

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФИЛОЛОГИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УДК 81'276: 811.133.1

## Специфика языка французских интернет-чатов

АВТАЙКИНА Л. Ю.

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)*

**Аннотация.** Французские интернет-чаты представляют новое поле деятельности современного человека. Для его обслуживания необходимо создание нового языка, специфика которого рассматривается в данной статье.

**Ключевые слова:** общение, интернет-чат, сокращение, аббревиатура.

## Specifics of French Internet Chat Rooms

AVTAYKINA L. Yu.

*Mordovia State University*

**Abstract.** French Internet chat rooms are a new activity of a modern person. Using Internet chats, requires creation of a new language, the specifics of which is discussed in this article.

**Keywords:** communication, Internet chat room, shortened word, abbreviation.

Общение является необходимым условием жизнедеятельности человека, чья активность подчиняется требованиям общества, в целостную систему общественных и производственных отношений которого он включен. Общение организует социум и позволяет человеку жить и развиваться в нем, соотнося свое поведение с действиями и поведением других людей.

Кроме того, общение представляет собой способ взаимодействия людей друг с другом и важное значение в этом плане имеет развитие электронных средств коммуникации. Оно дало возможность связать в одну сеть неограниченное количество компьютеров, находящихся на разных концах нашей планеты, и обеспечило появление и развитие разнообразных форм интернет-коммуникации, которые классифицируются по степени интерактивности и по количеству участников, вовлеченных в коммуникативный процесс. Наиболее интерактивными формами считаются чаты, ICQ и MUDs, наименее интерактивными – e-mail, гостевые книги, форумы и телеконференции. По количеству пользователей, участвующих в процессе общения, выделяют: диалоговую коммуникацию (электронная почта, ICQ); полилоговую коммуникацию (конференции, чаты); однонаправленную коммуникацию (объявления, реклама, отзывы и т. п.).

Интернет-коммуникация – это специфичная виртуальная коммуникативная среда, особое место реализации языка и преобразования его в речь, основными характеристиками которой являются:

1. Анонимность, которая способствует психологической раскрепощенности, дает возможность проявления большей свободы в высказываниях и проигрывания нереализуемых вне сети ролей и сценариев;

2. Безопасность («свободное общение», «можно говорить что угодно») и удаленность обеспечивают возможность беспрепятственно выходить из беседы в любой момент;

3. Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях ограничения невербальной информации. На смену детерминантам, обуславливающим возникновение первоначального влечения к человеку, приходит принцип, который определяет дальнейшее развитие межличностных отношений: ввиду сходства установок, убеждений и ценностей. Если они резонируют, то велика вероятность возникновения не только взаимного расположения, но и эмоциональной близости;

4. Добровольность и желательность контактов, легкость общения и знакомств;

5. Затрудненность эмоционального компонента общения.

Из всех видов Интернет-коммуникации особый интерес для исследования представляет чат в связи с его популярностью (особенно среди молодежи) и новизной создаваемых пользователями форм.

Чат (от английского *chat* – дружеский разговор, беседа, болтовня) является разновидностью интерактивного общения, предполагающего возможность «живого» общения (как при обычной беседе в реальной жизни), либо в режиме off-line (между полученными сообщениями и отправкой ответа проходит некоторое время).

Особенностью данного вида Интернет-коммуникации является то, что он представляет собой письменную форму, основывающуюся на современном разговорном языке и характеризующуюся стремлением к максимальному сжатию информации, которое осуществляется за счет тенденции к доминированию фонетического принципа письма, широкого использования аббревиатур, усечений и сокращений.

Общение в интернет-чатах является торопливым и предельно упрощенным. Об этом свидетельствует простота синтаксиса вопросов и ответов, наблюдаемых в интерактивных репликах, отсутствие фразовых образований и отказ от знаков препинания, которые утрачивают присущие им в письменной речи синтаксические функции, заключающиеся в маркировке:

- межфразовых границ (маркировка реализуется при помощи параметров чата);
- типа высказывания (маркировка осуществляется при помощи лексико-синтаксических средств и диалогического контекста).

В процессе виртуального общения широко используется разговорно-обиходная лексика, появляются новые формы выражения эмоций: использование заглавных букв для обозначения крика, эмограммы, вербальное описание эмоциональных состояний в скобках и т. д.:

*(lol) je croi ke c ma main sa (lol).*

*Magnifik!! sa fait penser a la conkete du monde ^^ et p8 c'est le maghreb sa peu etre ke magnifik!!*

*Coucou et passe le bjr a Nana 2ma part ;- ) Biiisous a twa, a Nana et a ta fan Maryloux)*

Общение на чатах, происходящее в динамичном режиме, требует быстрой реакции на реплики собеседника и, следовательно, провоцирует экономию языковых и графических средств. По мнению Н. К. Шангаевой, «скорость набора текста является одним из основных факторов коммуникации в чате, особенное написание слов служит для упрощения, то есть ускорения коммуникации. Правильная орфография не является обязательным требованием, так же, как и показателем социального статуса или образования по причине того, что коммуниканты часто намеренно используют нестандартную пунктуацию и орфографию» [Шангаева 2012: 125].

Одним из способов сокращения во французских чатах является конвергенция написания звуков, например, звук [k] во французском языке имеет пять способов обозначения на письме: c; qu; q; ch; k. В чатах чаще всего он обозначается буквой k:

*J'SpR ke tu viendra jeT un oeil*

*A plu.*

*JSpR ktu va bi l.*

*Kar je vé Djené ché grand – mR pr dimanch.*

Для передачи звука [s] французская графическая система располагает восемью способами: s; ç; c; ss; x; t(+i); sc; cc. В чатах наиболее распространен вариант s:

*Jvi l de recevoir ton pti texto mer6! safé plesir... Bis!*

Во французском языке в словах греческого происхождения звук [f] передается буквосочетанием ph. В чатах такие слова чаще всего пишутся не через ph, а через f:

*C fotooo jladooooore... En noir & Blanc & tt C TROP classe. P8 Thomas il est beauuuu ossi xD... Bisouuu jteime foooort Lilooo.*

В системе гласных были выявлены следующие особенности. Во французской графике существуют четыре способа передачи на письме звука [o]: o; au; eau; ô. В чатах Интернет-пользователи предпочитают передавать этот звук буквой o:

*Mais c pa le ka il fo juste amelioré le futur  
mé c tro tard.*

При передаче [e] в чатах наиболее часто встречаются такие замены: é → er, é → ez, er → é. Также допускается свободное использование графических средств для передачи форм глагола être. Например, c'est → cé: cé sur (c'est sûr), tu es → té, c'était → cété:

*J'aime mé parent ils sont lé méyeur mai j sui foll d maman él é tou pr moi.*

Для коммуникации в чатах также характерны буквенно-цифровые сокращения, где цифра употребляется вместо слова или части слова. Во французском языке такая тенденция прослеживается с цифрами: 1, которая заменяет неопределенный артикль –un- и носовой звук [œ], 2 – предлог – de-, и так же цифры 5, 6, 7, 8, 9, которые по своему звучанию совпадают со слогами в слове:

*C un ptiit chien derrière ;)  
Oui C Kitty le chien 2 Natoo.  
J s8 artiste e j cherche une artiste belge.*

Помимо цифр можно проследить использование различных знаков, которые либо имеют внешнее сходство с заменяемым элементом, либо выполняют сходные функции. Например, знак «+», который может являться заменой для наречия «plus» и союза «et», то есть отражать степень сравнения и перечисление, часто встречается употребление «@» вместо предлога «à» и слитного артикля «au», что очевидно, основано на внешнем сходстве элементов:

*A+ !!  
C tro bo l'ardeche, moi jabite en ardeche é je trouve ke c le + bo departemen kil puisse existé.*

Таким образом, орфография французских чатов стремится стать фонетической и отражать по большей части правила произношения, а не написания, которые существуют в языке.

Кроме того для орфографии языка французских чатов характерно создание новых вербальных средств высказывания и общения. Это сокращения и аббревиатуры. Их использование обусловлено не столько желанием уменьшить объем текста, сколько стремлением к необычности и нестандартности формы общения.

Самым ярким примером является сокращение длинного слова до минимального набора букв, при одном взгляде на который в большинстве случаев даже непосвященный поймет предполагаемое значение:

*Bjr venez faire un tour sur ma page svp vous verrez vous ne seriez pas dessus promis.*

Также примером сокращений может служить прием, заимствованный у предшествующей словообразовательной традиции. Это обыкновенная аббревиация, то есть способ записи выражения, состоящего из двух и более слов путем обозначения первых букв каждого слова:

*Bonne soirée, bon WE, jth.*

Еще одной характерной особенностью Интернет-коммуникации во франкоязычных чатах является использование заимствований, в частности англицизмов, что обусловлено широким распространением влияния английского языка по всему миру.

*Slt c cool d'avoir fait 1 blog.*

Различными методами словообразования (префиксации, суффиксации, сложения и т. д.) из выражений могут образовываться так называемые производные слова. Такие образования вбирают в себя коннотативное значение исходного выражения и расширяют возможности употребления данной коннотации. Это явление особенно характерно для разговорной речи, и как следствие для языка Интернет сообщества. Однако, следует отметить, что во франкоязычной виртуальной коммуникации можно наблюдать скорее обратный процесс, а именно редуцирование окончаний или другой части слова. Главным образом во французских чатах встречаются слоговые сокращения, в которых сохраняется начальная часть слова (апокоп), и слоговые сокращения, в которых сохраняется конечная часть слова (аферез):

*MRci pr ton com symp.*

*Lut dsl ms jme sens vrmt pas bl.*

При образовании сокращений пользователи Интернета проявляют удивительную изобретательность и прилагают различные творческие усилия. Например, в некоторых аббревиатурах буквы алфавита используются для обозначения целых слов.

*aV vs 1 iD 2sk C letr coute en encr é papié.*

Кроме всего вышеперечисленного, для того, чтобы быть как можно более кратким, коммуниканты, использующие Интернет – язык часто опускают знаки препинания, буквы и слоги в словах. Практически всегда во французских чатах отсутствует гласный «е», как немой, так и произносимый:

*Pa 2 koi jve te voir D ke possib pr prendr 1 verre.*

Таким образом, можно сделать вывод о том, что особенностями языка французских чатов являются специфическая орфография и использование различных видов сокращений.

#### ЛИТЕРАТУРА

Шангаева Н. К. Языковые средства организации чата во французской Интернете – коммуникации // Вестник Бурятского государственного университета. – 2012. – № 11. – С. 124–128.

УДК 81'33

## Концептуализированная сфера функционирования термина «культура» в лингвистике

АНАШКИНА И. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Данная статья посвящена рассмотрению некоторых вопросов, связанных с функционированием термина «культура» в сугубо лингвистическом разделе – теории культуры речи и выяснению вопроса о том, является ли уровень восприятия звучащего текста составляющим звеном речевой культуры как одного из аспектов теории и практики функционирования языка.

**Ключевые слова:** теория культуры, уровень восприятия, звучащий текст, концептуализированная сфера, аксиологический аспект звучащего текста.

## Conceptualized Sphere of Functioning of the Term “Culture” in Linguistics

ANASHKINA I. A.

Mordovia State University

**Abstract.** *This paper deals with functioning of the term “culture” in linguistics – within the framework of the theory of culture and with clearing up the question whether the level of perception of an oral text can be viewed on as one of the aspects of the theory and practice of functioning the language.*

**Keywords:** *the theory of culture, the level of speech perception, oral text, conceptualized sphere, axiological aspect of an oral text.*

Концептуализированной сферой функционирования термина «культура» в лингвистике является область теории культуры языка/речи и ее прикладные аспекты [Степанов, Проскурин 1993: 25]. Под концептуализированной сферой в данной статье понимается некоторая обособленная область научного знания, имеющая свой понятийный аппарат, собственные, отличные от других областей, цели и задачи описания и сферу приложения теоретических выводов.

