



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'42:811.11

Дата поступления: 20.12.2021
рецензирования: 25.01.2022
принятия: 28.02.2022

**Речевая характеристика специалиста в сфере пиара
как средство художественной выразительности
(на материале романов Кристофера Бакли)**

М.В. Оберюхтина

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация

E-mail: abetina@yandex.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4144-4885>

Аннотация: Многочисленные исследования отечественных и зарубежных филологов посвящены языку рекламы, политиков и созданию образа личности в художественных произведениях. Однако специфике работы пиар-специалистов с публичными рилейшнз как отдельной от рекламы бизнес-практикой внимание в научной литературе уделяется не так часто. Кроме того, не существует определенного мнения насчет того, насколько речевая характеристика, особенности функционирования таких художественных средств и языковых единиц важны в определении и самоопределении героев художественного произведения как специалистов в определенной профессиональной области. Цель данной статьи – рассмотреть элементы речевой характеристики героя, фигурирующего в двух романах К. Бакли, исследуя также особенности пиара как бизнес-практики. На материале таких романов, как «С первой леди так не поступают» (No Way to Treat a First Lady) и «Здесь курят» (Thank You for Smoking) рассматривается речь персонажа Ника Нейлора – пиар-представителя Табачной академии в одном романе и специалиста по связям с общественностью, предоставляющего пиар-услуги частным лицам, – в другом. Делается заключение о том, насколько типичны средства художественной выразительности в его речи, насколько последовательно его речевая характеристика выстраивается в двух романах и насколько его определяет профессия пиар-специалиста. В теоретическом плане проверяются положения работ, утверждающих высокую вероятность соответствия речевой характеристики героя его окружению и сфере занятости, а также трудов отечественных лингвистов, исследующих филологические аспекты производства рекламных текстов с точки зрения наличия в них определенных стилистических приемов и шире – языковой игры.

Ключевые слова: пиар; сквозной персонаж; речевая характеристика; стилистические средства выразительности; идентичность; карьера; профессиональный.

Цитирование. Оберюхтина М.В. Речевая характеристика специалиста в сфере пиара как средство художественной выразительности (на материале романов Кристофера Бакли) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2022. Т. 28, № 1. С. 126–132. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2022-28-1-126-132>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Оберюхтина М.В., 2022

Мария Викторовна Оберюхтина – аспирант кафедры английского языкознания, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 119991, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, 1.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 20.12.2021
Revised: 25.01.2022
Accepted: 28.02.2022

**Speech portrayal of a PR officer as a means of artistic expression
(based on the material of Christopher Buckley's novels)**

M.V. Oberyukhtina

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation
E-mail: abetina@yandex.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4144-4885>

Abstract: A lot of research is devoted to both the language of advertising and politics and a character's image in the works of fiction, respectively. However, some issues related to the specificity of PR officers' work regarding public relations as a separate form of business different from advertising or marketing practices might require some clarification. In the present article the author concentrates, in particular, on the determination of types of stylistic means and other means of artistic expression in the speech of a particular character, as well as on the formation of speech portrayal of a specialist in the field of public relations. In addition, the article concerns itself with considering the functions of such specific linguistic and phraseological units, and stylistic, syntactic and graphic means that may be typical of the speech of the same character in several novels by Christopher Buckley. Using the material of such novels as 'No Way to Treat a First Lady' and 'Thank You for Smoking', the author seeks to analyse Nick Naylor's speech in order to see how consistently his speech portrayal is constructed in the two novels and to what extent his profession defines him as a person. As far as

the theoretical background of the article is concerned, the author relies on and does research into the following issue: is it possible to challenge the research results stating the correspondence of a character's speech characteristics to his work environment and employment sphere? In addition, the author gives credit to the research of the Russian linguists for investigating philological aspects of advertising texts production and word play.

Key words: PR; recurring character; speech portrayal; stylistic means; identity; career; professional.

Citation. Oberyukhtina M.V. Speech portrayal of a PR officer as a means of artistic expression (based on the material of Christopher Buckley's novels). *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya = Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2022, vol. 28, no. 1, pp. 126–132. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2022-28-1-126-132>. (In Russ.)

