этого жанра статусной части общества. Так, французское элитарное общество вводило в свой круг определённые жанры, представлявшие собой отличительные знаки высокого положения читателей. При этом инновационный жанр играет роль знаковой системы, через стереотипно организованные тексты отражающей архетипы культуры и передающей их социальным институтам эпохи. Она выполняет семиотическую функцию, или функцию знака литературной традиции, что проявлялось ещё в рамках жанра старофранцузского рыцарского романа (XI–XIII вв.), в жанре литературной сказки (XVII в.), в новаторском жанре энциклопедии (XVII–XVIII в.) [2; 8; 10].

Концепт моды будет расплывчатым, если его увязывать только с понятиями времени и изменения. Необходимо учитывать *функцию социальной дифференциации* и *функцию создания престижа*. Думается, что мода на определённый жанр – одна из характерных форм социальной стратификации. Обратимся к текстам сказок Ш. Перро¹.

Так, в сказке «Спящая красавица» семейная жизнь описывается на фоне богатого, роскошного и комфортабельного дома, обозначаемого лексемой *château* ('замок', т. е. богатое и полное роскоши и комфорта строение).

¹ Далее цит. по: Перро Ш. Сказки / пер. с фр. под ред. М. Петровского; вступ. ст. комм. Н. П. Андреева. М.: ACADEMIA, 1936. 396 с.

Perrault Ch. Œuvres / textes établis, avec introd., sommaire biogr., bibliogr., notices, relevé de variantes, notes et glossaires par Gilbert Rouger. Paris: Garnier, 1967. LXXXI, 328 p.

Уточним, что замок украшали башни (*tours*) и донжон (*donjon*), главная башня, имевшая символическое и военное назначение:

... *la jeune Princesse courant un jour dans le Château, et montant de chambre en chambre, alla jusqu'au haut d'un donjon* (La Belle au bois dormant). – Принцесса, однажды разгуливая по комнатам **замка**, забралась наверх **в башню** (Спящая красавица).

В начале XVII в., согласно словарию *Le trésor de la langue française* Нико (Nicot, 1606), лексема *château* обозначала не оборонительное сооружение, а здание, одним из достоинств которого было то, что его башни позволяли его обитателям любоваться окружающей природой.

В литературной сказке того времени описываются предметы, символизирующие запросы и ценности аристократического общества, что несвойственно народной сказке. В частности, упоминается *кровать* (*lit*) как предмет, символизирующий высокий статус человека того времени и служащий символом его частной жизни:

Alors le Roi, qui était monté au bruit ... fit mettre la Princesse dans le plus bel appartement du Palais, sur un lit en broderie d'or et d'argent (La Belle au bois dormant). – Король ... велел положить принцессу в самом красивом покое дворца, на **ложе**, которое всё было **вышито золотом и серебром** (Спящая красавица).

... *il voit sur un lit, dont les rideaux étaient ouverts de tous côtés, le plus beau spectacle qu'il n'eût jamais vu* (La Belle au bois dormant). – Он видит перед собой **на ложе, занавеси которого подняты со всех сторон**, явление, какого он никогда не видел (Спящая красавица).

Кровать *lit* не просто предмет для сна и отдыха, как это понимает современный читатель, а показатель роскоши и помпезности в эпоху правления Людовика XIV, свидетельство достатка и высокого статуса хозяина дома. Отметим, что этот предмет-символ престижа и социальной стратификации в то время был равен по цене породистой лошади [16, р. 200, 201].

Приметы интерьера эпохи как знаковой системы аристократизма и роскоши отражены в сказке «Синяя борода»:

Voilà, lui dit-il, les clefs de deux grands garde-meubles, voilà celles de la vaisselle d'or et d'argent qui ne sert pas tous les jours, voilà celles de mes coffres-forts, où est mon or et mon argent, celles des cassettes où sont mes pierreries (La Barbe bleue). – Вот, – сказал он, – ключи от двух больших мебельных кладовых, вот ключи от серебряной и золотой посуды, которую не подают каждый день, вот ключи от моих сундуков с золотом и серебром и от ларцов с драгоценными камнями, а вот ключ, который отпирает все двери в замке (Синяя борода).