В словаре-справочнике культура речи определяется как «раздел языкознания, исследующий проблемы нормализации (...) и оптимизации общения». В данной статье этот раздел назван концептуализированной сферой функционирования термина «культура», поскольку, во-первых, нас интересует путь данного термина в лингвистику, во-вторых, специфики его функционирования в этой области научного знания. Кроме указанных двух моментов, для нас существенный интерес представляет вопрос о статусе уровня восприятия звучащего текста и его роль в формировании аксиологических оценок воспринимающего субъекта в отношении фрагмента вербальной деятельности в контексте культуры. Данный аспект важен в том плане, что он является одним из компонентов культуры речи, и развитие навыков красивой воздействующей речи во многом зависит от умения слушать и понимать речь других.

Изучение литературы, посвященной теории культуры речи, позволило сделать вывод о том, что данная концептуализированная сфера имеет собственный, несколько обособленный, статус в рамках науки о языке. Этот статус обособленности объясняется, на наш взгляд, прикладным характером теории культуры речи. Она служит целям обоснования состояния речевых навыков или социальной группы, а также целенаправленной деятельности по совершенствованию навыков владения языком в различных сферах жизнедеятельности и ситуациях социального взаимодействия членов общества.

Помимо того, что в разные периоды в разных лингвистических школах соотношение «язык и культура» рассматривалось в разных вариациях [Анашкина 1994: 29] слово «культура» в лингвистике имеет свою сферу применения, обозначаемую сочетаниями типа «языковая культура», «культура речи», «культура речевого общения» и целый ряд других.

В 1930-е годы чешские и словацкие языковеды, члены Пражского лингвистического кружка – А. Едличка, К. Гаузенблас, Б. Гавранек, Я. Кухарж – много и плодотворно работали над концепцией языковой культуры [Новое в зарубежной лингвистике 1988; Общие принципы культуры языка 1967]. А. Едличка в своей обзорной статье [Едличка 1988: 26] пишет, что чешские и словацкие лингвисты включают в понятие языковой культуры четыре круга языковых явлений:

- 1) явления, относящиеся к языку, и здесь речь идет о языковой культуре в собственном смысле слова;
- 2) явления, относящиеся к речи, высказыванию.

В обеих группах явлений выделяются по два направления:

- 1) культура как состояние и уровень развития;
- 2) культура как целенаправленная деятельность, то есть как культивирование, совершенствование языка и речи.

Два последних пункта соотносятся с общей тенденцией рассмотрения культуры в двух смыслах: как достигнуты уровень развития чего-либо и как деятельность, направленная на достижение этого уровня [Анашкина 1994: 20-27].

К. Гаузенблас считает, что, кроме термина «культура речи» в значении «система средств выражения» необходимо сочетание «культура языкового общения, коммуникации», подразумевающее отдельно взятый акт коммуникации [Гаузенблас 1988: 296–306]. Нам представляется, что «культура языкового общения, коммуникации» совпадает по смыслу с «культурой речи». В обоих случаях имеется в виду культура конкретных речевых актов как реального функционирования языковой системы со всеми ее достоинствами и ценностями на конкретном этапе развития общества. Но возможна, на наш взгляд, и иная интерпретация предлагаемого К. Гаузенбласом сочетания. Она заключается в том, что акцент в ней ставится не на прагматическом аспекте, а на языковом, т.е. характеризуется не речевой акт с точки зрения его определенных качеств и речевых навыков говорящего, но высказывание в совокупности его языковых выразительных характеристик (семантика, стилистика, синтаксис). Очевидно, что К. Гаузенблас ориентировался именно на данное понимание сочетания «культура языкового общения, коммуникации». Здесь важно отметить, что в теории пражцев отсутствует прагматика речи, в центре их внимания находится язык, уровень его развития и комплекс мер, необходимых для дальнейшего развития национального языка. Современная теория культуры речи, как ее отечественный, так и зарубежный варианты, в значительной степени прагматизированы. Сфера ее действия распространяется не только на язык, но и на говорящего, и на слушающего.

Функционализм пражцев пронизывал все аспекты их языковой теории, в том числе и теорию языковой культуры, которая в их научной деятельности всегда была тесно связана с построением и развитием теории литературного языка. И поэтом у их теория языковой культуры включала в качестве одного из важных аспектов стандартизацию и кодификацию языка. Отечественные ученые, разрабатывающие свою теорию языковой культуры, также связывали ее с понятием нормы и кодификации. В частности, Л. И. Скворцов [1970: 34–45] строит свою теорию культуры языка, исходя из категории нормы.

К. Гаузенблас создает свою систему понимания культуры речи и вводит несколько терминологических обозначений со словом культура. Представим эту систему в виде схемы:

С х е м а 1

I. Культура речи

Забота о языке, о его культуре, об уровне и качестве общения	Сам уровень разработанности теории языка, языкового общения, отдельных актов речевого общения
--	---

II. Культура языкового общения

Уровень совершенства языкового общения и сам процесс совершенствования коммуникации	Уровень развития языкового общения
---	------------------------------------

III. Культура языковой коммуникации

Создание звуковых и графических вариантов текстов (коммуникатов)	Восприятие и интерпретация текстов (коммуникатов)
Компоненты коммуникативных актов	

Среди прочих, как видно из схемы, выделяется аспект восприятия. Сам К. Гаузенблас подчеркивает, что этот аспект «сплошь и рядом просто обходится, что, однако, в плане эффективности языковой коммуникации следует признать существенным недостатком» [Гаузенблас 1988: 300].

Таким образом, культура речи предполагает два уровня анализа, а именно, уровень культуры выражения и уровень культуры восприятия. О культуре восприятия пишет и Е. П. Карпиченкова. С ее



точки зрения, культура речи предполагает не только умение адекватно выражать свои мысли и чувства в устной и письменной речи, но и соответствующим образом воспринимать мысли и чувства других людей, а также оптимально выразительно интерпретировать тексты [Карпиченкова 1990: 243]. Второй уровень, уровень восприятия, практически не изучен, поскольку, как замечает К. Гаузенблас, «ошибки восприятия можно заметить только по реакциям носителей языка и по тем результатам, которые проистекают от этих недостатков. При восприятии и интерпретации текстов отсутствует эстетический элемент, занимающий важное место в культуре выражения» [Гаузенблас 1988: 301]. К. Гаузенблас, безусловно, прав в том, что уровень культуры восприятия довольно трудно исследовать.

В результате изучения этого аспекта нами был сделан вывод о том, что восприятие – это не только способ оценить уровень культуры выражения, эстетику речи, ее изящество, элегантность звучания, что само по себе уже достаточно важно, но через уровень восприятия формируется и культура индивида как члена данного языкового сообщества и культура билингва. Последнее особенно важно при выборе методики преподавания иностранного языка. В более общем смысле, на уровне восприятия в сознании индивида формируется и отношение к языку как культурной ценности, культурному достижению. Иными словами, формируются, хотя осознанно не формулируются, культурно-аксиологические оценки относительно фрагмента вербальной знаковой деятельности, например, текста, и этой деятельности в целом.

Говоря об уровне восприятия как составной части общей культуры речи, следует иметь в виду, что зрительное восприятие письменной речи значительно отличается от слухового восприятия звучащей речи. Культура речевого звучания является важным достижением индивида. Она формируется и через уровень восприятия, поскольку, как известно, из практических пособий по культуре речи или сценической речи [Групповые занятия сценической речью 1983; Eisenson 1965; Fairbanks 1960], того чтобы научиться красиво говорить, необходимо научиться слушать других людей, воспитывать свой слух. Более того, через уровень восприятия идет формирование культурно-аксиологических личностных оценок звучащего культурного семиозиса и вербальной знаковой деятельности в рамках этого семиозиса в целом.

Как показал анализ литературы, а о культуре речи в целом, об отдельных ее языковых, паралингвистических аспектах написано очень много, специфика восприятия таких ее компонентов, как артикуляционно-произносительный, речеголосовой и интонационный, практически не освещен. Тем более это не были предметом исследования в культурно-аксиологическом аспекте, когда указанные три компонента рассматриваются основой формирования аксиологически релевантных оценок звучащего текста. Хотя следует отдать должное нашим отечественным, британским и американским авторам пособий по практическому овладению красноречием [Голуб, Розенталь 1993; Eisenson 1965; Fairbanks 1960; Ogilvie, Rees 1969; Orion 1988], в которых постановке голоса, в результате чего достигается красота звучания, приятность тембра, уделяется большое внимание.

В отечественной школе риторики культура речи рассматривается в трех различных смыслах: 1) как система признаков и свойств, свидетельствующих о коммуникативном совершенстве речи; 2) как система знаний и навыков, «обеспечивающих целесообразное и незатрудненное применение языка в целях общения» [Головин 1988: 8], как наука, в центре внимания которой находится проблематика культуры речи. Речь идет о концепции Б. Н. Головина. Изобразим схематично его концепцию, которая принимается за основу и другими отечественными авторами.

С х е м а 2

Культура речи

Наука, теория.	Умения, навыки употребления (использования) языка, обеспечивающих целесообразную и незатрудненную речевую коммуникацию.	Признаки, свойства, качества, свидетельствующие о коммуникативном совершенстве речи.
----------------	---	--

Если сравнить данную схему со схемой 1, то бросается в глаза тот факт, что современный вариант понимания культуры речи упрощен и более конкретен. Кроме того, в нем отсутствует традиционный для понятия культуры момент – сочетание двух смыслов в одном термине – процесса совершенствования или достижения высоких качеств и уже достигнутый уровень совершенства, то есть динамика и статика. Но, возможно, момент развития имплицитно заложен в понятии умений и навыков эффективной речевой коммуникации.

В рамках теории культуры речи у пражцев качество – эффективность речи – являлось одним из признаков «культурной речи». Б. Н. Головин рассматривает коммуникативные качества речи также с точки зрения ее ответственности на слушателей и предмет культуры речи как учения он видит в языковой структуре речи, в «ее коммуникативном воздействии» [Головин 1988: 8]. В понимании Б. Н. Головина, теория культуры речи должна опираться на весь круг описательных лингвистических дисциплин, а также на психологию, логику, эстетику, социологию, педагогику [Там же: 9], а не только на лингвистику.

У Б. Н. Головина культура речи не сводится лишь к правильности. Л. И. Скворцов же предлагает в связи с этим две категории: «правильность речи» и «культура речи» [Скворцов 1970: 40]. Причем, первая категория есть нечто подготовительное, ведущее к культуре речи в собственном смысле слова. Б. Н. Головин отказывается от такой концепции культуры речи и в рамках собственной теории предлагает «прагматизировать» качество «правильность речи», соединив его с уместностью и действительностью [Головин 1988: 11].

Центральным вопросом культуры речи в современной трактовке является вопрос о том, как эффективно общаться, а только как говорить правильно и как говорить хорошо. Существует и новое название этой прикладной области теории речи – неориторика. Неориторика рассматривает условия эффективного общения. Постулаты общения, основные нарушения правил общения и другие вопросы прагматического аспекта общения. С одной стороны, неориторика опирается на античную риторику, с другой, на современную речевую практику, прагма-, психо- и социолингвистику, теорию речевой деятельности и социальной интеракции и охватывает не только публичное красноречие, как во времена античности, но и всю сферу межличностного общения. Неориторика не занимается речевой нормой. Предполагается, что индивид уже имеет определенный уровень грамотности, речевой компетенции, что он уже владеет нормой, и его основная цель – научиться общаться эффективно.

О важности уровня восприятия речи здесь также говорится в связи с постановкой голоса и развития навыков эффективного общения, исполнения коммуникативных ролей и соблюдением правил речевого общения в различных, симметричных и, особенно, асимметричных ситуациях общения.

В рамках современной неориторики большое внимание уделяется культуре речевого звучания. Этот аспект эффективного речевого общения является важным достоянием общей культуры индивида.