Information on the conflict of interests: author declares no conflict of interest.

© Oberyukhtina M.V., 2022

Maria V. Oberyukhtina – postgraduate student of the Department of English Linguistics, Lomonosov Moscow State University, 1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation.

Введение

Отечественные и зарубежные филологи [Менджеричкая 1998, Ксензенко 1996; Ксензенко 2003] исследовали язык рекламы, политиков и создание образа личности в художественных произведениях, но специфике работы пиар-специалистов с публичными рилейшнз как отдельной от рекламы бизнес-практикой уделяется недостаточно внимания, не существует определенного мнения насчет того, насколько речевая характеристика, особенности функционирования таких художественных средств и языковых единиц важны в определении и самоопределении героев художественного произведения как специалистов в определенной профессиональной области. Цель статьи – рассмотреть элементы речевой характеристики героя, фигурирующего в двух романах К. Бакли, исследуя также особенности пиара как бизнес-практики.

Романы «С первой леди так не поступают» (No Way to Treat a First Lady) и «Здесь курят» (Thank You for Smoking) послужили материалом для рассмотрения речи персонажа по имени Ник Нейлор – пиар-представителя Табачной академии во втором из вышеназванных романов и специалиста по связям с общественностью, предоставляющего пиар-услуги частным лицам, – в первом. В статье исследуется то, насколько типичны средства художественной выразительности в его речи, насколько последовательно его речевая характеристика выстраивается в двух романах и насколько его определяет профессия пиар-специалиста. В теоретическом плане проверяется высокая вероятность соответствия речевой характеристики героя его окружению и сфере занятости [Алешко-Ожевская 2006], а также рассматриваются труды отечественных лингвистов, исследующих филологические аспекты производства рекламных текстов с точки зрения наличия в них определенных стилистических приемов и шире – языковой игры.

Методы и материалы исследования. Теоретическое обоснование

Среди методов, использованных при проведении данного исследования, необходимо назвать контекстуальный, сравнительный и семантический анализ. Таким образом, тексты романов подвергаются систематическому обзору и исследованию.

Для данного исследования необходимо, прежде чем проводить лингвистический анализ, определить два ключевых термина из названия статьи. Как следует из определений «Литературной энциклопедии», а также, как указывает С.И. Алешко-Ожевская, в речевую характеристику, или речевой портрет, героя возможно включать лексику, фразеологию, синтаксические обороты, свойственные конкретному герою произведения и подобранные автором для того, чтобы придать герою неповторимые черты, выделить его среди других персонажей [Алешко-Ожевская 2006].

Ключевым для данной статьи является также понятие «сквозной персонаж» (англ. Recurring character), речевая характеристика которого будет определяться в данной статье. Сквозным персонажем называется некий герой, кочующий из одного произведения определенного автора в другое, претерпевающий некую эволюцию на этом пути, причем сквозные персонажи могут возникать как в циклах романов (см. цикл «Ругтон-Маккары» Э. Золя), так и в отдельных произведениях одного автора (см. рассказы Дж.Д. Сэлинджера). Интересное замечание по поводу сквозных персонажей делают в своей работе Полтавец Е.Ю., Ивочкина К.П., отмечая, что «сквозной персонаж (и это характерно не только для эпохи романтизма, но и для реалистических произведений, например, произведений Л.Н. Толстого о Нехлюдове) зачастую представляет собой тип героя, одинокого в своей среде, мало кем понимаемого, большей частью носителя авторского видения» [Полтавец, Ивочкина 2015, р. 33]. В нашем случае это, по-видимому, распространенное мнение явно поддерживается в романе «Здесь курят», но еще предстоит выяснить, считает ли и изображает ли К. Бакли своего героя таким в романе «С первой леди так не поступают».

Кроме того, в данной статье обсуждается то, как и насколько работа, выполняемая персонажем, определяет его как личность. Данному вопросу посвящены многочисленные исследовательские работы в области психологии. В частности, в работе Ф. Мейерса The development of a career identity («Процесс самоидентификации, связанный с выполняемой работой») предлагается термин в английском языке, называющий самоопределение через сферу деятельности, – career identity, определенный следующим образом: «Так называемая

самодентификация через профессиональную деятельность подразумевает такой набор смыслов, через которые индивид связывает свои интересы, компетенции и мотивацию с приемлемыми для него профессиональными ролями»¹ [Meysers 1998].