Elles montèrent ensuite aux garde-meubles, où elles ne pouvaient assez admirer le nombre et la beauté des tapisseries, des lits, des sofas, des cabinets, des guéridons, des tables et des miroirs, où l'on se voyait depuis les pieds jusqu'à la tête et dont les bordures, les unes de glaces, les autres d'argent et de vermeil doré, étaient les plus belles et les plus magnifiques qu'on eût jamais vues (La Barbe bleue). – Они поднялись затем в мебельные кладовые, где не могли надивиться количеству и красоте ковров, постелей, диванов, шкафчиков, столиков, больших столов и зеркал, в которых можно было видеть себя с ног до головы и

которые были в таких рамах, одни из стекла, другие из простого серебра или из позолоченного, что нигде нельзя было найти ни красивее, ни роскошнее (Синяя борода).

Среди предметов интерьера особое значение имеет *la table* (стол), новинка для того времени, диктовавшая особенности поведения за столом и его убранство. Скромный, на взгляд современного человека, предмет – стол – выступает знаком престижности убранства дома. Причём сыновья состоятельных родителей почитали за честь, чтобы они, а не слуги, подавали на стол в домах вельмож [13, р. 256].

Отметим, что среди предметов интерьера Ш. Перро упоминает *miroir* (зеркало), в котором человек видел себя во весь рост: *miroirs, où l'on se voyait depuis les pieds jusqu'à la tête*. Упоминание напольных зеркал в сказках «Золушка», «Спящая красавица» свидетельствует о моде на них в богатых домах. Зеркала в аристократическом доме имели не столько утилитарное, сколько символическое значение. Обязательным декоративным элементом больших зеркал во дворцах были тяжёлые рамы, о чём свидетельствует пример из сказки «Синяя борода», приведённый выше. Согласимся с утверждением В. И. Карасика о том, что зеркало предстаёт как «семиотически нагруженный объект» [5, с. 372], используемый не только в функции самонаблюдения, но и в функции индикатора благосостояния хозяина дома. Мода на напольные зеркала среди французской аристократии того времени привела к тому, что стоимость такого зеркала могла достигать стоимости имения.

Так, в Версале была построена зеркальная галерея, в которой было

выставлено 306 зеркал и на которую намекает Ш. Перро в «Спящей красавице»:

Ils passèrent dans un Salon de miroirs (La Belle au bois dormant). – Они прошли в зеркальный зал (Спящая красавица).

Детализация роскошного убранства позволяет читателю распознавать знаки определённой социокультурной группы, для которой важны внешние проявления благосостояния. Об этом свидетельствуют лексемы, характеризующие уровень социальной иерархии главного персонажа. Сказочник Ш. Перро талантливо описывает богатый интерьер, отражающий стремление хозяина дома к демонстрации своего богатства. Например, современному читателю не совсем понятно назначение *garde-meubles* (мебельных кладовых) того времени. Как отмечает Ж.-П. Коллине [15, р. 326] в комментарии к сказке «Синяя борода», в очень богатых домах XVII в., где было много мебели, такие кладовые были важным элементом нежилого пространства; в них складировали мебель, не использовавшуюся по сезону.

«Столовое серебро» было символом аристократизма и отличало простолюдинов от знати не только по наличию предметов роскоши, но и по умению пользоваться столовыми приборами и соблюдать этикет.

On mit devant chacune d'elles un couvert magnifique, avec un étui d'or massif, où il y avait une cuiller, une fourchette, et un couteau de fin or, garni de diamants et de rubis (La Belle au bois dormant). – Перед каждой из них (фей) поставили великолепный обеденный прибор с ларчиком из литого золота, где лежали ложка, вилка и ножик из тончай-

шего золота, украшенные алмазами и рубинами (Спящая красавица).