Таким образом, изучение функционирования термина «культура» в лингвистике позволяет отметить следующее:

1) это функционирование отграничивается концептуализированной сферой теории культуры речи и ее современных модификаций и ответвлений;

2) имеющая в качестве своих истоков античную риторику, теория культуры речи наиболее интенсивно развивалась в работах членов Пражского лингвистического кружка;

3) в наиболее общем плане теория культуры речи есть, прежде всего, наука, изучающая признаки, свойства, качества речи, которые свидетельствуют о ее коммуникативном совершенстве, о ее ответственности, эффективности, целесообразности в ходе речевого взаимодействия; но культура речи это также и сами качества и свойства, а также и умения, и навыки такого использования языка, которое обеспечивало бы незатрудненную коммуникацию;

4) в теории культуры речи существует целый ряд дискуссионных вопросов, которые у разных авторов имеют самую различную трактовку; к ним относится понятие нормы, которое наиболее часто



используется в определении того, что есть речь правильная или речь «культурная»; обращение к функциональному аспекту языка позволяет трактовать речь правильную, хорошую не как языковую норму, но как функциональное свойство речи, имеющее некоторые коммуникативные качества;

5) в понятие культуры речи входит и уровень восприятия, формируя важный аспект как теории, так практики обучения эффективному, целесообразному и незатрудненному речевому общению; уровень восприятия в рамках теории культуры речи является наименее разработанной сферой, поскольку изучение этого уровня сопряжено с экспериментальным исследованием речевой перцепции;

6) культура речевого звучания составляет важный аспект речевой культуры в целом и является хорошо изученным только в плане постановки голоса и просодического оформления речи; что касается уровня восприятия и аксиологического аспекта звучания, то эти проблемы только еще ждут своего изучения.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Анашкина И. А. Язык и культура. Культурно-аксиологический подход: Монография. – М.: Московский педагогический государственный университет имени В. И. Ленина, 1994. – 120 с.
- Гаузенблас К. Культура языковой коммуникации // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XX. – 1988. – С. 296–306.
- Головин Б. Н. Основы культуры речи. – М., 1988. – 380 с.
- Голуб И. Б., Розенталь Д. Э. Секреты хорошей речи. – М., 1993. – 280 с.
- Групповые занятия сценической речью. Научно-методическая разработка для слушателей ФПК. – Л., 1983. – 150 с.
- Едличка А. Теория языковой культуры сегодня // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XX. – М., 1988. – С. 261–266.
- Карпиченкова Е. П. О культуре звукового аспекта речи // Структура языкового сознания. – М., 1990. – С. 243–252.
- Новое в зарубежной лингвистике. Теория литературного языка в работах ученых ЧССР. – Вып. XX. – М., 1988. – 320 с.
- Общие принципы культуры языка // Пражский лингвистический кружок. – М., 1967. – С. 394–405.
- Скворцов Л. И. Норма. Литературный язык. Культура речи // Актуальные проблемы культуры речи. – М., 1970. – С. 34–45.
- Скворцов Л. И. Теоретические основы культуры речи. – М., 1970.
- Степанов Ю. С., Проскурин С. Г. Смена культурных парадигм и ее внутренние механизмы // Философия языка: в границах и вне границ. Международная серия монографий. – Харьков, 1993. – С. 13–36.
- Eisenson J. The improvement of voice and diction. – 2nd ed. – N. Y.: MacMillan, 1965.
- Fairbanks G. Voice and Articulation Drills. – 2nd ed. – N. Y.; Jersey: Harper and Brothers, 1960.
- Ogilvie M., Rees N. S. Communicative skills: Voice and pronunciation. – N. Y., 1969.
- Orion G. E. Pronouncing English Sounds, Stress and Pronunciation. – N.Y., etc.: Newbury House Publishers, 1988.

УДК 81'373.2'42:811.111

## Классификация эндемичных дейктиков в англоязычных текстах официальных документов

АРЖАНОВА И. А., КАРМИШИНА Я. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В настоящее время в лингвистике наблюдается повышенный интерес к изучению дейксиса. За последние десятилетия в исследование дейксиса внесено много плодотворных идей, интересных интерпретаций фактического материала, практических разработок. В данной работе сделана попытка обобщить разнородный фактический материал и рассмотреть особенности функционирования основных видов дейксиса в текстах официальных документов.

**Ключевые слова:** дейксис, дейктический элемент, референция, эндемичность, координаты коммуникативной ситуации, денотат, семантика, регистр речи.

## Classification of Endemic Deictic Elements in English-Language Texts of the Official Documents

ARZHANOVA I. A., KARMISHINA Y. A.

*Mordovia State University*

**Abstract.** *Currently in linguistics we have seen an increasing interest in the study of deixis. Over the last decade in the study of deixis many fruitful ideas, interesting interpretations of factual material, practical developments made. In this work we made an attempt to summarize the disparate factual material and to consider the features of the main types of deixis in the texts of official documents.*

**Keywords:** *deixis, deictic element, reference, endemism, the coordinates of the communicative situation, the denotation, semantics, speech register.*

Последние десятилетия в развитии отечественной и зарубежной лингвистики характеризуются усиленным вниманием к языку на уровне дейктического компонента. Необходимо отметить, что сам термин «дейксис» не имеет однозначного определения. Однако, широкое распространение в языкознании получило определение К. Бюллера согласно которому дейксис – это «использование языковых выражений и других знаков, которые могут быть проинтерпретированы лишь при помощи обращения к физическим координатам коммуникативного акта – его участникам, его месту и времени» [Бондаренко 1998: 2].

На протяжении XX века содержание термина «дейксис» несколько раз переосмыслялось и в современной лингвистической интерпретации он используется для обозначения указания на говорящего – автора речевого акта. Неслучайно поэтому теория дейксиса называется еще и теорией эгоцентрических слов (от лат. *ego* – «я»).

Дейксис, являясь речевым явлением, реализуется посредством языковых и речевых элементов, которые именуются дейктиками или дейктическими элементами. Дейктиками называются языковые способы выражения дейксиса.

К наиболее типичным дейктикам не только в английском, но и в большинстве языков, относятся личные местоимения первого и второго лица (*I/we, you*), наречия места и времени (*here, now, there, then*), а также указательные местоимения (*this/these, that/those*).

Первым и главным признаком дейктиков является зависимость их референции от ситуации общения, в которой они употребляются [Есперсен 1996: 6].

Данный факт означает, что референты не являются жестко закрепленными за языковыми знаками и имеют тенденцию меняться в каждой новой коммуникативной ситуации. Действительно, референтом *I* будет всегда лицо – автор речи, то есть любой человек, обозначающий себя как *I*. Референтом *you* всегда будет адресат речи, то есть любое лицо – участник коммуникативного акта, к которому обращается адресант высказывания. *Now* нельзя описать иначе, кроме как временной промежуток, включающий в себя речевой акт. Для любого другого речевого действия *now* естественным образом сдвигается так, чтобы охватить временную сферу именно данного речевого действия. Таким образом, референциальные области дейктиков постоянно меняются.

Второй особенностью дейктиков является невозможность или крайне редкая возможность употребления их в составе подчинительных словосочетаний со словами, имеющими ограничительную или уточнительную семантику в отношении дейктиков [Есперсен 1996: 6]. Сложно предположить, какой атрибут можно использовать к *I* или к *you*. Неуместность атрибуции таких слов особенно наглядно видна на фоне привычности атрибуции слов недейктической природы. Так, слово *window* обозначает всякое, любое окно вне зависимости от его специфических черт, а словосочетание *a plastic window* значительно ограничивает референциальную область лишь пластиковым окном, отсекая все другие окна,

изготовленные из любых других материалов. Подобное ограничение класса объектов невозможно с *I* или *you*, *here* или *there*, *now* или *then*.

Третьей особенностью дейктиков является специфика их поведения при отрицании [Есперсен 1996: 6]. Так, отрицание слов недейктической природы обычно обозначает отсутствие объекта или его признака, например, *There were no notebooks in the bag* (В сумке отсутствуют тетради) и т. д. При отрицании дейктиков происходит нечто другое, а именно: отрицание дейктиков не ведет к констатации несуществования их референтов, а происходят сдвиги другого рода. А в таких примерах, как *It was not me who said it*, *It was no she who called me yesterday* или *It is not we who saw the accident* вовсе не отрицается существование объекта, отрицанию подвергается совершенное объектом действие говорения. Таким образом, референты дейксиса при отрицании неуничтожимы. Даже сочетаясь с показателями отрицания (*no/not*), дейктик не указывает на несуществование референта, скорее, он указывает на неосуществление им некоего действия и неналичия некоего признака.

Таким образом, выделив основные признаки дейктических элементов, мы можем рассмотреть основные виды дейксиса, в которых они получили отражение.

Так как сфера дейксиса включает в себя в основном «указание на участников речевого акта – говорящего и адресата...; указание на предмет речи...; указание на степень отдалённости объекта высказывания...; указание на временную и пространственную локализацию сообщаемого факта ...», то в современном языкознании обычно выделяют три основных вида дейксиса – персональный (личный), пространственный и временной (темпоральный) [Бондаренко 1998: 2; Филлмор 1982: 13].

Персональный дейксис, в сущности, является частным случаем более широкого явления – предметного дейксиса [Кибрик 1987: 8]. Немаркированные средства выражения предметного дейксиса – местоимения 3 лица, сопровождаемые эксплицитным указующим жестом (рукой, головой, глазами). Однако, здесь нужно сказать о неоднозначности референции местоимений третьего лица в ситуации с несколькими участниками когда словесное указание не подкрепляется жестами и может относиться к любому из участников коммуникации.

Далее обратимся к рассмотрению темпорального дейксиса. Этот вид дейксиса является основным типом, устанавливающим корреляции между местом и временем произнесения высказывания и формой дейктика.

Подробная структура темпорального дейксиса была разработана сначала В. Коллинсоном, а позже – Г. Рейхенбахом. Разработка последнего получила большую популярность в современной лингвистической науке. В концепции Рейхенбаха различаются три точки на временной оси:

- 1) «момент речи» (*point of speech* – S);
- 2) «момент события» (*point of event* – E);
- 3) «относительный момент», «точка отсчета» (*point of reference* – R)» [Рейхенбах 1985: 12]

В отечественной науке о языке попытка применения темпорального дейксиса на практике – при описании форм глагола – принадлежит Г. А. Золотовой. Исследователь ясно излагает теоретические основы, замечая, что «сама точка отсчета – понятие весьма подвижное. Роль говорящего-пишущего в выборе точки отсчета значительно больше, чем это принято думать. От воли говорящего зависит – поместить точку отсчета, «наблюдательный пункт», «напротив» происходящего, или «видеть» событие в предшествующей временной плоскости, как бы уже со стороны». Однако на практике эта ясность теряется [Золотова 1987: 7].

Более удачными представляются поиски Ю. Д. Апресяна. Этот ученый обратился к дейктической специфике материала, взятого из русского языка. Отталкиваясь от традиции отечественной лексикографии, Ю. Д. Апресян предлагает корректировки традиционно принятых словарных статей. Новое толкование слова «сейчас» звучит так: «во время речи говорящего или в то время, в котором он мыслит себя». Таким образом, вводится «нетрадиционное понятие» – «время, в которое говорящий в момент речи

мыслит себя». Поэтому, «к трем рейхенбаховским понятиям, необходимым для описания временных значений естественных языков, – времени события, точки отсчета во времени и времени данной речи, – предлагается добавить еще одно – понятие времени говорящего» [Апресян 1974: 1].

В английском языке временной дейксис может выражаться по-разному. В основном для его выражения используются следующие лексические единицы: *now, this year, next week, next Saturday* и т. п.

Временной и пространственный дейксис часто бывает трудно различить. В работе М. Хаспельмата (1997) было показано, что в языках мира временные выражения (в том числе дейктические) обычно происходят из пространственных – ср. хотя бы русское слово *прошлое*. Этот диахронический процесс основан на универсальной метафоре «Время – это пространство». В результате между пространственным и временным дейксисом также возможны переходные случаи.

Известно, что темпоральная ориентация может описываться при помощи показателей пространственной ориентации, так что событийная упорядоченность представлена в языке по аналогии с пространственными отношениями (сравним для примера: *перед домом* и *перед новым годом*). Пространственный и временной дейксис осуществляется в языках мира предложно-именными группами, указывающими не непосредственно на объекты, места и моменты, совпадающие с дейктическим центром, а через их посредство на другие объекты, места и моменты (в соседней комнате, поблизости, в прошлом году, вчера, скоро, раньше). В формировании вариаций в предложно-именных группах английского языка участвуют артикли соответственно значению каждого из них. Значащим оказывается и отсутствие артикля. Так, существительное *distance* – расстояние – означает некую протяженность разделяющего предметы пространства. Выделяющее индивидуализирующее значение определенного артикля при его употреблении с существительным усиливает сему удаленности в значении существительного, и предложно-именная группа *in the distance* в целом является наименованием большого расстояния, соответствуя значению русского наречия *вдалеке*. Наоборот, неопределенный артикль с его классифицирующим, характеризующим значением подчеркивает сему многомерности в пространственной семантике существительного *distance*, что отражается в общем значении предложно-именной группы *at a distance*, соответствующей русскому отрицательному деепричастию *не приближаясь* (не сближаясь, не соприкасаясь и т. д.), а также предложно-именной группе на некотором расстоянии. Степень некомпактности предметов определяется и атрибутивными прилагательными. В этом случае существительное *distance* может употребляться без подчеркивания семантического признака удаленности или признака многомерности степени удаленности предметов друг от друга и, следовательно, не иметь при себе ни определенного, ни неопределенного артикля. Например, *within walking distance* – недалеко.