Кейт Уолш в работе *Creating an Individual Work Identity* («Создание индивидуальной профессионально-личностной идентичности») небезосновательно утверждает, что «люди в какой-то степени выступают в роли доверенного лица, представляющего определенную компанию, общаясь с клиентами и покупателями» [Walsh 2008, p. 4]. Как и принадлежность к любой социальной группе, принадлежность к группе профессионалов в своем деле определяет черты той или иной личности. С другой стороны, тот же исследователь отмечает, что исследуемые индивиды определяют себя через профессию реже, когда не занимаются непосредственно профессиональной деятельностью, т. е. в кругу семьи, на дружеских встречах и т. д.

Интересно отметить убежденность автора данной работы, подкрепленную исследованиями другого специалиста, на которого К. Уолш ссылается, в том, что самоопределение появляется, меняется и подтверждается только в процессе коммуникации (Charon 1992, p. 85), т. е. непосредственно путем передачи информации, эмоций, намерений, обмена мнениями, средства передачи которых могут быть подвергнуты филологическому анализу.

Далее, в докторской диссертации Дж. Йейтс особенное место занимает раздел «Профессиональное самоопределение как часть теории о роли профессиональной деятельности в самоопределении личности» (*Occupational identities as a part of identity-based career theory*) и появляется термин *occupational identity*. Автор диссертации обнаруживает после проведения исследований, что при выборе профессионального пути человек решает не просто, чем он хочет заниматься, но также и то, кем/какой личностью он хочет стать. Результаты данного исследования показывают, что решения, которые индивиды принимают на пути к выбору карьеры и карьерному росту, полезно рассматривать с точки зрения *identity-driven approach*, т. е. «лично-ориентированного подхода» (Yates 2017, p. 246).

Итак, в данной работе нам предстоит выяснить, является ли самоопределение через профессиональную деятельность важным для Ника Нейлора, проявляется ли это последовательно в двух романах К. Бакли и насколько это отражается на подборе им языковых средств в его речи.

В настоящей работе названия романов на английском и русском языке *No Way to Treat a First Lady* («С первой леди так не поступают») и *Thank You for Smoking* («Здесь курят», соответственно) используются взаимозаменяемо.

Языковая игра в романе «Здесь курят»

Среди образцов речи Ника Нейлора встречаются типичные случаи языковой игры, построенные на обыгрывании особенностей английской лексики и фразеологии и синтаксиса английского языка. Отметим, что в данном случае понятие синтаксиса должно рассматриваться всегда в совокупности с понятием просодия, особенно в случаях, когда мы рассматриваем прямую речь и внутреннюю речь героя, ведь, как представляется, даже в неэкранизированном произведении любая речь героя воспринимается читателем как речь звучащая [Александрова 2020], и, следовательно, необходимо в научном исследовании воспринимать ее соответствующим образом и анализировать как письменный вид реплик героя, так и предполагаемую манеру произношения таковых.

Например, при обсуждении одной из пиар-кампаний агентства «Академия исследований табака» Ник предлагает вместо одной не сработавшей формулировки *Some people want you to smoke. We don't* (она ни с точки зрения языковых средств, ни с точки зрения теории аргументации не представляет собой сколько-нибудь привлекательного девица для подростков) другую, а именно *Everything your parents told you about smoking is right*.

В этом предложении имеет значение не только то, что, будучи отделенной от контекста, его часть *smoking is right* (англ. «курить – хорошо») противоречит общему смыслу высказывания и помогает продвигать курение в целевой аудитории подросткового возраста. Кроме этого, разбитая в разговорной речи на две другие части интонационно и с синтаксической точки зрения, эта фраза также по значению будет аналогична *smoking is right* (см. *everything your parents told you about (is)... smoking is right*).