Подобный пример роскоши встречаем в сказке «Синяя борода»:

... un homme ... avait de belles maisons à la Ville et à la Campagne, de la vaisselle d'or et d'argent, des meubles en broderies, et des carrosses tout dorés (La Barbe bleue). – Жил-был человек, у которого были красивые дома и в городе и в деревне, посуда, золотая и серебряная, мебель вся в вышивках и кареты сверху донизу позолоченные (Синяя борода).

Дорогие приборы были признаком знати того времени, когда сервировка стола только устанавливалась – конец XVII – начало XVIII вв. Социокультуролог Д. Рош отмечает, что *l'assiette* (тарелка), *la cuillère* (ложка), *le couteau* (нож) и *la fourchette* (вилка) как обязательные приборы только входили в обиход и стали модным атрибутом высшего общества. Отмечается, что мужчины предпочитали использовать складной нож [16, р. 257–260]. Лексема *couvert* (приборы) в XVII в. обозначала полный набор предметов для одного человека на накрытом столе. Так, модные знаки повседневного аристократического быта в литературной сказке отражают семиотику действительности читателя высокого социального статуса.

Результаты и дискуссия

Рассмотрение литературной волшебной сказки в свете философской теории моды подводит к такому феномену, как *модные стандарты*, т. е. определённые правила или действия, зафиксированные в культуре особым образом (благодаря таким средствам фиксации, как предметы интерьера)

и реализуемые посредством материальных объектов – *модных объектов* (вещей и предметов). Получая статус *знаков моды*, они указывают на те ценности, которые в данном социуме воспринимаются как модные [3, с. 21–26]. Ценностное ядро моды составляют следующие атрибутивные (внутренние) ценности, зачастую имеющие высокую степень интериоризации, т. е. не воспринимаемые индивидами как нечто внешнее, чуждое и довлеющее над сознанием [3, с. 31–41, 49]: *современность*, ассоциирующаяся с прогрессивностью, стремлением к новизне, готовностью к творчеству; *демонстративность*, объясняющаяся отчасти коммуникативными аспектами человеческого существования, желанием проявить и показать себя. Подчеркнём, что для жанра литературной сказки XVII в. характерен весь набор вышеперечисленных ценностей.

Выводы

Стремление к обновлению литературы и языка, поиск новых творческих путей (жанров и стратегий) охватили высшее общество Франции XVII в. Представители высшего общества, не будучи профессиональными литераторами, философами и филологами, добровольно включились в игру сказкотворчества, рассматривая её как необременительное и занятое времяпрепровождение в дамских салонах. Как отмечает французский историк Л. Бели, образ жизни французской знати этого периода отражал стремление к культурному самоутверждению и созданию особой модели поведения и быта [14, р. 466–471].

Таким образом, сочинение литературных сказок на рубеже XVII–

XVIII вв. может быть рассмотрено как образец модного, по-своему экспериментального поведения и один из факторов проявления принадлежности к модной группе. Особенности распространения модных жанров можно, видимо, рассматривать не только как средство внедрения новых литературных и языковых форм, но и как форму самопрезентации той или иной малой социальной группы, адаптирующей своё коммуникативное поведение к ожидаемым реакциям партнёров по общению [5, с. 208, 209].

Вместе с тем А. Б. Гофман, автор социологического исследования, посвящённого моде, подчёркивая постоянство функционирования моды как социального явления, всё же справедливо признаёт преходящий характер каждого её проявления [3, с. 27]. Помимо этого, отечественный теоретик моды заявляет, что «мода отсутствует в обществах: статичных; закрытых; со строго ограниченным набором благ и культурных образцов; социально однородных или, наоборот, с жестко фиксированной иерархией социальных групп (касты, сословия), между которыми не может производиться свободный обмен индивидами и культурными образцами» [3, с. 46].

Универсальной формой социальной регуляции в таких обществах становится литература, отражающая знаковую жизнь социума, включая знаковую вещей, предметов быта и т. п. При этом литературная сказка как модный жанр своего времени соответствовала новому типу коммуникативного пространства, где семиотика повседневности создавала фактически образ нового человека, семиотические и культурные функции которого от-

ражались в семантике окружающих предметов.