Пространственный дейксис «связан с локализацией объекта относительно дейктического центра, т. е. является указанием на расположение объекта относительно говорящего. В языках мира обычно существует специальный класс слов, осуществляющих такую локализацию; они называются указательными (или дейктическими) местоимениями. Эти местоимения могут быть с морфологической точки зрения существительными (ср. лат. *ille u iste* «он»), прилагательными (ср. русск. *тот, этот*), наречиями (ср. русск. *вон, там, здесь, сюда*) и т. п.

Существуют и более сложные пространственные дейктические выражения, указывающие не непосредственно на объекты, места и моменты, совпадающие с дейктическим центром, а через их посредство на другие объекты, места и моменты (*in the next room, at the far corner, far away, near, nearby, left, right, front, back, opposite, remote, close, next previous, distant* и др.)

Таким образом, в английском языке пространственный дейксис осуществляется с помощью артиклей и указательных местоимений, а также функцию пространственных дейктиков выполняют сложные пространственные дейктические выражения.

Теперь рассмотрим как ведут себя вышеперечисленные виды дейктиков, в текстах официальных документов.

Анализ следует начать с разделения дейктиков, обнаруженных в текстах официальных документов, на традиционные и эндемичные. Такие дейктики, как личные и указательные местоимения *this, he, him, me*, можно встретить как в художественном, так и в официальном тексте. Тогда как такие лексемы, как *herein* или *the above mentioned annexes*, вряд ли можно встретить в произведениях художественной литературы: они являются своеобразными маркерами официального регистра речи. Для доказательства дейктичности эндемичных, на наш взгляд, дейктиков в текстах официального регистра речи обратимся к следующим примерам:

*If the above circumstances continue to be in force for more than six months, each Party shall have the right to renounce to any further fulfillment of the obligations **under this Contract** and in such a case neither of the Parties shall have the right to make a demand upon the other Party for compensation of any possible damages.*

*The above mentioned Annexes are an integral part of the present Contract.*

*Witness my hand and seal of the City of Pittsfield on the day and year written **above**.*

Несмотря на наличие у лексических единиц *Annexes, circumstances* и *mentioned* денотативного значения, в сочетании с предлогом *above* они образуют фразы-указатели, главная функция которых в тексте проявляется в указании на элементы предшествующего контекста. Таким образом, имеются основания приписать данные лексические единицы к дейктическим.

Перейдем к классификации англоязычных эндемичных дейктиков в текстах научного регистра речи на полные и частичные.

Обратимся к рассмотрению примеров:

*The qualification certified **herein** is recognized within the Australian Qualifications Framework.*

*The Wrigley Company, **hereinafter** referred to as "SELLER" - on the one hand and Cadbury-Adams Company, **hereinafter** referred to as "BUYER" - on the other hand, have concluded to enter the following agreement.*

*Ownership shall be granted on the terms specified **hereunder**.*

В примерах наблюдается осуществление дейктической функции следующими наречиями: *herein, hereinafter, hereunder*. Вне контекста, в системе языка, данные единицы обладают денотатом, но их денотат имеет определенную «лауну». Как можно заключить из частичной семантики данных единиц, осуществление референции ими всегда определяется наличием контекста и точки отсчета в системе дейктических координат. Таким образом, можно отнести *herein, hereinafter, hereunder* к частичным дейктикам.

Что касается полных дейктиков, рассмотрим следующие примеры:

*The User shall bear responsibility for the complete or partial non-performance of any of its obligations if the non-performance results from such circumstances.*

*The Sellers undertake to sell and the Buyers undertake to buy the Goods in accordance with the specification and conditions stipulated in Annex No. 2 to the present Contract.*

Данные примеры иллюстрируют специфику функционирования в текстах официальных документов таких лексем, как *the User, the Seller and the Buyer, the Goods*. Данные слова хоть и обладают в системе языка определенной семантикой (денотативным значением), но в текстах официальных документов их денотативное значение утрачивает свою актуальность, и они становятся словами-указателями, которые могут быть легко заменены на любой набор букв, или на любое другое слово. Данная характеристика этих лексем в речи позволяет отнести их к полным дейктикам.

Далее мы обратимся к анализу лексических форм реализации личного, временного и пространственного видов дейксиса в англоязычных официальных документах.



Нами были уже упомянуты основные виды дейксиса, а именно: личный/предметный. Предметный дейксис проявляется в указании на определённые объекты или людей:

*The Seller represents that he is engaged in the business of selling the following line of chewing gum manufactured by him under certain labels, trade names and trademarks belonging to the letter.*

*The User shall bear responsibility for the complete or partial non-performance of any of its obligations if the non-performance results from such circumstances.*

Далее рассмотрим пространственный/локальный дейксис. Напомним, что этот вид дейксиса осуществляет указание на локальные координаты коммуникативной ситуации.

*The qualification certified **herein** is recognized within the Australian Qualifications Framework.*

*This contract is made between Express technology, Moscow, **hereinafter** referred to as “The Seller” and Central Japan Railway Company, Tokyo Japan hereinafter referred to as “The Buyers”.*

*Ownership shall be granted on the terms specified **hereunder**.*

Теперь обратимся к рассмотрению временного/темпорального дейксиса, который осуществляет указание на темпоральные координаты коммуникативной ситуации :

*Witness my hand and seal of the City of Pittsfield on **the day and year written above**.*

*Subject to our receiving your order within 20 days **from this date**.*

*We keep this offer open until receipt of your acceptance before September 1 **of the current year**.*

В заключении еще раз подчеркнем, что дейксис представляет собой использование языковых выражений и других знаков, которые могут быть проинтерпретированы лишь при помощи обращения к физическим координатам коммуникативного акта – его участникам, его месту и времени. Основные характеристики дейктических элементов следующие: референты дейктиков не закреплены за ними в тексте; дейктики редко употребляются в составе словосочетаний; при отрицании дейктиков не происходит констатация несуществования их референтов. Наблюдения за функционированием дейктических элементов показали, что в текстах официальных документов на английском языке встречаются как традиционные, так и эндемичные дейктики. Все эндемичные дейктики, в свою очередь, можно разделить на полные и частичные.

Таким образом, потенциал функционирования дейктических элементов в официальных документах является довольно значительным, что обусловлено семантикой этих единиц.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. – М.: 1974. – 179 с.
- Бондаренко О. Г. Функционально-семантическое поле дейксиса в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук.: Ростов-на-Дону, 1998. – 25 с.
- Бюлер К. Теория языка. Репрезентативная функция языка М.: Прогресс, 1993.
- Дейктическая информация в переводе. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: : <http://www.bibliofond.ru/view>
- Есперсен О. Философия грамматики / пер. с англ В. Л. Пасека и С. П. Сафроновой. Под ред. и с предисл. проф. Б. А. Ильиша. – М.: Изд-во Иностр. лит-ры, 1996. – 283 с.
- Золотова Г. А. О дистинктивных значениях синтаксических конструкций // *Revue des Etudes Slaves*. – Paris, 1987. – С. 68.
- Кирик А. А. Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. / Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, А. А. Кирик; Отв. ред. Т. В. Булыгина. – М.: Наука, 1992. – С. 207–236.
- Образцы контрактов. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.mironlinecenter.com/Contract\\_samples/list-of-contract-samples.html](http://www.mironlinecenter.com/Contract_samples/list-of-contract-samples.html)
- Рейхенбах Г. Философия пространства и времени. – М., 1985. – 210 с.
- Филлмор Ч. К. Описательная структура для пространственного дейксиса // *Речь, Место и Действие*. – М., 1982. – С. 10–25.

## Вариативность содержательной составляющей ритуальных жанров в политическом дискурсе

БАБЕНКОВА Е. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Статья рассматривает один из традиционно ритуальных жанров политического дискурса – инаугурационную речь президента. Материалом исследования послужил корпус инаугурационных речей американских президентов. Основное внимание сфокусировано на тематическом варьировании текстов речей с представлением результатов подсчетов частотности использования той или иной темы.

**Ключевые слова:** политическая лингвистика, политическая коммуникация, инаугурационная речь, тематическая основа, экстралингвистический фактор, вариативность.

## Thematic Variability in the Texts of Ritual Genres in Political Discourse

BABENKOVA E. A.

Mordovia State University

**Abstract.** The article is about one of the ritual genres of political discourse – president inauguration speech. It is based on the material of the American president inaugural address corpus. The main focus is on thematic variability of inauguration speeches and frequency of particular themes.

**Keywords:** political linguistics, political communication, inauguration speech, theme, extralinguistic factor, variability.

Интерес к функциональным параметрам политической коммуникации и ее роли в развитии общественных отношений привел к формированию во второй половине XX века новой отрасли в науке о языке – политической лингвистики. По мнению А. П. Чудинова, для данной науки характерна совокупность таких черт, как «мультидисциплинарность, антропоцентризм, экспансионизм, функционализм и экспланаторность» [Чудинов 2008: 6].

Значительный интерес у лингвистов вызывают речи американских политиков [Mencken 1986: 93]. В данном аспекте целесообразно обратить внимание на такой вид политической коммуникации, как инаугурационная речь.

Жанр инаугурационного обращения традиционно классифицируется как один из наименее динамичных жанров. Одной из причин является высокая степень ритуальности, выражающейся в «исторически сложившейся традиционности, строго упорядоченной форме исполнения действий и высокой степени символичности процедуры вступления в должность нового президента» [Дотдаева 2009: 120]. В связи с этим исследователи говорят о низкой информативности этого жанра. «Отсутствие новизны в сообщении неизбежно переключает фокус внимания участников коммуникации на другие его компоненты: важным оказывается не столько содержание высказывания, сколько сам факт его произнесения» [Шейгал 2002: 324]. Таким образом, инаугурационная речь традиционно относится к жанрам, с преобладанием фатической составляющей. Критериями информативности считаются небанальность, релевантность и адекватность в подаче информации, а фатика предполагает банальность содержания, эмоциональность и аффективность.

Такое толкование подразумевает повторение того, что уже известно аудитории, принципиально отказывая в возможности появления новизны. Однако категорическое отнесение инаугурационных речей к лишенным информативности жанрам вызывает ряд возражений. Так, Дотдаева считает, что «если бы инаугурационные речи не стимулировали мысль, не бросали вызов, не содержали никакой новизны, они не приковывали бы к себе столь пристального внимания граждан государства, чей президент

выступает с инаугурационным обращением, а также правительств и народов иностранных государств. Напротив, кроме традиционных, можно сказать, формальных стандартно–возвышенных оборотов, инаугурационное обращение содержит политические ориентиры и приоритеты, которыми глава государства собирается руководствоваться в течение срока своего президентства. И неудивительно, что внимание всего мира приковывают инаугурационные речи президентов США, поскольку эта страна является одной из доминирующих на арене мировой геополитики» [Дотдаева 2009: 120].

Одним из главных факторов, определяющих вариативность содержания является изменение ситуативного контекста. В целом, исследователями подчеркивается важность учета экстралингвистических факторов при анализе дискурса. Дискурс понимается как сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определённого текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего. Как отмечается в работе О. Л. Михалевой, в дискурсе отражается сложная иерархия знаний, необходимая как при его порождении, так и при его восприятии [Михалева, эл. рес.].

Дискурс не ограничивается рамками конкретного языкового высказывания, то есть рамками текста или самого диалога: говорящий и слушающий, их личностные и социальные характеристики, другие аспекты социальной ситуации, несомненно, относятся к данному событию.