В коротком формальном разговоре типа *small talk* с корреспондентом газеты *Moon* “How long have you been a *Moonie*? I mean, how long have you been with the *Moon*?” (Buckley 2006, p. 86) и благодаря названию газеты *Moon* главный герой ухитряется играть со словом *moonie* (*weirdo/ member of Unification church... whose members must obey its rules... completely*), которое к тому же еще и созвучно слову *loonie* – с пометой «разговорное, неофициальное» *someone who is crazy or strange* (согласно *Longman Dictionary of Contemporary English*). Таким образом ему удается посмеяться над девушкой-репортером из этого издания (ставившей себе цель после интервью с Ником очернить репутацию Табачной академии), сравнив ее с религиозными фанатиками из секты с негативной на тот момент репутацией в США.

Интересны с лингвистической точки зрения эпизоды из разговоров Ника с друзьями, также являющимися лоббистами в своих областях (торговли оружием и алкоголем), когда он мысленно проигрывает в уме очередное интервью, в котором должен участвовать со дня на день. В одном из таких разговоров он, по обычаю, собирается шутить

¹ A career identity is a structure of meanings in which the individual links his own motivation, interests and competencies with acceptable career roles.

и в ответ на предполагаемый вопрос *Could this human tragedy have been avoided?* собирается сказать: “Why human? I would have thought inhuman tragedy” (Buckley 2006, p. 27). В данном вопросе реализуются несколько значений слова *human* (relating to people, typical of people – Longman Dictionary of Contemporary English) в фразеологическом сочетании *human tragedy* – «глобальное бедствие, бедствие многих людей сразу» в противопоставлении *inhuman lacking any human qualities in a way that seems strange or frightening*. Иными словами, в то время как *inhuman* обычно противопоставляется *human* по одному лексическому значению, Ник использует его в составе фразеологического сочетания, деформируя его, вызывая тем самым у слушателей и читателей ироническое восприятие фразы.

Далее, на передаче *Опры Уинфри*, куда Ник приглашен как пиар-представитель «Академии исследований табака», он выражает свою позицию по поводу табакозаместительной терапии, с помощью которой люди пытаются бросить курить, следующими словами: “I wouldn’t let one of those things get *near my skin*” (Buckley 2006, p. 79). В данной реплике отчетливо прослеживается связь с идиомой *get under my skin /I’ve got you under my skin*, ведь речь идет о никотиновых пластырях, или патчах (наклеивая их на кожу, человек получает определенное количество никотина без, собственно, курения). Такого замещения табака герой стерпеть не может. Это объясняет, почему в его словах идиома *get under my skin* («раздражать, расстраивать») деформируется до *get near my skin*, таким образом реализуя как прямое, так и переносное значение – «Я не позволю им проникнуть мне под кожу»/ «Я не позволю им себя раздражать». Таким образом, в произведении Бакли используется еще и лексическая полифония – одновременное раскрытие двух или более парадигматических значений слов в одном контексте [Задорнова 1984]. Отметим, что к этой реплике примыкает не менее интересный с лингвистической точки зрения комментарий автора анонимного звонка на шоу *Опры Уинфри*, где участвует Ник: “Within a week we’re going to dispatch Mr. Naylor for all the pain and suffering he’s caused in the world”. В этом высказывании игра слов *patch* («никотиновый пластырь») и *dispatch* (“намеренно убить человека или животное”, с пометой «устар.») и *send someone somewhere for a particular purpose* в Longman Dictionary of Contemporary English) создает в этой несомненной угрозе изысканный лингвистический подтекст: несколько позже этого героя действительно пытаются убить весьма изощренным способом, выкрав его и обклеив огромным количеством никотиновых патчей, в результате чего он и вправду чуть не погибает вследствие тяжелого отравления никотином.