Вышеперечисленные социокультурные факторы определили нестабильную литературную позицию жанра волшебной сказки и его кратковременный и преходящий характер. Тем не менее высокий социальный статус, авторитетность, образованность и определённая самодостаточность круга сочинителей и слушателей сказок оказались достаточными факторами для усиления позиций литературной сказки. При этом дискур-

сивное проявление текстов литературной сказки отразило новую коммуникативную практику, проявившуюся в семиотических аспектах репрезентации человека и сопутствующих элементах окружающего его пространства.

Итак, литературная волшебная сказка XVII в. действительно имела статус модного явления, где социальная приуроченность жанра стала ключевым фактором его успеха.

Статья поступила в редакцию 20.11.2018

ЛИТЕРАТУРА

1. Викулова Л. Г. Французский литератор XVII века: энциклопедическая доминация, лингвистическая компетенция, коммуникативное лидерство // Древняя и новая Романия. 2016. Вып. 17. С. 266–278.
2. Герасимова С. А. Имя издателя на титульном листе французской энциклопедии XVIII века как маркетинговый ход // Большое Евразийское партнерство: лингвистические, политические и педагогические аспекты: материалы Международной научно-практической конференции. М.: ИИУ МГОУ, 2018. С. 206–214.
3. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Книжный дом Университет, 2010. 228 с.
4. Дискурс как универсальная матрица вербального взаимодействия / отв. ред. О. А. Сулейманова. М.: ЛЕНАНД, 2018. 320 с.
5. Карасик В. И. Языковая пластика общения: монография. Волгоград: Парадигма, 2017. 462 с.
6. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 464 с.
7. Махлина С. Т. Семиотика повседневности. СПб.: Алетейя, 2009. 232 с.
8. Михайлова С. В. Лингвокультурема *salon*: аксиологический аспект // Человек и его язык: материалы юбилейной XVI Международной конференции научной Школы-семинара им. Л. М. Скредлиной. СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2013. С. 239–243.
9. Михайлова С. В. Социокультурная миграция жанра волшебной сказки XVII в. // Теория и практика общественного развития. 2011. № 8. С. 391–394.
10. Райскина В. А., Дубнякова О. А. Коммуникативно-когнитивные функции жанра старофранцузского рыцарского романа // Человек в информационном пространстве: сборник научных трудов / под общ. ред. Т. П. Курановой. Ярославль: РИО Ярославского государственного педагогического университета, 2016. С. 299–304.
11. Тарасов Б. Н. «Мыслящий тростник»: Жизнь и творчество Паскаля в восприятии русских философов и писателей. 2-е изд. М.: Языки славянских культур, 2009. 896 с.
12. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность / отв. ред. Л. Р. Зиндер, М. И. Матусевич. Л.: Наука, 1974. 428 с.
13. Ariès Ph. L'enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime. Paris: Seuil, 1973. 318 p.
14. Bély L. La France au XVII-e siècle. Puissance de l'Etat, contrôle de la société. Paris: PUF, 2009. 846 p.

15. Collinet J. P. Notices et Notes. Bibliographie // Perrault Ch. Contes. Paris: Gallimard, 1981. P. 274–371.
16. Roche D. Histoire des choses banales. Naissance de la consommation XVII–XIX siècle. Paris: Librairie Arthème Fayard, 1997. 323 p.
17. Storer M. E. Un épisode littéraire de la fin du XVIIIe siècle : La mode des contes de fées (1685–1700). 2 ed., repr. Genève: Slatkine, 2011. 290 p.