Так, Демьянков отмечает, что интерпретируя политический дискурс в его целостности, нельзя ограничиваться чисто языковыми моментами, иначе суть и цель политического дискурса пройдут незамеченными. Понимание политического дискурса предполагает знание фона, ожиданий автора и аудитории, скрытых мотивов, сюжетных схем и излюбленных логических переходов, бытующих в конкретную эпоху [Демьянков, эл. рес.].

В связи с этим представляет несомненный интерес тематическая основа корпуса инаугурационных речей американских президентов. Имеет смысл предположить, что в силу ряда особенностей данного вида политического дискурса, как, например, ритуальность, институциональность, существует некая тематическая область, затрагиваемая в инаугурационных речах большинства президентов.

Подобное исследование было проведено Д. Ф. Эриксоном, который проанализировав 52 инаугурационных обращения, выделил 11 наиболее часто затрагиваемых тем:

- 1) гражданские добродетели
- 2) независимость от политики партии
- 3) национальное единство
- 4) общие принципы политики
- 5) сотрудничество с Конгрессом
- 6) поддержка народа
- 7) роль Провидения
- 8) особая миссия США
- 9) политическая преемственность
- 10) роль президента в защите и охране Конституции и Союза
- 11) федерализм

Каждая из этих тем встречается по меньшей мере в 44% речей. В среднем, в каждой из речей затрагивается около 7 тем (от 2 до 11). Однако, смысловое наполнение и частота встречаемости тем изменяется в связи с изменением ситуативных факторов. Так, к теме сотрудничества с Конгрессом обращаются 20 из 30 первых президентов, но только 6 из последних 22 речей затрагивают эту тему (общий итог – 50%). Эриксон предполагает, что обхождение темы Конгресса не обязательно означает пренебрежение и изменение стиля управления, а может быть связано с расширением целевой аудитории. Диахронический анализ позволяет выявить явные изменения образа адресата инаугурационной речи, что детерминировано определенными экстралингвистическими факторами. Целевой аудиторией первой инаугурационной

речи Дж. Вашингтона и последующих речей до Джексона являлись члены Конгресса. В 1829 г. Джексон стал первым президентом, чья инаугурация прошла перед парадным подъездом здания Конгресса и ее аудитория являла собой представителей самых разных слоев общества. С тех пор наблюдается увеличение размера и разнородности воспринимающей аудитории, что в значительной мере обусловлено ростом СМИ. В 1897 г. инаугурационная речь впервые была запечатлена на киноплёнке. В 1921 г. речь президента была усилена с помощью громкоговорителей, в 1925 г. прошла первая радиотрансляция. В 1948 г. впервые присяга Трумэна была транслирована по телевидению. Первая телетрансляция в цветном изображении – в 1961 г. В последнее десятилетие значительно возросла роль сетей интернета в расширении непосредственной аудитории инаугурационной речи. Президент Клинтон стал первым президентом, инаугурационная речь которого в 1997 г. транслировалась онлайн. Инаугурация Обамы стала рекордной по числу реципиентной аудитории. Около 37,8 млн. американцев смотрели ее телевизионную трансляцию, 8 млн. человек со всего мира – интернет-трансляцию. За день трансляцию на сайте CNN.com посмотрело около 27 млн. человек. Таким образом, можно констатировать, что с развитием Mass Media происходит обновление и обогащение жанра инаугурационного сообщения.

Призыв к независимости от политики партии в интересах общего дела также становится менее актуален в XX веке, что может быть связано с ослаблением роли партий и межпартийных противоречий [Ericson, эл. рес.]. Это еще одна из тем, обусловленных политической ситуацией. Так, будучи вынужденным работать со смешанным демократо–республиканским правительством, Клинтон в инаугурационной речи 1997 года предостерегает против *«the politics of petty bickering and extreme partisanship»*.

Тема защиты и охраны Конституции и Союза тоже может быть отнесена к числу практически вышедших из употребления, в связи с историческими причинами. Эта тема встречается в 44% речей, но большая часть (14 упоминаний) приходится на первые 19. И только лишь 9 из последних 33 обращений затрагивают эту тему. «С течением времени, защита и сохранение Конституции, и, в особенности, Союза, вышла из разряда спорных вопросов» [Ericson, эл. рес.].

Другую, более постоянную группу тем, составляют традиционные идейные ценности и национальные ментальные особенности американского общества. Так, 100% речей содержат упоминание Всевышнего, что является отсылкой к гражданской религии. Выдвинутая Р. Беллом концепция гражданской религии в США постулирует религиозную основу инаугурации президента, подтверждая религиозную легитимность высшей политической власти. Ученый заявляет, что гражданская религия разработана на идейно–содержательном уровне и институционализирована на уровне конкретной символики и ритуалов, существующих в общественно–политической жизни страны. Смысловой объем понятия гражданской религии определяются автором концепции следующим образом: «Отделение Церкви от государства не отрицает существование религиозного измерения, присущего политическим реалиям. Хотя вопросы личных религиозных верований, поклонения и объединений верующих считаются строго частным делом, но существуют определенные общие элементы религиозной ориентации, которые разделяются подавляющим большинством американцев. Они сыграли решающую роль в развитии американских институтов и сейчас обеспечивают религиозное измерение для всей американской жизни, включая политическую сферу. Это религиозное измерение выражается в совокупности верований, символов и ритуалов, которые я называю американской гражданской религией. Инаугурация президента – одно из важнейших церемониальных событий этой религии» [Bellah, эл. рес.].

Первая ИР Джорджа Вашингтона [First Inaugural Address of George Washington, эл. рес.]. отличается значительной религиозной наполненностью. Лексика с религиозной направленностью наполняет собой практически весь текст. Причем данное религиозное тематическое поле делится как на прямые упоминания неких «высших существей» (*Almighty Being who rules over universe, the Great Author of every public and private good, Invisible hand that conducts affairs of men, token of providential agency*) и обращение к библейским терминам (*Heaven*), так и на частично завуалированную лексику религиозной направленности (*benediction, consecrate, pious, presage, destiny, sacred, supplication, divine blessing, eternal rules of order and right*).

Помимо наличия религиозно маркированной лексики, ИР американских президентов может включать текст молитвы, как например ИР Дж. Буша: *«And my first act as President is a prayer. I ask you to bow your heads: Heavenly Father, we bow our heads and thank You for Your love. Accept our thanks for the peace that yields this day and the shared faith that makes its continuance likely. Make us strong to do Your work, willing to heed and hear Your will, and write on our hearts these words: “Use power to help people. “ For we are given power not to advance our own purposes, nor to make a great show in the world, nor a name. There is but one just use of power, and it is to serve people. Help us to remember it, Lord. Amen. »* [Inaugural Address of George Bush, эл. pec.]. Использование собственно религиозного текста в начале ИР не может не наложить определенный эмоциональный оттенок на всю речь президента, реализуя идею правильности и согласованности политики президента с Высшими духовными силами.

Ссылка на основополагающие концепты религиозно-популярного дискурса в сильных позициях текста наблюдается и в ИР Д. Кеннеди: *«For I have sworn before you and Almighty God the same solemn oath our forebears prescribed nearly a century and three quarters ago. », «And yet the same revolutionary beliefs for which our forebears fought are still at issue around the globe—the belief that the rights of man come not from the generosity of the state, but from the hand of God. », « With a good conscience our only sure reward, with history the final judge of our deeds, let us go forth to lead the land we love, asking His blessing and His help, but knowing that here on earth God’s work must truly be our own»* [Inaugural Address of John F. Kennedy, эл. pec.]. Оратор начинает свою речь ссылками на Бога и завершает ее тем же.

В речи действующего президента Барака Обамы определенная часть семантического пространства также конструируется религиозной лексикой *«God, God-given, God’s grace, Scripture. We are a nation of Christians and Muslims, Jews and Hindus — and nonbelievers»* [Inaugural Address By President Barack Hussein Obama, эл. pec.].

В 88% обращений затронута тема гражданской доблести, и в 77% – особое предназначение Соединенных Штатов. Последняя тема очень ярко прослеживается в речах американских президентов, что указывает на тот факт, что политика государства склонна к заниженной оценке системы социокультурных особенностей иных этносов и завышенной самооценке своих. Это, соответственно эксплицируется в таких качествах как повышенной значимость автостереотипов и недооценка и низкая релевантность гетеростереотипов. Данный феномен, в частности, иллюстрируется примерами из текста инаугурационного обращения президента США Б. Обамы, в котором он неоднократно подчеркивает исключительность американской нации: *«the greatness of our nation», «We remain the most prosperous, powerful nation on Earth. »* Помимо прямых указаний на величие выраженных автостереотипов посредством лексических единиц с соответствующей семантикой и использованием грамматической формы превосходной степени прилагательных, некоторые части текста инаугурационной речи имплицитно подразумевают превосходство американской нации, способной преодолеть все трудности и вести других: *«Now, there are some who question the scale of our ambitions, who suggest that our system cannot tolerate too many big plans. Their memories are short, for they have forgotten what this country has already done, what free men and women can achieve when imagination is joined to common purpose, and necessity to courage. What the cynics fail to understand is that the ground has shifted beneath them, that the stale political arguments that have consumed us for so long no longer apply. » «And so, to all the other peoples and governments who are watching today, from the grandest capitals to the small village where my father was born, know that America is a friend of each nation, and every man, woman and child who seeks a future of peace and dignity. And we are ready to lead once more»* [Inaugural Address By President Barack Hussein Obama, эл. pec.].

Таким образом, целесообразно сделать вывод, что, несмотря на высокую степень ритуальности и институциональности, для инаугурационных обращений американских президентов характерна вариативность, связанная прежде всего экстралингвистическими факторами, как, развитие телекоммуникаций, оказавших прямое влияние на образ адресата, а так же ориентацию на текущую общественно-политическую обстановку.



## ЛИТЕРАТУРА

- Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [\[http://www.infolex.ru/PolDis.html\]](http://www.infolex.ru/PolDis.html)
- Дотдаева Ф. И. Языковые средства манифестации функций инаугурационного обращения президента США // Вестник ПГЛУ. – 2009. – № 3. – С. 120–125.
- Михалёва О. Л. Политический дискурс: способы реализации агональности. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rus-lang.com/education/discipline/philology/disrurs/material/material7/>
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 256 с. .
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2000. – 431 с.
- Bellah R. N. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://genealogyreligion.net/wp-content/uploads/2012/02/Civil-Religion-America-Bellah.pdf>
- Ericson D. F. Presidential inaugural addresses and American political culture. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thefreelibrary.com/Presidential+inaugural+addresses+and+American+political+culture-a020223414>
- First Inaugural Address of George Washington. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://avalon.law.yale.edu/18th\\_century/wash1.asp](http://avalon.law.yale.edu/18th_century/wash1.asp)
- Inaugural Address By President Barack Hussein Obama. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.whitehouse.gov/blog/inaugural-address/>
- Inaugural Address of George Bush. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://avalon.law.yale.edu/20th\\_century/bush.asp](http://avalon.law.yale.edu/20th_century/bush.asp)
- Inaugural Address of John F. Kennedy. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://avalon.law.yale.edu/20th\\_century/kennedy.asp](http://avalon.law.yale.edu/20th_century/kennedy.asp)
- Mencken H. L. The American Language. – New York: Alfred A Knopf, 1986. – 777 p.

УДК 81'373.611

## Способы словообразования в компьютерном жаргоне английского и русского языков

БУРЕНИНА Н. В.

*Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва (г. Саранск)*

**Аннотация.** Компьютерный жаргон является одним из самых динамично развивающихся пластов лексики русского языка, находящийся в силу объективных причин под влиянием английского языка. Это проявляется в большом количестве «англицизмов», функционирующих в речи русских пользователей компьютеров. Наряду с английскими заимствованиями в статье анализируются другие способы словообразования русских компьютерных жаргонизмов.

**Ключевые слова:** компьютерный жаргон, словообразование, метафора, заимствованное слово, акроним, звукоподражание.

## Word Building in Computer Jargon of the English and Russian Languages

BURENINA N. V.

*Mordovia State University*

**Abstract.** Computer jargon is the most dynamically developing vocabulary of the Russian language which is experiencing strong influence of English due to the objective circumstances. This fact is confirmed by a great number of English words that function in the Russian language of computer users. Alongside with words loaned from English the author analyses other means of word building that are relevant for Russian computer jargon.