Отдельно стоит сказать об употреблении множественного числа имен собственных. В романе эта тенденция наиболее ярко проявляется во фразе “The Ron Goodes of this world *want* the Robin

Willigers to die... so that their *budgets* will go up”. Согласно исследованию О.Г. Ревзиной, употреблением множественного числа имен собственных достигается особенная цель – обозначение не только конкретного референта, но и свойств, принадлежащих лицу (Ревзина 1991, с. 174). И.И. Гришина утверждает также, что «в тексте художественного произведения... автор показывает только одну, определенную, заранее выбранную им часть, зашифрованную в значении имени собственного, которая, в свою очередь, необходима читателю для выявления характерологической сущности действующего лица или персонажа, его роли и задачи, определяющих его поведение, поступки и действия [Гришина 2010, pp. 77–80]. Как показывают данные исследования, имена собственные, употребляющиеся во множественном числе, свидетельствуют обычно о проявлении авторской иронии и сарказма в прямой речи персонажа художественного произведения. Можно также говорить о характеристике одним словом целой группы лиц, а значит, обезличивании героя с данным именем и одновременном приписывании ему неких черт, способных управлять глобальными процессами в мире. В вышеупомянутом отрывке из романа «Робинами Виллигерсами» называются, таким образом, все социально незащищенные люди на конкретном примере ребенка, а «Ронами Гудесами» – сильные мира сего.

Когда Ник вновь присоединяется к собранию Академии, восстановившись после «отравления» никотиновыми пластырями, его всячески чувствуют коллеги, поскольку он чудом избежал смерти и своей речью после освобождения из плена похитителей неким образом смог и улучшить репутацию Академии. Он, однако, слушает дифирамбы в свой адрес с иронией, повторяя про себя фразу “We few, we happy band of brothers” (Buckley 2006, p. 120), которая является прямой отсылкой к «Генриху V» У. Шекспира, а именно к моменту, когда войска Генриха V оказываются намного малочисленнее войск противников-французов в битве при Ажанкуре; этой фразой герой пьесы подчеркивает, что тем ценнее братство, чем меньше людей в нем, и это обстоятельство только укрепит их взаимоотношения и репутацию. Тот же смысл несет и эта реплика из внутренней речи Ника на собрании команды Табачной академии. Однако, окруженная контекстом романа – брифингом о новых процедурах безопасности в компании, необходимых из-за возможного нападения на сотрудников, – эта деталь вертикального контекста оказывается иронически обыгранной у К. Бакли.

Примечательно, что, даже оставшись наедине с собой в нерабочей обстановке, Ник вспоминает и напевает песню *The smoke, the smoke* (Buckley 2006, p. 139). Первое значение слова, согласно Longman Dictionary of Contemporary English – «дым», однако Ник в своей внутренней речи называет песню-арию из «Кармен» – *cigarette song* («Песнь о сигарете»), вспоминая о том, как поста-

новку оперы в театре однажды финансировала его родная академия, т. е. для него слово *smoke* снова реализуется в этом контексте в двух значениях: «дым» и «курение».

Пиар-стратегии, их общая риторическая направленность, связь с теорией аргументации и дискурсивными стратегиями в романе

Будучи де-юре достаточно молодой практикой в мире бизнеса, пиар тем не менее имеет достаточно богатую историю и достаточные основания для того, чтобы считаться результатом сочетания таких теоретических концепций, как теория аргументации и филологический анализ звучащей речи и письменного текста. Как соглашаются некоторые авторы [Анисимова 2016; Гуляйкина 2016], из дискурсивных стратегий, наиболее свойственных пиар-дискурсу, достаточно частотны следующие типы. Это стратегия солидаризации, характеризующаяся апелляцией пиар-советника к авторитетным мнениям, мнениям лица, на которое оказывается воздействие, стратегия убеждения, раскрывающаяся через интертекстуальность в виде реминисценций, пересказ, упоминание прецедентных текстов, эвфемизация и хеджирование с целью завоевать расположение аудитории, упоминание общих прагматических истин, наконец, манипулятивные стратегии (такие, как чрезмерно эмоционально-оценочные определения, активизация и пассивизация смысла высказывания через лексические средства) и многое другое.

Обратимся к нескольким примерам использования дискурсивных стратегий, традиционно используемых в пиар-дискурсе; в целом роман действительно изобилует такими примерами в прямой и внутренней речи главного героя.

Во фразе, которую говорит Ник клиенту – “It’s the good news/ bad news situation. The bad news is we’ve got to make it a turkey...The good news is, they’re willing to spend five million dollars on this campaign” (Buckley 2006, p. 68), – используется манипулятивная техника, описываемая английской идиомой-клише *good news/bad news situation*: “Both an aspect or outcome that is very positive or beneficial, as well as another aspect or outcome that is unfortunate or detrimental. Usually used when the bad news overshadows the good” (Free Idioms Dictionary).

