



Ю.Н. Драчёва

Вологодский государственный университет

ВОЛОГОДСКИЙ ДЕД МОРОЗ КАК ВИРТУАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ

В статье анализируются вербальные особенности образа Деда Мороза, который формируется в ходе осуществления коммерческого проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза». В качестве материала для анализа используются записи устных выступлений Деда Мороза, страничка этого персонажа в социальной сети «ВКонтакте», специализированные сайты проекта, публикации в СМИ. Отмечаются особенности построения образа Деда Мороза как виртуальной и коллективной языковой личности.

Лингвокультурология, языковая личность, виртуальная языковая личность, коллективная языковая личность, Дед Мороз.

С развитием информационных технологий становится все более актуальным изучение речевых ситуаций, в которых одним из коммуникантов является виртуальная языковая личность. В условиях социокультурной жизни современного общества чаще всего это происходит в опосредованном общении с использованием специальных коммуникационных технологий или же при личном общении, например в игровых ситуациях, театрализованных представлениях и пр. Мы анализируем понятие виртуальной языковой личности на материале коммуникации, связанной с известным сказочным персонажем Дедом Морозом, чей образ получил воплощение в проекте «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

Туристический проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза», который осуществляется с 1998 года, трансформировался из регионального коммерческого продукта в признанный российский бренд: об этом свидетельствует использование Деда Мороза из Великого Устюга в качестве одного из образов Олимпийских игр в Сочи в 2014 году. Официальное информационное сопровождение туристического проекта направлено на создание образа Деда Мороза как «фрагмента национальной идеи», «символа добра, надежды, мудрости и справедливости», которому дети всей страны отправляют письма, обращаясь «к сказочному герою как к живому волшебнику, способному помочь в трудный момент» [8]. В то же время исследователями часто отмечается очевидная коммерциализированность проекта (например, [2; 7]).

Создание речевого образа главного персонажа проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» подчиняется высказанным принципам и идеям. На примере изменения номинации (в том числе – автономности) персонажа Деда Мороза можно проследить основные этапы формирования бренда. Содержание речи персонажа призвано отражать приверженность традиционным ценностям, позитивное от-

ношение к жизни, мудрость и волшебство. Также принадлежностью речи Деда Мороза являются рекламные тексты, продвигающие туристические маршруты Вологодской области и России в целом [4].

Материалом для анализа речевого образа Деда Мороза из Великого Устюга послужили записи его устных выступлений, страничка персонажа в социальной сети «ВКонтакте», специализированные сайты проекта, а также публикации в СМИ. Теоретической основой анализа является теория языковой личности Ю.Н. Караулова, согласно которой выделяются три уровня в структуре языковой личности: вербально-семантический, лингвокогнитивный и прагматический [5].

Речевой образ вологодского Деда Мороза обнаруживает необычную языковую личность. С одной стороны, этот образ основан на уже существующем в русской культуре персонаже – Дед Морозе, который актуализируется в массовом сознании в сказках, фильмах, мультипликации, театрализованных представлениях и многие годы является неотъемлемой частью новогодних праздников. С другой стороны, образ именно вологодского Деда Мороза проявляет черты реально существующей личности, у которой есть биография, место рождения, дом, имущество, социальная жизнь и т.д. Образ сказочного персонажа развивается, приобретает самоидентификацию и персонификацию. Это уже не коллективный образ сказочного Деда Мороза, который может быть воплощен любым отцом, воспитателем или актером. Представляемый образ Деда Мороза из Великого Устюга реализуется как проживающий именно в этом городе «реально существующий» сказочный персонаж, претендующий на исключительную идентичность.

Будучи частью туристического проекта, образ Деда Мороза является результатом коллективного творчества и в этом отношении может быть назван коллективной языковой личностью. Дискурсивные прак-

тики Деда Мороза как вербальная основа проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» включают в себя устные и письменные коммуникации. В коммуникативных ситуациях с «личным» участием этот персонаж осуществляет речевую деятельность непосредственно как Дед Мороз из Великого Устюга. В письменных видах дискурса проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» (например, в социальных сетях) осуществляется коллективная коммуникативная деятельность неопределенно-авторского характера, осуществляемая на волонтерской или коммерческой основе и формирующая образ Российского (Вологодского, Великоустюгского) Деда Мороза в сфере массовой коммуникации.