**Keywords:** computer jargon, word building, metaphor, loaned word, acronym, onomatopoeia.

Динамичное развитие современной компьютерной науки и техники активизировало многие процессы в языке и затронуло, прежде всего, его лексическую систему, что привело к созданию специальной терминологической системы, отличающейся многообразием техницизмов и профессионализмов. Многие компьютерные термины, ранее известные только узким специалистам, стали теперь актуальными для очень широкого круга людей – пользователей компьютеров. В связи с этим, наряду с собственно компьютерной терминологической системой сегодня существует и активно развивается достаточно богатый специфический групповой язык – подязык пользователей компьютеров.

Этот языковой феномен заслуженно находится в центре внимания лингвистов. Исследуются его различные аспекты. Однако чаще всего этот подязык относят к молодежному жаргону и изучают в рамках именно этого подязыка [Ермакова 2007; Князев 2006]. Некоторые ученые рассматривают язык компьютерных пользователей с точки зрения психолингвистики, изучая психолингвистические особенности именования личности в нем и языковую игру как когнитивную основу его формирования [Земская 2006]. Работы других исследователей посвящены словообразованию [Лихолитов 1997].

Исследования лингвистов дают основание говорить о наличии в разных языках особого слоя лексики, представленного компьютерными жаргонизмами. В процессе формирования этой лексики отчетливо выявляется ее зависимость от экстралингвистических факторов, связанных, прежде всего, с условиями использования компьютерного подязыка и степенью корпоративной замкнутости его носителей.

Действие внеязыковых факторов способствует изменению, прежде всего пополнению данной лексической подсистемы единицами разного происхождения как заимствованными, так и созданными из исконного материала путем семантической или словообразовательной производности. Поскольку компьютерная сфера относится к наиболее активно развивающимся видам деятельности, то словарь здесь постоянно пополняется новыми лексическими единицами, и в словообразовательные процессы, таким образом, вовлекаются новые именованья, причем из-за быстрого устаревания компьютерных программ и самого оборудования многие слова также быстро исчезают. Желание быстро передать как можно больше информации усиливает действие закона речевой экономии, а эмоциональность и юмор, характерные для компьютерных пользователей, активизируют процессы эмоционально-экспрессивных приемов словообразовательных моделей.

В связи с вышесказанным пристальное изучение словообразовательных процессов в компьютерном жаргоне русского языка и их сопоставление с английскими аналогами не утрачивает своей актуальности до сих пор. В данной статье представлены некоторые результаты исследования основных закономерностей образования единиц, относящихся к жаргонным единицам языка англоязычных и русскоязычных пользователей компьютера. Материалом исследования послужили лексикографические источники: Иллюстрированный компьютерный словарь для «чайников» под ред. Д. Гукин, С. Х. Гукин, 2005; Толковый словарь современной компьютерной лексики под ред. В. Л. Дорот, Ф. А. Новикова; Словарь компьютерного жаргона под ред. В. А. Мещерякова, 1999; словари компьютерного подязыка, представленные в Интернете.

Пути и способы образования компьютерного жаргона весьма разнообразны. Многие ученые отмечают, что метафорический перенос является универсальным способом образования жаргона и главным механизмом образования переносных жаргонных значений, это мощный источник формирования лексического состава жаргонов, например: *крыша – голова; возникать – высказываться; мыльница – дешевый фотоаппарат*. О. И. Ермакова пишет, что «жаргонная метафора чисто экспрессивная в отличие от метафоры, употребляющейся в общем языке, где она играет эстетическую роль» [Ермакова 2007: 14]. Кроме того, О. И. Ермакова утверждает, что «жаргону гораздо более свойственна семантическая деривация, нежели аффиксальная» [op. cit].

В компьютерном жаргоне английского и русского языков выделяется антропоморфная или антропоцентрическая метафора, которая основана на сравнении неодушевленных объектов, растений и животных с человеком.

В английском компьютерном жаргоне можно выделить следующие модели семантического переноса:

- а) тело человека: *core* (сердечник) – оперативная память компьютера;
- б) болезни человека: *core cancer* (рак сердечника) – процесс медленной утечки ресурсов; *cough and die* (чихнул и помер) – аварийное завершение работы.
- в) действия человека: *to grovel* (ползать) – медленно работать;
- г) характеристика человека: *winner* (победитель) – удачная программа.

В русском компьютерном жаргоне семантический перенос может происходить по следующим моделям:

- а) тело человека: *глаз* – компьютерный монитор;
- б) моральное состояние человека: *жертва* – компьютер в руках новичка;
- в) болезни человека: *бацилла* – компьютерный вирус.

Анималистическая или зооморфная метафора, основанная на переносе свойств животного на характеристики компьютера, также достаточно частотна в английском и русском языках. В английском компьютерном жаргоне выделяются следующие модели сравнения компьютера с животным:

- а) приманка для животных: *flame bait* (пылающая наживка) – послание, ведущее к язвительному обмену любезностями в Интернете;
- б) физическое состояние животных: *hungry puppy* (голодный щенок) – программа;
- в) различные виды животных: *rabbit job* (кроличья работа) – программа, от которой мало толку.

В русском компьютерном жаргоне сравнение компьютера с животными происходит по следующим моделям:

- а) различные виды животных: *блохи* – ошибки в программе;
- б) поведение животных: *снюхаться* – успешно установить связь между модемами.

И в русском, и в английском языках в компьютерном жаргоне используется метафора, которая основана на сравнении компьютера с каким-либо механизмом (прибором).

Так, в английский компьютерный сленг входят следующие модели сравнения компьютера с механизмами:

- а) разновидность прибора: *beige toaster* (бежевый тостер) – компьютер Macintosh;
- б) материал, из которого изготовлен механизм: *big iron* (большое железо) – большой, очень дорогой компьютер.

В русском компьютерном жаргоне в данной тематической группе были выделены следующие модели семантического переноса:

- а) разновидность прибора: *аппарат* – персональный компьютер;
- б) деталь механизма: *кузов* – корпус компьютера;
- в) действия с механизмом: *тормозить* – очень медленно или плохо работать (о программе, компьютере).

Флористическая метафора, основанная на сравнении компьютера с растением или его частью, достаточно широко представлена в языке английских и русских пользователей компьютеров.

Английский компьютерный сленг располагает следующими моделями сравнения компьютера с растениями:

- а) разновидность растения: синонимический ряд *clover key* (клавиша «клевер»), *clover* (клевер);
- б) вред, причиняемый растением: *tree-killer* (убийца деревьев) – принтер.

В русском компьютерном жаргоне вычленяются следующие семантические модели сравнения компьютера с растениями:

- а) части растения: *ботва* – ненужные символы при работе в on-line;
- б) действия человека над растением: *прополоть* – отлаживать внешний вид программы;

в) состояние растения: *гнилой* – образное выражение, означающее неполадки («Да у тебя винт загнил!»);

г) процессы, происходящие в растении: *зазеленеть* – перейти в зеленый, или sleep–режимы.

Метафорический перенос, как средство образования компьютерного жаргона в английском и русском языках, затрагивает также и религиозную сферу. Религиозная метафора основывается на сравнении компьютера с объектами религиозной деятельности, традициями, ценностями и учениями христианской веры.

В английском компьютерном сленге можно выделить следующие семантические модели данной тематической группы:

а) христианские ценности: *soul* (душа), *truth* (истина) – достоверная информация в Интернет;

б) христианские традиции: *donation* (пожертвование) – добровольная плата за скачивание информации;

в) действия верующих: *to pray* (молиться) – сохранять зависший важный документ;

г) христианское учение: *The Creation* (сотворение мира) – установка ОС.

В русском компьютерном жаргоне семантический перенос в данной тематической группе метафор представлен следующими моделями:

а) христианские ценности: *Библия* – справочная служба ОС;

б) христианские традиции: *десятина* – абонентская плата за выход в Интернет через модем;

в) события христианской веры: *воскрешение* – восстановление удаленного файла;

г) христианское учение: *слово* – символ в WORD.

Компьютерный жаргон, образованный на основе метафорического переноса, обладает, как правило, повышенной эмоциональностью и экспрессивностью. В этой группе лексики утрачена семантическая связь с исходным значением, но сохранена экспрессивная мотивированность, т. е. одно и то же слово может обозначать разные явления, нередко не обнаруживающие никаких видимых связей. Так, в английском подязыке компьютерных пользователей встречается следующий пример интенсификации: *to bang on* (мордовать, гонять) – тестировать в экстремальном режиме. В русском компьютерном жаргоне эмоциональные метафоры могут быть представлены большими синонимическими рядами, что, вероятно, объясняется эмоциональным состоянием пользователей во время каких-либо действий на компьютере и желанием ярко охарактеризовать их, например:

а) *взорвать, грохнуть, заламывать, ломануть, обламывать, покрутить, проламывать* – вскрыть какое-либо программное обеспечение и изменить в нем данные по своему усмотрению;

б) *выгореть, вылететь, двинуть кони* – потерять работоспособность;

в) *отстрелить, пристрелить* – отключить от интернет-конференции.

Таким образом, многочисленные примеры доказывают, что метафоризация является один из важнейших способов формирования компьютерного жаргона в русском и английском языках.

Следующим источником пополнения русского компьютерного жаргона являются заимствования из английского языка, так как он общепризнанно является международным языком электроники, широко и достаточно легко используется специалистами различных национальностей в их профессиональных сообществах. Русский компьютерный подязык активно перенимают терминологическую и профессиональную лексику из английского языка, адаптируя ее к законам русской грамматики.

К первой группе относятся жаргонизмы, образованные посредством транслитерации английских слов: *дизастер*, сущ. м. р. – глобальное потрясение от англ. *disaster* (бедствие, несчастье); например, классика русского компьютерного жаргона: «Просыпаешься ты утром, а у путера сгорели мозги, умерла мать и повесился момед. И наступает полный *дизастер*!».

Следующая группа жаргонизмов образована посредством транслитерации и добавлением флексии: *симы*, мн. ч. сущ. – микросхемы памяти от англ. *SIMM* или *сипы* – микросхемы памяти от англ. *SIPP*.

Далее представлены жаргонизмы, образованные посредством транслитерации и добавлением суффикса (например, *-ак*), что придает жаргонизму дополнительную коннотацию: *слимак*, сущ. м. р. – вид корпуса компьютера, от англ. *slim* – изящный, тонкий.

Выделены также жаргонизмы, образованные посредством транслитерации и добавлением двух или более формантов, как, например: *коннектиться* – связываться модемами, от англ. *to connect* – соединяться, связываться. Этот глагол несовершенного вида образован при помощи трех формантов: суффикса *-и-*, флексии *-ть-* и постфикса *-ся*.

Следующие жаргонизмы образованы посредством транслитерации заимствования с намеренным искажением фонетической формы одного из компонентов слова, что придает юмористический или грубовато-фамильярный оттенок лексемам. Сюда можно отнести: *контрол-брык* – команда Ctrl-Break.

Последнюю группу в этой рубрике составляют жаргонизмы, образованные с помощью двух и более словообразовательных способов, как, например: лексема *борда*, сущ. ж. р. – образована посредством транслитерации с усечением и добавлением флексии женского рода существительного *-а* от английского термина *motherboard* – материнская плата. Ее синоним *майнборда*, сущ. ж. р. – образован посредством транслитерации с искажением и добавлением флексии женского рода существительного *-а*.

По очевидным причинам в английском языке компьютерных пользователей очень мало заимствований из других языков. Чаще всего это варваризмы или экзотизмы, иноязычные слова, употребляемые при описании чужеземных обычаев, особенностей жизни и быта, реалий. Они очень немногочисленны.

Например, из русского языка пришло слово *Чернобыль*, которое функционирует в качестве атрибута в словосочетании *Chernobyl packet* (пакет из Чернобыля) – сетевой пакет, влекущий за собой расплав всей сети, назван в память о чернобыльских событиях 1986 г.

Малое количество заимствований в английском компьютерном подъязыке еще раз подтверждает тот факт, что он по преимуществу выступает языком-донором, а не реципиентом.

Одним из продуктивных способов номинации в области компьютерного жаргона, наряду с метафоризацией и транслитерацией, как и в общелитературном языке, является именование компьютерных реалий посредством различных видов аббревиации.