REFERENCES

1. Vikulova L. G. [French writer of the seventeenth century: an encyclopedic domination, linguistic competence, communicative leadership]. In: *Drevnyaya i novaya Romaniya* [Ancient and New Romagna], 2016, no. 17, pp. 266–278.
2. Gerasimova S. A. [The name of the publisher on the title page of the French encyclopedia of the eighteenth century as a marketing ploy]. In: *Bol'shoye Evraziyskoye partnerstvo: lingvisticheskie, politicheskie i pedagogicheskie aspekty: materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [The great Eurasian partnership: linguistic, political and pedagogical aspects: proceedings of the International scientific-practical conference]. Moscow, MRSU Ed. off. Publ., 2018. pp. 206–214.
3. Gofman A. B. *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and people. A new theory of fashion and fashionable behavior]. Moscow, Knizhnyi dom Universitet Publ., 2010. 228 p.
4. Suleymanova O. A., ed. *Diskurs kak universal'naya matritsa verbal'nogo vzaimodeystviya* [Discourse as the universal matrix of verbal interaction]. Moscow, LENAND Publ., 2018. 320 p.
5. Karasik V. I. *Yazykovaya plastika obshcheniya* [Language plastic of communication]. Volgograd, Paradigma Publ., 2017. 462 p.
6. Lotman Yu. M. *Vnutri myslyashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya* [Inside the thinking worlds. Man – text – semiosphere – history]. Moscow, Shkola «Yazyki russkoi kul'tury» Publ., 1996. 464 p.
7. Makhlina S. T. *Semiotika povsednevnosti* [Semiotics of everyday life]. St. Petersburg, Aleteiya Publ., 2009. 232 p.
8. Mikhailova S. V. [Lingoculturema salon: axiological aspect]. In: *Chelovek i ego yazyk: materialy yubileinoi XVI Mezhdunarodnoi konferentsii nauchnoi Shkoly-seminara im. L. M. Skrelinoi* [People and language: proceedings of the anniversary conference of the XVI International scientific School-seminar named after L. M. Skrelin]. St. Petersburg, Russian State Pedagogical University of Russia Publ., 2013, pp. 239–243.
9. Mikhailova S. V. [Socio-cultural migration of the 17th century fairy tale genre]. In: *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 2011, no. 8, pp. 391–394.
10. Raiskina V. A., Dubnyakova O. A. [Communicative-cognitive functions of the genre of the old French romance of chivalry]. In: Kuranova T. P., ed. *Chelovek v informatsionnom prostranstve* [People in information space]. Yaroslavl, Yaroslavl State Pedagogical University Ed. office Publ., 2016, pp. 299–304.
11. Tarasov B. N. «Myslyashchii trostnik»: *Zhizn' i tvorchestvo Paskalya v vospriyatii russkikh filosofov i pisatelei* [“Thinking Reed”: The life and work of Pascal in the perception of Russian philosophers and writers]. Moscow, Yazyki slavyanskikh kul'tur Publ., 2009. 896 p.
12. Shcherba L. V. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatelnost'* [Language system and speech activity]. Leningrad, Nauka Publ., 1974. 428 p.
13. Ariès Ph. *L'enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*. Paris, Seuil, 1973. 318 p.

14. Bély L. La France au XVII-e siècle. Puissance de l'Etat, contrôle de la société. Paris, PUF Publ., 2009. 846 p.
 15. Collinet J. P. Notices et Notes. Bibliographie. In: Perrault Ch. *Contes*. Paris, Gallimard, 1981. P. 274–371.
 16. Roche D. Histoire des choses banales. Naissance de la consommation XVII–XIX siècle. Paris, Librairie Arthème Fayard, 1997. 323 p.
 17. Storer M. E. Un épisode littéraire de la fin du XVII^e siècle: La mode des contes de fées (1685–1700). Genève, Slatkine Publ., 2011. 290 p.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Викулова Лариса Георгиевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры романской филологии Института иностранных языков Московского городского педагогического университета;
e-mail: vikulovalg@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Larissa G. Vikulova – Doctor in Philological Sciences, Professor at the Department of Romance Philology in Foreign Languages Institute, Moscow City Teacher Training University;
e-mail: vikulovalg@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Викулова Л. Г. Литературная сказка: социальная приуроченность жанра // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 1. С. 65–74.
DOI: 10.18384/2310-712X-2019-1-65-74

FOR CITATION

Vikulova L. G. Literary fairytale: social timing of the genre. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2019, no. 1, pp. 65–74.
DOI: 10.18384/2310-712X-2019-1-65-74