В то же время мы можем охарактеризовать конструируемый сложный образ Деда Мороза из Великого Устюга как виртуальную языковую личность. Следует отметить, что многие исследователи используют термин *виртуальная языковая личность* для определения такой языковой личности, которая осуществляет коммуникацию и речевую самопрезентацию в виртуальном дискурсе и потому существует только в виртуальной реальности как «вымышленная личность», «квазиличность» [6]. Мы считаем, что ограничение данного понятия только электронным каналом передачи информации сужает перспективы его исследования. Так, образ Деда Мороза поддерживается общением данного персонажа в социальной сети «ВКонтакте». Действительно, это является иллюстрацией виртуальной языковой личности в узком смысле этого термина. Однако интернет-общение играет роль дополнительного средства создания образа вологодского Деда Мороза. Основную же смысловую нагрузку несет целостный образ персонажа в массовой коммуникации, где используются разнообразные каналы передачи информации. Даже в ситуации личного, реального общения Дед Мороз остается виртуальной языковой личностью, персонифицированной в конкретной языковой ситуации и сохраняющей свою идентичность. Данное широкое понимание термина *виртуальная языковая личность* актуализирует одно из значений прилагательного *виртуальный* – ‘условный, кажущийся; не существующий в действительности, не имеющий физического воплощения’ [БТС]. Кроме того, более широкий подход к данному термину позволяет подчеркнуть то, что коллективно создаваемая языковая личность является симулякром – копией того, что не существует в реальности. Симулякром является образ Деда Мороза из Великого Устюга как коммерциализированная «копия» образа сказочного персонажа Деда Мороза, существующего в коллективном массовом сознании, но не имеющего реального воплощения. К симулякрам относятся и многочисленные «клоны» Деда Мороза (Кыш Бабай в Татарстане, Чысхаан в Якутии, Сагаан Убугун в Бурятии, Паккайне в Карелии и т. д.) и другие персонажи современного российского туристического пространства (Кикимора Вятская, Снегурочка из Костромы и пр.). *Виртуальная языковая личность* в широком понимании этого термина реализуется в текстах, которые сама же и создает, но не исключительно в виртуальной среде [1], а в целом в сфере массовой коммуникации.

1. Вербально-семантический уровень виртуальной языковой личности Вологодского Деда Мороза

На лексическом уровне анализируемый образ Деда Мороза строится на использовании элементов языка традиционной народной культуры, слов, входящих в лексико-тематические группы «Чудо», «Сказка», «Праздник», а также лексем, описывающих самоидентификацию и реализующих саморепрезентацию персонажа.

Элементы языка традиционной народной культуры призваны выразить сказочную основу персонажа. К ним относятся народно-поэтическая лексика (например, *мои хорошия, я так давно живу на белом свете. Вот сколько белый свет существует, столько я и живу* [12]), стилизация фольклорного языка (*Весёлым пеньем птиц заморских встретит «Зимний сад», где цветы диковинные в любое время года радуют гостей* [17]). В речи Деда Мороза встречаются разговорные и просторечные слова и выражения, используемые также с целью стилизации народной речи, фольклора: например, *мудрёный* разг. ‘трудный для понимания, выполнения, сложный, замысловатый’ [БАС, т. 6, с. 1335]: *с помощью такой мудрёной техники общаться; пакостный* разг. ‘внушающий отвращение, омерзение; мерзкий’ [БАС, т. 9, с. 41]: *добро оно тихо делается, пакостные дела громко* [12]. Торжественность стиля речи персонажа подчеркивается использованием высокой и устаревшей лексики: например, *я не вижу ничего плохого, когда родители делают сами своим чадам замечательные подарки* [12], ср.: *чадо* устар. ‘дитя’ [БАС, т. 17, с. 741].

Уменьшительно-ласкательная лексика подчеркивает отеческое, покровительственное отношение Деда Мороза к людям, выражает его эмоциональное отношение к описываемым событиям: *...ребятишки подарили всем нам замечательный концерт... Вместе с моей командой мы зажгли огни на новогодней ёлке города, которая украшена игрушками-рыбками... мы даже дождь превратили в пушистый снежок!* [Российский Дед Мороз, запись от 13 декабря 2013 г.]; *Внучата мои милые, маленькие и большие, сегодня во всем мире отмечается День почерка* [Российский Дед Мороз, запись от 23 января 2017 г.].