Очень популярен и такой вид аббревиации, как акронимы (аббревиатура, образованная из начальных букв слов), особенно у английских компьютерных пользователей: *FUBAR* (*Fouled Up Beyond All Repair*) – испорчено так, что не подлежит ремонту.

Новое слово может быть образовано и посредством телескопического способа словообразования (способ соединения начального сегмента одного слова с конечным сегментом другого): *gubbish* или *rubbage* (от англ. *garbage* – мусор и *rubbish* – чепуха) – хлам, бессмыслица. Так говорят, когда в компьютере происходит что-то непонятное, необъяснимое.

Не менее продуктивным способом словообразования в компьютерном жаргоне является сокращение, или усечение следующих видов:

1) апокопа – усечение финальной части слова исходной единицы; в английском подъязыке пользователей: *admin* (от англ. *administrator*) – системный администратор; в русском компьютерном жаргоне: *комп* – компьютер;

2) афerezис – сокращение начальных слогов; в английском – *worm* (от англ. *tapeworm* – ленточный червь) – вирус, распространяющий сам себя по электронной сети. В русском языке подобные вирусы называют сетевыми червями. В русском подъязыке примером афerezиса является лексема с морфонологическим изменением внутри корня *путер* – компьютер.

3) синкопа – усечение срединной части слова исходной единицы; в русском компьютерном жаргоне *прога* – программа.

Примеров синкопы в исследуемых нами материалах английского компьютерного подъязыка не обнаружено.



Следующей разновидностью аббревиации является универбизация – создание одного слова из словосочетания с целью экономии языковых средств.

Английский компьютерный жаргон представлен лексемой *edutainment* (от англ. *education* – обучение и *entertainment* – развлечение). Она обозначает программное обеспечение, которое должно быть развлекательным, чтобы понравиться детям, и познавательным, чтобы быть полезным их родителям.

В русском компьютерном жаргоне: *материнка* – материнская плата.

Словосложение – еще один способ образования компьютерных жаргонизмов. В исследуемом подъязыке словосложение, с точки зрения способа соединения компонентов, представлено двумя группами сложных слов, чаще всего существительных:

а) сложные слова, компоненты которых соединяются с помощью интерфикса; в русском компьютерном жаргоне: *авт-о-пилот* – состояние станции, когда системный оператор не может следить за ней; *мыш-е-дром* / *мышк-о-дром* – коврик для мышки.

б) сложные слова, компоненты которых соединяются непосредственно, без помощи интерфикса; в английском компьютерном жаргоне: *snail-mail* (улиточная почта) – написанное на бумаге письмо, в отличие от электронной почты; в русском компьютерном жаргоне: *сидивертка/сидивертушка* – CD-ROM.

Звукоподражание, или оноματοпεία – один из способов номинации, встречающихся в английском и русском языках. Следует отметить, что примеры оноματοпείи в анализируемом подъязыке не слишком многочисленны. В английском компьютерном жаргоне это *cruncha cruncha cruncha* – заклинание, которым пользователи подбадривают медленно работающий компьютер или программу. В русском компьютерном жаргоне функционирует глагол *жужжать* в значении «связываться модемами».

В результате проведенного анализа нами было установлено, что лексика пользователей компьютера, получившая широкое распространение, образуется с помощью разнообразных словообразовательных приемов в английском и русском языках.

Таким образом, будучи явлением интернациональным, компьютерный подъязык, тем не менее, национален в том смысле, что национальная принадлежность пользователей компьютеров оказывает существенное влияние на формирование и развитие их подъязыков.

Проведенный анализ компьютерных жаргонизмов в исследуемых языках показал, что заимствование из английского языка является продуктивным способом образования лексем в русском языке. Жаргон русскоговорящих пользователей изобилует англоязычными заимствованиями (54% от общего числа всех способов словообразования), в связи с чем, он часто характеризуется как «русифицированный английский» или «англизированный русский».

Богатая палитра морфологических средств русского языка позволяет интегрировать заимствованные лексемы с помощью широко представленных словообразовательных формантов: суффиксов, префиксов, постфиксов, интерфиксов.

Следует отметить, что в английском компьютерном сленге также содержатся заимствования, но их малое количество (5,4%) убедительно подтверждает, что он является языком–донором, а не реципиентом в связи с его статусом международного языка электроники.

Процентное соотношение аббревиации в обоих языках выглядит следующим образом: в английском – 24,3%; в русском – 10,6%. Словосложение, как в английском, так и в русском языках, составило 1%. Ономотопическая лексика в компьютерном жаргоне составляет 2% в английском языке и 1% в русском языке.

Таким образом, ведущее место среди всех способов словообразования компьютерных жаргонизмов в русском языке принадлежит заимствованиям, в английском же языке – метафоре.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Гукин Д., Гукин С. Х. Иллюстрированный компьютерный словарь для «чайников». – М.: Изд-во Вильямс, 2005. – 512 с.
- Дорот В. Л., Новиков Ф. А. Толковый словарь современной компьютерной лексики. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: БХВ–Петербург, 2001. – 520 с.
- Ермакова О. И. Особенности формирования лексики русского компьютерного жаргона // Филологические науки. – 2007. – № 3. – С. 13–17.
- Земская Е. А. Языковая игра. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. – М.: Жест, 2006. – 288 с.
- Князев Н. А. Английские лексические новообразования в сфере компьютерных технологий. – Пятигорск: Пятигорский гос. лингв. ун-т, 2006. – 218 с.
- Лихолитов П. В. Компьютерный жаргон // Русская речь. – 1997. – № 3. – С. 8–16.
- Мещеряков В. А. Словарь компьютерного жаргона. – Воронеж: Юность, 1999. – 120 с.
- Словарь компьютерного сленга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biometrika.tomsk.ru/ftp/dict/computer/comp.htm>
- Urban Dictionary: computer slang. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.urbandictionary.com>

УДК 81'42:659:811.111

## Стилистическая дифференциация диалогической речи в произведениях художественной литературы

БУТЯЕВА О. Г.

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)*

СЫРЕСИНА И. О.

*Московский педагогический государственный университет (г. Москва)*

**Аннотация.** В диалогах произведений художественной литературы социально–профессиональные характеристики речи пересекаются с речевыми регистрами, на выбор которых непосредственное влияние оказывают социальный статус говорящего и цель вступления в диалог.

**Ключевые слова:** диалогическая речь, прагматика, социально–стилистическая дифференциация, регист, мотив.

## Stylistic Differentiation of Dialogic Speech in Works of Fiction

BUTYAEVA O. G.

*Mordovia State University*

SYRESINA I. O.

*Moscow State Pedagogical University*

**Abstract.** In the dialogues of fiction socio–professional characteristics of speech intersect with speech registers, the choice of which is directly influenced by the social status of the speaker and the purpose of engaging in dialogue.

**Keywords:** dialogic speech, pragmatics, socio–stylistic differentiation, register, motive.

Человеческая жизнь немыслима без общения, которое можно определить как взаимодействие людей в ходе обмена той или иной информацией. Общение обычно осуществляется либо в форме монолога, либо в форме диалога. Если в общении активно принимают участие два человека, то есть имеется взаимообратная связь, словесная реакция на то, что говорит собеседник, то перед нами диалогическая форма речи. «Диалог (от греч. *dialogos* ‘разговор, беседа’) диалогическая речь – это форма устной речи,

разговор двух или нескольких лиц, речевая коммуникация посредством обмена репликами» [Большой энциклопедический словарь 1991: 203].

Изучение диалога всегда привлекало внимание лингвистов, так как диалог – ведущая форма человеческого общения. В более ранних работах, касающихся изучения диалога, исследования, в подавляющем большинстве были направлены на изучение его структурных особенностей. В последнее время стали разрабатываться психолингвистические и социолингвистические модели диалога, созданные в русле пограничных с лингвистикой дисциплин. Причиной их возникновения послужило понимание того, что полное исследование диалогической речи невозможно осуществить, не учитывая его социальный аспект. Так, в частности, социолингвистический подход к изучению диалога, разрабатываемый американской лингвистикой, представляет диалог, в первую очередь, не как языковое явление, а как социальное взаимодействие, регулируемое определенными договоренностями между членами общества. То есть при изучении диалога нельзя не учитывать его прагматических характеристик, изучению которых в настоящее время посвящено много научных исследований, которые оперируют таким понятием как «дискурс». Дискурс определяется как «текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное действие, ... речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1999: 136]. То есть дискурс – это текст, взятый в ситуации общения. Диалог же всегда признавался одним из основных видов текста «характеризующийся сменой высказываний двух говорящих. Каждое высказывание, называемое репликой, обращено к собеседнику» [Солганик 2000: 130]. В композиционном построении диалог не отличается четкостью и стройностью вследствие того, что создается совместными усилиями двух человек, принимающих участие в общении. Это отражается на характере синтаксических связей, а именно для диалога характерны встречные, или оккурсивные, связи, в то время как для монолога – присоединительные, или кумулятивные. Это и является основной отличительной чертой диалогической реплики от монологической [Блох 1973: 198]. Если же учитывать прагматические характеристики диалога, то можно говорить о диалогическом дискурсе, который предполагает анализ условий коммуникативной ситуации или контекста. Коммуникативный контекст ситуации общения создается самими собеседниками. К характеристикам коммуникативного контекста Т. А. ван Дейк относит: 1. Личное; 2. Общественное; 3. Институциональное/формальное; 4. Неформальное [Т. А. ван Дейк 1989: 12]. Данные параметры составляют социальный контекст общения, социальные характеристики говорящих (статус, пол, возраст, отношения между коммуникантами), то есть оказывают прямое влияние на выбор говорящего того или иного социального и регистрового стиля. Социальный или социально-профессиональный стиль в нашем понимании отражает предметное содержание общения (он совпадает в отечественном языкознании с понятием «функциональный стиль»), регистровый стиль или просто «регистр» отражает этику общения или социальный контекст общения.

Диалог в произведениях художественной литературы – это отражение реальных диалогов реальной жизни людей. Автор художественного произведения, описывающий всевозможные грани обыденной жизни людей, в диалогах своих героев старается, насколько это возможно, приблизить их к реальной жизни, подобрать реальные ситуации.

Одним из основных параметров речевой деятельности является область деятельности коммуникантов или их социально-профессиональные характеристики, которые отражаются на социально-стилевой дифференциации речи.

Речевая деятельность говорящих характеризуется еще и целью. Исходя из понимания цели как явления психологического, философского и лингвистического порядка, цель в коммуникации определяется как объективный фактор речевого взаимодействия, функционирующий после осознания говорящим мотивов вступления в речевой контакт и прогнозирующий возможный результат речевого действия. Цель оказывает непосредственное воздействие на выбор содержания и механизмы построения речевого высказывания наряду с такими объективными моментами коммуникативного процесса как ситу-

ативная отнесенность и социальная детерминированность, и реализуется в виде требуемых по смыслу речевых интенций. Рассматривая коммуникативные ситуации по признаку цели вступления в диалог Л. Я. Киселева выделяет следующие цели: информативная, побудительная, эмоционально-оценочная и контактная. Так, реализация информативной цели направлена на пополнение информационного фонда адресата; побудительная цель задает участие адресата в изменении окружающего мира, побуждает его к реакции на содержание высказывания; эмоционально-оценочная цель направлена на выражение говорящим своего отношения к миру, апеллируя при этом к мнению адресата; контактная цель направлена на установление или поддержание межличностных отношений между участниками коммуникативного акта [Киселева 1978].

Параметр социальных отношений коммуникантов, непосредственно отражается на регистровом стиле речи и относится к наиболее сложным. При рассмотрении коммуникативных ситуаций по социальному признаку необходимо различать случаи, когда диалог протекает между близкими или малознакомыми людьми, между ровесниками и людьми разными по возрасту, между сотрудниками или начальниками и подчиненными, между соотечественниками и людьми разных стран, между участниками одного пола и разных полов. Обобщая, однако, все множество возможных ситуаций, можно свести их к двум основным типам: 1) коммуниканты находятся в условиях сравнительно равных отношений; 2) коммуниканты состоят в отношениях неравенства.

Предметом нашего исследования послужили диалоги людей тех или иных профессий (занимающихся той или иной профессиональной деятельностью): врачей, адвокатов, работников банков, учителей и т. д. было рассмотрено соотношение речевых регистров и социально-профессиональных характеристик речи говорящих.