Далее, на интервью, цель которого – унижить Ника лично и понизить рейтинг представляемой им Академии, главный герой, понимая, что загнан в угол, произносит: “Is it all right if I smoke?... Well, it’s traditional at firing squads to offer the condemned the last cigarette” (Buckley 2006, p. 47), отчего смеются очень многие зрители и даже главный «гвоздь программы», мальчик, у которого диагностирован рак якобы из-за пассивного курения, символом которого на передаче является Ник Нейлор. В первых, в данном контексте используется отсылка к такому известному прецедентному феномену XX–XXI веков с безусловно негативной коннота-

цией, как «расстрельные команды». Приравняв себя к осужденным на расстрел такой командой, Ник автоматически заставляет зрителей встать на его сторону. Эта фраза производит такой эффект на слушателей, возможно, также и из-за подбора одновременно как бы гномической (формы поучительного умозаключения как элемента его самоиронии) и нарративной (сторителлинга) формы высказывания, что опять-таки заставляет зрителей шоу вызвать в памяти прецедентные феномены и одобрить слова и действия героя.

Языковая игра и пиар-стратегии в романе «С первой леди так не поступают»

В данном произведении Ник Нейлор является второстепенным, даже эпизодическим персонажем, поэтому примеры его речи ограничиваются лишь несколькими репликами. Однако можно попробовать вычленив лексико-фразеологические единицы и на основании их исследования сделать вывод о том, какова роль Н. Нейлора как сквозного персонажа в данном романе.

В романе «С первой леди так не поступают» Ник предстает перед нами как представитель частного лица, популярной актрисы Бабетты ван Анка. Он должен, подключив техники и стратегии пиар-кампаний, обелить ее репутацию в суде и по возможности выиграть дело, только улучшив репутацию женщины. Автор описывает его следующим образом: *Veteran of a hundred seemingly hopeless public relations challenges was at a loss as to how to cope with Babette’s new starring role as the president’s mistress* («Герой и ветеран стольких, казалось поначалу, безнадежных пиар-кампаний теперь не представлял себе, что делать с этим новым амплуа Бабетты ван Анка – “любовница президента”). Из разговора Ника, Бабетты, ее мужа и ее адвокатов становится ясно, что Ник приглашен как сторонний наблюдатель, консультант, чье дело, возможно, только направлять дело очищения репутации героини романа, о чем свидетельствует его реплика:

“I’d like to gin up some press stories about the many other aspects of Babette” (Buckley 2003, p. 45–46).

В данном высказывании *gin up* – экспрессивный производный фразовый глагол, образованный либо способом сокращения от слова *generate*, или напрямую от *gin* (*alcoholic beverage* – The Free Dictionary и Longman Dictionary of Contemporary English соответственно) с пометой «разговорное»; кроме того, *gin* может означать «наркотик», т. е. в сочетании с поствербом *up* может давать смысл «стимулировать». Одну историю для обеления репутации Бабетты Ник, оказывается, уже придумал, и в ней применяется типичная для пиар-кампаний манипулятивная стратегия, см. фразу: *The letter praised Van Anka slavishly for so generously offering them (handicapped children. – M. O.)* (Buckley 2003, p. 44) *unlimited use of the new hippodrome*, где наблюдается применение, быть может, чрезмерно большого количества слов и выражений с явными

эмоционально-оценочными коннотациями (но не говорится о смехотворности использования ипподрома детьми-инвалидами – этот вывод читатель делает сам). К таким же словам можно отнести и *gin up* из его вышеприведенного высказывания. Однако его знаменитой игры словами мы в данном романе не наблюдаем. Напротив, когда Ник задумывается о том, чтоб осветить в пиар-кампании Бабетты ее участие в благотворительном концерте, муж Бабетты говорит ему, раздраженный поведением жены и не желающий преувеличивать ее заслуги перед общественностью: “Babette’s concert... they threw rocks. It was a rock concert... Rock concert. You should have thought of that. You’re supposed to be so good with the words” (Buckley 2003, p. 46). Этими словами он напоминает Нику о его былой славе пиарщика, прекрасно умеющего играть словами и использовать это в потенциальных газетных заголовках и пиар-документах.