Речь Деда Мороза обнаруживает включение слов, тематически связанных с волшебством, праздником, сказкой, Новым годом, что подчеркивает основные коммуникативные функции этого сказочного персонажа – поздравлять с праздником, праздновать Новый год. Отметим, что в речи Деда Мороза из Великого Устюга данная функция неразрывно связана с продвижением туристического проекта и акцентируется использованием имен прилагательных *волшебный, сказочный, чудесный, необыкновенный* и др.: например, *Российский Дед Мороз решил поздравить костромичей с чудесным праздником и для всех жителей и гостей Костромы направил необыкновенный подарок! Уже сегодня прямо в Кострому, в Резиденцию Снегурочки, отправляются волшебные сани Деда Мороза, наполненные морозным угощением... Встречать вкуснейший подарок будет любимая внучка Деда Мороза – Российская Снегурочка, и во время праздника на главной площади города она вручит малышам*

волшебное мороженое и передаст сказочный привет из Великого Устюга [Российский Дед Мороз, запись от 11 августа 2017 г.].

В устном речевом общении вологодский Дед Мороз обращается к использованию непоследовательно оканья как одной из наиболее «ярких» черт местной речи: *твои, моё, какие-то, волшебное спасибо, морозной, получить, понимаю*. Несмотря на то что оканье не является исключительной чертой вологодских диалектов, оно именно в этом качестве представлено в массовой культуре [3]. В речи актера оканье выполняет функцию актуализации культурных и художественных ассоциаций (традиционность, исконность и пр.), а также позволяет еще раз подчеркнуть самоидентификацию персонажа, его принадлежность к определенному региону – Вологодской области.

Самопрезентация Деда Мороза обнаруживает связи с образом Санта-Клауса (*...всё равно обязательно кроме тех [подарков], что вы купите, обязательно я в новогоднюю ночь, когда полечу над всей нашей страной на волшебных санях, от себя тоже добавлю свой маленький подарок* [12]), а также языческие основы его образа: *«Родился я две с половиной тысячи лет назад в северных угодьях, которые сейчас называются землями Великоустюгскими... Меня звали Рун. Потом оно [имя] изменилось и превратилось в Варун...»*, – вспоминает добрый волшебник свою юность [14].

Номинация изучаемого персонажа призвана выделить его из традиционного ряда дедов морозов и идентифицировать с определенной территорией. Для этого в средствах массовой коммуникации используются конструкции «Дед Мороз из Великого Устюга», «Великоустюгский Дед Мороз» и др. В ходе развития проекта наблюдается переход от номинации «Вологодский Дед Мороз» (в настоящее время она сохраняет свою актуальность в качестве одноименной песни) к номинации «Российский Дед Мороз». Данный переход отражает развитие бренда «Великий Устюг – родина Деда Мороза» в целом и качественное изменение языковой личности Деда Мороза, речь которого становится более разговорной и менее насыщенной псевдофольклорными и народно-поэтическими элементами: *Дедушка Мороз обратился ко всем взрослым: «Дорогие мамы и папы, бабушки и дедушки, не ленитесь, выйдите с детьми во двор, посмотрите, в порядке ли горки, с которых катаются ваши дети»* [15, № 2, с. 6]). В целом речь Российского Деда Мороза более литературная, чем речь Вологодского Деда Мороза: *Дорогие друзья! С этого дня любой житель или гость Олимпийского Сочи сможет написать мне письмо и рассказать о своём заветном желании... Ваша поддержка и добрые напутствия необходимы нашей национальной сборной для победы России!* [15, № 4, с. 8].

Номинация (в том числе автономинация) персонажа включает в себя словосочетание *Дед Мороз* как наиболее частотное, но в текстах используются ссылки на уникальные элементы идентификации: например, «Российский Дед Мороз» (прилагательное *российский* воспринимается в настоящее время как часть имени бренда или его постоянный эпитет, ср.: *поздравить Российского Деда Мороза с Днём рождения* [15, № 1, с. 5]), «Дедушка Мороз» (ласк., ср.: *За время пу-*

тешества Дедушка Мороз принял участие в 20 пресс-конференциях [15, № 1, с. 3]), «главный Волшебник страны» (в сказочном Доме главного *Волшебника страны – Российского Деда Мороза появилась новая ёлочка*) [15, № 1, с. 2]), «Зимний Волшебник» (*В этот день Зимний Волшебник вместе с детьми из города Великий Устюг отправился к людям, которые переживают трудные времена*) [15, № 1, с. 2]), «Волшебник» (*В тереме Деда Мороза его помощники рассказали о праздниках и фестивалях, которые проводит Волшебник в течение всего года*) [15, № 1, с. 2]), «Зимний Кудесник» (*Сказочные друзья Зимнего Кудесника собираются в его уютном доме...*) [15, № 1, с. 5]) и т.д. Различные элементы номинации комбинируются в одном тексте: *18 ноября 2017 года Российский Дед Мороз отметит свой День рождения, который, как обещает сам Волшебник, пройдет вовремя и станет красивейшим стартом всем новогодним событиям в стране. Приезжай и лично поздравь Деда Мороза с Днём рождения!* [Российский Дед Мороз, запись от 9 октября 2017 г.].

Автономинция как основа самопрезентации и самоидентификации является важной составляющей виртуальной языковой личности Деда Мороза, что подчеркивает некоторую недостаточность только внешнего соответствия сказочному образу (борода, шуба, посох и прочие традиционные атрибуты). Так, автономинция в структуре языковой личности персонажа бренда актуализируется и не только в письменной речи, но и в устной, ср.: *Дорогие друзья, приветствую вас на моем новом сайте! Приглашаю вас в мою чудесную сказку, которая ждет вас круглый год! <...> До скорой встречи! Российский Дед Мороз* (письменное сообщение на сайте) [Дом Деда Мороза]; *Дорогие мои друзья! Всем вам желаю добра, здоровья, благополучия и удачи! <...> Приезжайте, и я, и свита моя сказочная будем лишь только рады. До встречи! Главный зимний волшебник – Российский Дед Мороз* (транскрипт рекламного видео) [9]. Номинация объектов и людей, связанных с проектом, также актуализирует имя его главного персонажа, поскольку часто строится по формуле «имя существительное + Дед Мороз», ср.: *Вотчина Деда Мороза, Дом Деда Мороза, городская резиденция Деда Мороза, Почта Деда Мороза, Часовая палата Деда Мороза, Кузница Деда Мороза, Ледник Деда Мороза, Школа волшебства Деда Мороза, Зимний сад Деда Мороза* и т. д.

Речь Деда Мороза из Великого Устюга обнаруживает ряд индивидуально-авторских новообразований, ср.: *то, что в моих морозных силах, я исполню* [12], *Да-да-да! Сказка круглый год! А если кто еще не знает, рассказываю – нет у меня ни каникул, ни отпуска, потому как на работу я не хожу, а живу я так – сказочно!* [Российский Дед Мороз, запись от 30 января 2017 г.]. Новые слова обозначают различных помощников Деда Мороза, ср.: *новогодники: успеш встретиться со своими юными помощниками Новогодниками – Никитой и Лизой* [15, № 1, с. 3]; к ним относится номинация девушек – помощниц Деда Мороза: *снеговички* (по аналогии со словом *снеговика*); *желатели* как авторы писем Деду Морозу [13].

У ряда слов, которые часто используются в речи Деда Мороза, наблюдается расширение сочетаемости.

В качестве примера рассмотрим прилагательное *волшебный*. Часть употреблений соответствует словарным семам: например, *наколдуй посохом своим волшебным* [12], ср. 'сказочный, замечательный по красоте, пленительный, чарующий', 'обладающий чудодейственными свойствами' [БАС, т. 2, с. 628]. Изменение же семантики прилагательного *волшебный*, вероятно, связано с автономизацией Деда Мороза как «Главного Волшебника страны», что привело к актуализации новых значений: 'исходящий от волшебника', 'принадлежащий волшебнику', 'имеющий отношение к волшебнику или волшебству', ср.: *Выражаю волшебную благодарность всем, кто принял участие в работе моей Резиденции в Олимпийском парке Сочи 2014...* [16, № 5, с. 8]; *Я, к примеру, каждое утро в своих Сказочных владениях начинаю с волшебной зарядки!* [20]; *На днях Российский Дед Мороз получил очень полезный зимний подарок – валенки! <...> «Главное, в самый раз! А то размер-то у меня волшебный – самый большой!»* [Российский Дед Мороз, запись от 1 декабря 2017 г.]; *даю вам честное волшебное слово, что в каждом городе я обязательно повидаясь с малышами и их родителями»* [Российский Дед Мороз, запись от 3 ноября 2017 г.]. В схожих значения прилагательное *волшебный* начинает употребляться не только собственно в речи Деда Мороза, но и в медиатекстах, тематически связанных с ним, ср.: *В подарок музыкантам Дед Мороз вручил уникальные волшебные подушки, расшитые серебром и снежинками* [21].