Итак, в романе «С первой леди так не поступают» Ник Нейлор оказывается уже отнюдь не первым человеком в пиар-индустрии, каким К. Бакли изображает его в «Здесь курят» – автор показывает, что его слава активного пиар-менеджера достигает пика и после этого он и становится скорее наставником для других. Показательна авторская ремарка после ссоры двух его клиентов: *At such times Nick yearned for the simpler days of going on television to denounce the latest medical evidence that smoking was bad for you.* Показательно и то, что во внутренней речи Бойса Бейлора, главного героя «С первой леди так не поступают», появляются мысли о самом себе такого рода: “He was the Siegfried of media handlers”, где вертикальный контекст прямо указывает на его высокое положение среди медийных личностей, обладание важной информацией и навыками. Зигфрид – невероятно знаменитый и привлекательный герой саги «Песнь о Нибелунгах», владеющий легендарными сокровищами и удивительными способностями, в т. ч. способностью понимать язык зверей и птиц; тем самым автор намекает на умение Б. Бейлора общаться с любой аудиторией, в частности с представителями СМИ.

Заключение

Подводя итоги, можно сказать следующее о прагматическом наполнении речи Ника и ее стилистической стороне.

По роду своей деятельности Ник Нейлор должен быть человеком с «хорошо подвешенным» языком, достаточно циничным и беспринципным, чтобы умело подтасовывать некоторые факты, переделывая оригинальные слова людей, иногда очень высокопоставленных, каковым он и является, судя по анализу используемых им языковых средств и речевых тактик. При осуществлении «связей с общественностью» он полностью погружается в свою работу, хотя и говорит, что занимается ею главным образом для того, чтобы зарабатывать на обучение сына в частной школе-пансионе. До некоторой степени его жизнь характеризует английское выражение *talk shop* («говорить о делах в свободное от работы время»), ведь даже с сыном и друзьями он порой продолжает говорить так, будто продумывает пиар-стратегии для Табачной академии.

Также автор предусматривает появление Ника Нейлора в романе «С первой леди так не поступают», но в качестве эпизодического героя. Однако можно утверждать, что линия действенности пиара, выстраивания пиар-кампаний продолжается, только выстраивает их теперь (и успешно!) главный герой адвокат Бойс Бейлор (можно отметить почти точное совпадение в фамилиях главных героев романа, что, возможно, не случайно придумано автором).

В рамках дискуссии и обсуждения проблемы отображения в художественной литературе карьерной идентичности можно подвергать сомнению то, что К. Бакли имел своей целью выстроить в серии романов карьерный путь героя, используя для этого исследуемые художественные средства, а также искать дальнейшее подтверждение или опровержение тому, что карьерная идентичность может проявляться через речевую характеристику, речевые практики героя художественных произведений.

Материалы исследования

Longman 2021 – Dictionary of Contemporary English online 2021. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary>.

The Free Dictionary 2021 – The Free Dictionary of Idioms online 2021. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com>.

Buckley 2003 – Buckley C. *No Way to Treat a First Lady*. New York: Random House, 2003.

Buckley 2006 – Buckley C. *Thank You for Smoking*. New York: Random House, 2006.

Yates, Julia 2017 – Yates, J. (2017) *A social identity approach to career development: possible selves and prototypical occupational identities*. PhD Thesis. 2017. DOI: <http://doi.org/10.15123/PUB.6815>.

Библиографический список

Alexandrova, Korableva, Kharkovskaya 2020 – *Aleksandrova Olga V., Korableva Ekaterina A., Kharkovskaya Antonina A.* Expressive Syntactic Devices as Means of Forming Advertising Discourse // *Functional Approach to Professional Discourse Exploration in Linguistics* / ed. by E.N. Maluyuga. Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2020. P. 59–93. DOI: http://doi.org/10.1007/978-981-32-9103-4_3.