За счет использования лексических средств происходит «сказочная» трансформация традиционных стилей – газетного, официально-делового, причем сохраняется оттенок языковой игры: *в Тронном зале было подписано «Снежное Соглашение» между Государыней Масленицей и Российским Дедом Морозом, в соответствии с которым они будут сохранять народную культуру России, возрождать традиции широких народных гуляний и весёлой русской потехи* [15, № 2, с. 3]; *Волшебное соглашение. Портал KudaGo и Российский Дед Мороз из Великого Устюга подружались! И договорились вот о чем: 1. KudaGo – официальный поставщик новогоднего настроения 2017–2018. <...> Подписано: Российский Дед Мороз. KudaGo* [Российский Дед Мороз, запись от 3 декабря 2017 г.]. В корпоративной прессе проекта появляются тематические рубрики (например, *Сказочные новости* [16, № 6, с. 1]).

2. Лингвокогнитивный уровень виртуальной языковой личности Вологодского Деда Мороза

Традиционный образ Деда Мороза не полностью соответствует персонажу проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза», что обнаруживается и в текстах, описывающих и сопоставляющих бренд «Дед Мороз» и традицию: *...предание о великом сказочном волшебнике Дедушке Морозе, строгом, но справедливом друге и помощнике людей. В сказках и песнях предстаёт он в виде богатыря или кузнеца, скывающего воду «железными морозами»* [16, № 2, с. 4]), *Современный Дед Мороз гораздо ближе и доступнее. По-прежнему великий своей статью и душой, он ведёт активный образ жизни, занимается спортом и приобщает к нему детей и взрослых* [16, № 2, с. 4]).

Осовремененный образ Деда Мороза становится еще одной чертой, которая отражается в речи виртуальной языковой личности и способах ее представления в массовой коммуникации: *Отвечая на вопрос о том, как он относится к биткоином, Дед Мороз заявил, что «если люди этим пользуются, им нравится, почему бы и нет»* [Дед Мороз]. Спектр проблем, которые находятся в сфере внимания виртуальной языковой личности Деда Мороза из Великого Устюга, намного шире традиционной праздничной тематики.

Отмечается тенденция перехода «нового» Деда Мороза из сферы сказочно-фольклорной в медийную (сферу массовой коммуникации), где он становится персонажем, проповедующим морально-нравственные ценности: *Также Дедушка Мороз поспешил напомнить, что нужно стараться быть добрым ко всем, и не только в этот день, а всегда, всю жизнь* [15, № 2, с. 6]); [отвечая на вопрос: «Как происходит борьба с глобальным потеплением?»] *Я – за глобальное потепление в сердцах людей* [19].

Большое значение для Деда Мороза имеет общение с детьми, в речи персонажа декларируется важность нематериальных ценностей, связанных с детством, верой в волшебство: *Это взрослым кажется, что дети всегда мечтают об игрушках, о современных гаджетах и прочем. На самом деле, почти каждое десятое письмо приходит с просьбой о здоровье для родителей, бабушек и дедушек. А еще о том, чтобы вернулся папа, и чтоб они с мамой никогда не ругались* [20]; *И дороже всего на свете (надеюсь, не только для меня) – счастливое детство ребятнишек, их улыбки, радость от праздника и чудес, которые я дарю им круглый год* [20]; [отвечая на вопрос: «Откуда появился обычай, чтобы, когда ты приходишь, дети вставали на табуретку и читали стихи?»] *Это же маленькая сцена. Когда ребенок встает на табуретку, он учится выступать со сцены. Это первый актерский опыт... И они помнят это на всю жизнь* [19].

В речи Деда Мороза получают отражение и современные экологические проблемы: *Сегодня в моем любимом городе впервые я провел добрую акцию «Елочка. Жизнь после праздника» и открыл Год Экологии... Спасибо всем, кто подарил вторую жизнь зеленым красавицам – все они будут использованы в добром творчестве, мастер-классах и декорировании* [Российский Дед Мороз, запись от 15 января 2017 г.].

3. Прагматический уровень виртуальной языковой личности Вологодского Деда Мороза

На мотивационном (прагматическом) уровне виртуальной языковой личности вологодского Деда Мороза актуальны три основные коммуникативные стратегии: поздравление, послание и приглашение. Традиционный образ Деда Мороза в русской культуре связан с поздравительным дискурсом, в то время как проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» реализует дискурс послания, не связанный обязательной тематикой Нового года, и дискурс приглашения, обусловленный коммерческими целями проекта.

Поздравление в речи Деда Мороза может быть направлено как конкретному лицу или персонажу (например: *Сегодня отмечается официальный день*

Деда Мороза и Снегурочки! ...А Снегурочка рано утром отправила мне свое видеописьмо с добрыми пожеланиями. Родная моя, спасибо, и я тебя поздравляю! [Российский Дед Мороз, запись от 30 января 2017 г.], так и коллективному адресату (например: *Я поздравляю красавицу Кострому, всех жителей и гостей города с праздником! ...Счастья, благополучия, тепла и уюта костромичам! С праздником, родные мои!* [Российский Дед Мороз, запись от 11 августа 2017 г.]). Разрыв с традиционным образом Деда Мороза, который поздравляет исключительно с Новым годом, подчеркивается услугами Почты Деда Мороза. Так, в настоящее время существует возможность заказать письменное поздравление от Деда Мороза с любым праздничным событием (формулировка предлагается заказчиком).

Приглашение посетить Великий Устюг либо является составной частью праздничного поздравления (например: *Внучата мои милые! Сегодня не только в моей сказке, но и во всем мире отмечают Международный День Счастья! И я спешу вас поздравить с этим чудесным праздником! У каждого из нас свое счастье. Маленькое, большое... любое... оно приносит радость и самые положительные эмоции... Свое особенное волшебное счастье подарит вам и моя сказка, приезжайте в гости в любое время года)))* [Российский Дед Мороз, запись от 20 марта 2017 г.]), либо представляет собой отдельный текст рекламного характера (например: *Дорогие друзья, приветствую вас на моем новом сайте! Приглашаю вас в мою чудесную сказку, которая ждет вас круглый год!* [11]).

Поздравление строится по формуле, которая может включать в себя наименование адресата, название праздника, выражение благопожелания, моральную сентенцию или рассуждение на тему праздника, подпись, ср.: *С Днем рождения, любимый мой Великий Устюг, с 870-летием! Город – сказка, город – история, город – сердце и душа, город, в который всегда возвращаешься. Счастья и радости устюжанам, мира и процветания городу, тепла и уюта в каждом доме!* [Российский Дед Мороз, запись от 22 июля 2017 г.]. Вероятно, под влиянием основного средства коммуникации (поздравительного письма) мотив послания проявляется даже в устной коммуникации Деда Мороза, когда он заканчивает свои видеообращения формулой, характерной для письменной речи, – подписью к письму.

Послание как одна из форм коммуникации Деда Мороза не ограничивается собственно формой обращения. Послание – это миссия Деда Мороза и существенная часть его нового образа: *Поздравляю всех богатырей с Днем защитника отечества! Спасибо вам за ваши подвиги, отвагу, мужество! Надеюсь, что совсем скоро сбудется наша общая с вами мечта, и на всей планете наступит добрый, счастливый мир!* [Российский Дед Мороз, запись от 23 февраля 2017 г.].