Гришина 2010 – *Гришина И.И.* О двух подходах к интерпретации имени собственного // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2010. № 1–2 (5). С. 77–80. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2010_1-2_22.pdf; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15207947>.

Задорнова 1984 – *Задорнова В.Я.* Восприятие и интерпретация художественного текста. Москва: Высшая школа, 1984. 152 с.

Ксензенко 1996 – *Ксензенко О.А.* К вопросу о просодической организации рекламных текстов // ИНИОН РАН РФ. 1996. № 51184. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/2721808>.

Ksenzenko 2003 – *Ksenzenko O.A.* Play Upon Words and Images in Advertising // Language of Mass Media as an Object of Interdisciplinary Research. Москва: Издательство МГУ, 2003. URL: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/1553/file/Ksenzenko_Play_Upon_Words_and_Images_in_Advertising_2005.pdf.

Менджерическая Е.О. – *Менджерическая Е.О.* Fiction as an Object for Discourse Analysis // SPELTA Newsletter. 1998. № 16. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/5367315>.

Полтавец, Ивочкина 2015 – *Полтавец Е.Ю., Ивочкина К.П.* Сквозной персонаж в творчестве Л.Н. Толстого и Дж.Д. Сэлинджера // Вестник государственного гуманитарно-технологического университета. Серия: Филология, лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 2, № 2–1 (2015). С. 30–37. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25353007>; http://evestnik.ggtu.ru/wp-content/uploads/2016/11/filling_2_2015.pdf.

Ревзина 1990 – *Ревзина О.Г.* Собственные имена в поэтическом идиолекте М. Цветаевой // Поэтика и стилистика. Москва, 1988–1990. С. 171–194. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/3656012>.

References

Aleksandrova, Korableva, Kharkovskaya 2020 – *Aleksandrova Olga V., Korableva Ekaterina A., Kharkovskaya Antonina A.* (2020) Expressive Syntactic Devices as Means of Forming Advertising Discourse. In: *Malyuga E.N. (Ed.) Functional Approach to Professional Discourse Exploration in Linguistics*. Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd Singapore, pp. 59–93. DOI: http://doi.org/10.1007/978-981-32-9103-4_3.

Grishina 2010 – *Grishina I.I.* (2010) About two approaches to a proper name interpretation. *Philology. Theory and Practice*, no. 1–2 (5), pp. 77–80. Available at: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2010_1-2_22.pdf. (In Russ.)

Zadornova 1984 – *Zadornova V.Ya.* (1984) Perception and interpretation of a literary text. Moscow: Vysshaya shkola, 152 p. (In Russ.)

Ksenzenko 1996 – *Ksenzenko O.A.* (1996) On the issue of prosodic organization of advertising texts. *INION RAN RF*, no. 51184. Available at: <https://istina.msu.ru/publications/article/2721808>. (In Russ.)

Ksenzenko 2003 – *Ksenzenko O.A.* (2003) Play Upon Words and Images in Advertising. *Language of Mass Media as an Object of Interdisciplinary Research*. Moscow, MSU Publishing house, 2003. Available at: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/1553/file/Ksenzenko_Play_Upon_Words_and_Images_in_Advertising_2005.pdf.

Menzheritskaya 1998 – *Menzheritskaya E.O.* (1998) Fiction as an Object for Discourse Analysis. *SPELTA Newsletter*, no. 16. Available at: <https://istina.msu.ru/publications/article/5367315>. (In Russ.)

Poltavets 2015, Ivochkina 2015 – *Poltavets E.Yu., Ivochkina K.P.* (2015) Recurring (throughout-getting) character in the works of Leo Tolstoy and J.D. Salinger. *Vestnik of State University of Humanities and Technology*, vol. 2, no. 2–1, pp. 30–37. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25353007>; http://evestnik.ggtu.ru/wp-content/uploads/2016/11/filling_2_2015.pdf. (In Russ.)

Revzina 1991 – *Revzina O.G.* (1988–1990) Proper names in the poetic idiolect of M. Tsvetaeva. In: *Poetics and stylistics*, Moscow, pp. 171–194. Available at: <https://istina.msu.ru/publications/article/3656012>. (In Russ.)