Таким образом, виртуальная языковая личность вологодского Деда Мороза обнаруживает трансформацию традиционного образа этого персонажа, в речи которого проявляются лексические элементы стилизации языка традиционной народной культуры наряду с неологизмами, в том числе индивидуально-

авторскими, а также реализуются коммуникативные стратегии поздравления, приглашения и послания, обусловленные развитием туристического проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

Литература

1. Гермашева, Т.М. Виртуальная языковая личность в пространстве блог-дискурса / Т.М. Гермашева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2014. – № 2 (140). – С. 36–40.
2. Громько, С.А. Традиционная севернорусская народная культура в туристическом дискурсе проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» / С.А. Громько // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 60–63.
3. Драчева, Ю.Н. Отражение особенностей звучащей речи вологжан в современной массовой коммуникации / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина, Н.Г. Мельникова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 3 (64). – С. 68–71.
4. Драчева, Ю.Н. Репрезентация элементов брендов Вологодской области в путеводителях / Ю.Н. Драчева, А.Б. Крылова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 4 (65). – С. 77–80.
5. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – Москва: Наука, 1987. – 263 с.
6. Лутовинова, О.В. Виртуальная языковая личность: к определению понятия / О.В. Лутовинова // Мир науки, культуры, образования. – 2015. – № 1 (50). – С. 288–292.
7. Народная речь Вологодского края: между прошлым и будущим / Е.П. Андреева, Л.Ю. Зорина, Ю.Н. Драчева, С.А. Громько, Е.Н. Иванова, Е.Н. Ильина, И.Е. Колесова, Н.В. Комлева, Т.Г. Овсянникова, Т.В. Парменова, Л.Г. Яцкевич, А.В. Загуменнов, Н.Н. Зубова. – Вологда: Легия, 2015. – 255 с.
8. О долгосрочной целевой программе «Великий Устюг – родина Деда Мороза» на 2011–2014 гг.: Постановление Правительства Вологодской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/460300278>.
9. Вотчина Деда Мороза – сказка круглый год: видеоряд В. Голикова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?time_continue=421&v=uzq_gVXu-M0.
10. Дед Мороз из Великого Устюга заявил, что его валютой останутся шишки [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 2017. – 4 дек. – Режим доступа: <https://ria.ru/society/20171204/1510177119.html>.
11. Дом Деда Мороза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dom-dm.ru> (дата обращения: 01.10.2015).
12. Интернет-конференция Деда Мороза. 17 ноября 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dom-dm.ru/video>.
13. Интернет-почта Деда Мороза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hochuchuda.ru>.
14. Катаева, Ю. Он настоящий! [Электронный ресурс] / Ю. Катаева // Премьер. – 2011. – 27 дек. – № 52 (743). – Режим доступа: <http://premier.region35.ru/gazeta/np743/s39.html>.
15. Морозные новости [газета] / [сост., ред. Л. Налетова, Е. Савинова, Л. Якимова]. – 2013. – № 1–4.
16. Морозные новости [газета] / [сост., ред. Л. Налетова, Л. Якимова]. – 2014. – № 5–6.
17. Почта Деда Мороза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pochta-dm.ru>.
18. Российский Дед Мороз. Дом Деда Мороза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/dedmoroz>.
19. Сергей Ковалев. Вечерний Ургант [Электронный ресурс] // Вечерний Ургант. – 2014. Вып. 394. – 1 дек. – Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/vecherniy-urgant/vypuski/vecherniy-urgant-394-vypusk-01-12-2014>.

20. Труднева, Ю. Российский Дед Мороз из Великого Устюга [Электронный ресурс] / Ю. Труднева // 74.ru. – 2015. – 13 янв. – Режим доступа: <http://chel.74.ru/text/column/883219.html>

21. Чернова, М. Спеть и накормить [Электронный ресурс] / М. Чернова // Премьер. – 2017. – 18 июля. – № 28 (1027). – Режим доступа: <http://premier.region35.ru/archive/2017/07/np1027/s7.html>

Сокращения

БАС – Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. / под ред. В. И. Чернышева. – Москва; Ленинград: Изд-во АН СССР, 1948–1965.

БТС – Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / гл. ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург: Норинт, 1998. – Режим доступа: <http://gramota.ru>.

Yu.N. Dracheva

GRANDFATHER FROST FROM VOLOGDA AS A VIRTUAL LANGUAGE PERSONALITY

The paper describes the verbal peculiarities of the image of Grandfather Frost (or Ded Moroz), which is the key character of *Veliky Ustyug – Grandfather Frost's motherland* commercial project. In the paper, Grandfather Frost's oral speech records, the page of this character in *Vkontakte* social network, specialized sites of the project, and media publications are analyzed. Grandfather Frost's image is characterized as a virtual and collective language personality.

Cultural linguistics, language personality, virtual language personality, collective language personality, Grandfather Frost.