Учитывая социальный статус говорящих, можно выделить диалоги, участники которых имеют равный социальный статус и неравный социальный статус. Диалоги, участники которых имеют неравный социальный статус, строят свои отношения по принципу «начальник – подчиненный». Такие диалоги относятся к повышенному регистру. Это типичные разговоры начальников и их секретарей, начальников и их подчиненных. По цели вступления в разговор такие диалоги являются побудительными и информативными. Руководствуясь классификацией композиционно-речевых форм сложных диалогических единств, выделенными М. Я. Блохом и С. М. Поляковым, такие диалоги мы будем относить к диалогу-побуждению. Например:

*Secretary: "Good morning, Mr. Hansen. "*

*Mr. Hansen: "I've got a special project this morning that's going to keep me tied up. If any call is truly urgent, patch it though. Otherwise hold all calls until ten-thirty, okay?"*

*Secretary: "Sure thing, Mr. Hansen. " [Rhodes1999: 132]*

Коммуникативный центр таких единств будет заключен только в репликах участников занимающих более высокое социальное положение. Речевая деятельность коммуникантов, занимающих более низкое социальное положение, будут выполнять следующие функции: сигнализации наличия контакта, выражения согласия/несогласия. Эти функции носят нетематический характер, то есть такие высказывания практически не участвуют в развитии темы в смысле сообщения новой фактуальной (или интеллектуальной) информации.

К повышенному регистровому стилю будут относиться диалоги – объяснения, участники которых имеют неравный социальный статус. Целью вступления в такой диалог будет – информативная (а именно получение информации). Реплики участников, с более низким социальным статусом будут содержать запрос информации, их реплики обычно представлены одним вопросительным предложением. Высказывания коммуникантов, занимающих более высокое социальное положение, будут представлять собой ответ-объяснение, длительное по количеству предложений.

К повышенному регистровому стилю также относятся диалоги, в которых реплики, участников с более низким социальным положением выражают запрос информации, а реплики, участников с более высоким социальным положением представляют собой ответ-объяснение, при их объединении образующие кумулему.

Повышенный регистровый стиль также используется коммуникантами с одинаковым социальным положением, если ситуация общения непосредственно связана со сферой деятельности говорящих. Целью вступления в диалог будет являться информативная.

Диалоги, участники которых имеют равный социальный статус, имеют более сложное синтаксическое строение и разнообразное регистровое оформление речи. Участники таких диалогов свободны в выборе регистрового стиля, так как их общение ограничивается лишь их деятельностью в момент речи, которая предполагает использование повышенного регистра, но их равный социальный статус позволяет им снижать регистровый стиль.

Участники таких диалогов строят свои отношения либо по принципу кооперации, либо по принципу конфронтации. В диалогах-конфронтациях снижение регистрового стиля происходит за счет непонимания или неприятия точки зрения оппонента.

Выбор речевого регистра зависит и от цели вступления в диалог, если это эмоционально-оценочная цель, то используется сниженный регистровый стиль, как и в диалогах, участники которых имеют как равное, так и неравное социальное положение.

К нейтральному речевому регистру можно отнести диалоги, отражающие речевой этикет. Это диалоги-встречи, знакомства или представления и диалоги-прощания. Участники таких диалогов могут иметь как равный социальный статус, так и неравный.

Под речевым этикетом понимаются «регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфических стереотипных устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [Формановская 1982: 9]. Регулярные отношения людей характеризуются установлением стандартных ситуаций общения. К таким конструкциям относятся выражения благодарности, извинения, приветствия, которые, находясь в диалоге, не вносят никакого вклада в его тематическое развитие, но без которых не обходится ни один разговор. Целью вступления в диалог таких коммуникативных ситуаций является контактная, направленная на установление и поддержание межличностных отношений между участниками коммуникативного акта.

Итак, в диалогах произведений художественной литературы представлено непосредственное (живое) общение людей, в которых социально-профессиональные характеристики речи пересекаются с речевыми регистрами, на выбор которых непосредственное влияние оказывают социальный статус говорящего и цель вступления в диалог.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
- Блох М. Я. Надфразовый синтаксис и синтаксическая парадигматика // Проблемы грамматики и стилистики английского языка. – М.: МГПИ им. В. И. Ленина, 1973. – С. 195–225.
- Блох М. Я., Поляков С. М. Строй диалогической речи. – М.: Прометей, 1992. – 154 с.
- Большой энциклопедический словарь. В 2-х тт. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – М.: Сов. энциклопедия, 1991. – Т. 1. – 863 с.
- Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
- Киселева Л. А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л.: Из-во ЛГУ, 1978. – 160 с.
- Солганик Г. Я. Стилистика текста: Учеб. пособие для студентов, абитуриентов, преподавателей-филологов и учащихся старших классов школ гуманитарного профиля. – 2-е изд. – М.: Флинта; Наука, 2000. – 253 с.
- Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. – М.: Русский язык, 1982. – 126 с.
- Phodes S. The Velocity of Money. – N. Y., 1999. – 538 p.



УДК 398.2:821.511.152–193.1

## Образ солнца в мордовской устной поэтической традиции (на материале загадок)

ВАГАНОВА Е. Н.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье, посвященной мордовскому паремическому жанру, рассматривается феномен солнца в национальных загадках, раскрывается семантика паремий, акцентируется внимание на их полисемантическом смысле, изучаются этнические мировоззренческие представления, реконструируется мифомодель неба, космоса.

**Ключевые слова:** загадка, культ солнца, небо, месяц, символ, земледелие, аграрный культ, миф, олицетворение, поэтизация, антропоморфный, зооморфный, орнитоморфный, образ, цвет.

## The Image of the Sun in Mordovian Folklore Poetic Tradition: A Study of Riddles

VAGANOVA E. N.

Mordovia State University

**Abstract.** In the article devoted to the Mordovian paroemic genre, the sun phenomenon in national riddles is considered; the semantics of paroemiae is uncovered, the attention is focused on their polysemantic meaning; the ethnic world outlook perceptions are studied, the myth model of the sky and space is reconstructed.

**Keywords:** riddle, sun cult, sky, month, symbol, agriculture, agrarian cult, myth, embodiment, poeticizing, anthropomorphous, zoomorphous, ornitomorphous, image, colour.

В каждой культуре присутствуют универсальные, общечеловеческие ценности, приобретающие дополнительные характеристики и смыслы на национальной почве. Одни и те же предметы и явления воспринимаются и осмысляются представителями разных лингвокультурных сообществ неодинаково, что может быть связано с особенностями географической среды, историческими реалиями, этническим окружением, культурными традициями, типичными представителями флоры и фауны и т. д. Каждый тип культуры вырабатывает свой неповторимый символический язык и свой образ мира. Т. Ю. Тамерьян пишет, что «сознание индивида как представителя определенной этнокультурной общности воспринимает и осмысляет окружающий мир соответственно сложившимся правилам, установкам, нормам, которые выполняют роль анализаторов, фильтрующих психику от чуждых ему элементов» [Тамерьян 2010: 133].

Национально-культурная память хранит множество устно-поэтических произведений. В сокровищницу народной памяти входит и загадка, которая формирует представление об окружающем мире, о самом человеке как части макрокосма и открывает сокровенное через разнообразные способы их описания. Особенно это отчетливо наблюдается в космологических загадках, отражающих инвентарь «алфавита мира» [Елизаренкова, Топоров 1984: 28]. Она кодирует важные смыслы, которые нелегко простым «перекодированием» перевести на язык культуры другого народа. Народная загадка позволяет приобщиться к ментальному опыту национального социума, проникнуть в его образное метафорическое мышление. «Метафора в народной загадке – это не безликая метафора вненационального образца, а плоть и кровь национального быта, национального самосознания» [Харченко 2009: 167].

Народная загадка поэтично, красочно и живо описывает суть вещей, природных явлений. В данной статье ставится задача рассмотреть, как в мордовских загадках представлен космический объект

вселенского масштаба – *солнце*, с помощью каких образных средств поэтизируется небесное светило и какие из них несут печать национального своеобразия. Уникальность солнца «не есть конкретность отдельного представителя класса – это не ситуативный и не конситуативный факт, это феномен вечно длящейся ситуации вне временных ограничений» [Мечковская 2003: 320].

В фольклоре солнце является центральным небесным светилом и царём неба, выступает символом вечного движения и жизни, источником животворного света на земле. Другими источниками света могут быть луна, звезды, зори, а также земной огонь. Вся видимая природа, органическая и неорганическая, в народном творчестве живет подобно человеку: животное обладает даром слова, растения ходят, камни обладают чудодейственной силой. Не лишены поэтического олицетворения и природные явления. Солнце воспринимается в фольклорных жанрах как живое существо, нередко оно персонифицируется. В загадках солнце представлено как материальный предмет или живое существо обычно светлого или золотого окраса.

Обращаясь к мордовскому фольклору, следует отметить, что эрзянское слово *чи* (*чинай*), мокшанское *иш* означают солнце и служат также для обозначения дня. В фольклорных памятниках встречается эквивалентная лексема *чиназ*. По древним верованиям мордвы, именно Чи-паз/Чам-паз или Ши-бавас – божество солнца, где эрзянское *паз* и мокшанское *бавас* означают бога. Мордва наделяла Чи-паза небывалым могуществом. Он был олицетворением не только дневного светила, но и вообще тепла и света, всей жизни на земле. Чи-паз как «Высший бог» в мордовской мифологии творит Вселенную. Из камней он сотворил звезды, в том числе Млечный путь, который опоясывает Землю. Чам-паз оказывается не только творцом мира, но и культурным героем. Он делает первую настоящую, а не каменную лодку [Петрухин 2005: 296].

Ритм жизни мордовского крестьянина напрямую зависел не только от чередования времен года, но и от капризов погоды. В сознании народа присутствовало понимание практической значимости солнца, которое считалось символом плодородия, энергии, независимости и творческой силы, оно почиталось как податель всех земных благ и покровитель урожая. Целью большинства сельскохозяйственных обрядов было обеспечить урожай. «Культ предков и культ Солнца связаны во многих культурах как символы защиты и спасения» [Иллюстративная энциклопедия символов 2007: 604]. С культом земледелия теснейшим образом связано не только солнце, но и луна. Мордва поклонялась небу, обоготворяла небесные светила. Крестьяне знали, что луна оказывает благотворное действие, способствует росту, поэтому поклонялись месяцу. Растущий и стареющий месяц – знаки жизни и тленности. «В противоположность ежемесячной ущербности Луны солнцу свойственна неумирающая ясность» [Ibid.]. Свидетельством того, что поклонение солнцу господствовало среди мордвы и наделялось сверхъестественными свойствами, обожествлялось, могут служить замечания русского исследователя И. И. Лепехина: «Мордва солнце и луну не только за божество почитали, но и приносили жертву солнцу в начале весны, когда хлеб сеют, а луне в новолуние, с той только разностию, что сим своим божествам не самоважную свою жертву – упитанного жеребца приносили, но других животных, как-то овец, гусей и прочая...» [Лепехин 1771: 166].

В древности земледелец наблюдал небеса в двух состояниях – дневное небо и ночное небо. Солнце для крестьянина являлось верховным астральным телом, одним из наиболее ярких небесных светил. Фенологические наблюдения позволяли землепашцу различать три фазы солнечного положения в течение дня: восход, зенит, закат. Отмечалось, что стихия света неодинакова. Пик солнечной активности приходится на полуденное время, а после полудня сила его свечения убывает, в ночные же часы солнце исчезает с небосвода. В мордовском фольклоре об усилении и уменьшении сияния солнечного света говорит следующая загадка: *Ветъ уды, / Шобдава ушты, / Обедикада пушты, / Иляденди пачкалгонц серепти* – «Ночью спит, / Утром разжигает огонь, / Днём всё разжаривает, / К вечеру свою сковороду красной показывает» [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. Науче известно, что на закате и на рассвете, когда солнце находится низко над горизонтом, свет проходит более толстый слой атмосферы,

в котором теряется больше оттенков голубого и фиолетового, и солнце приобретает красноватый цвет. Именно поэтому вечернее солнце в загадке уподобляется раскаленной сковородке.

По суеверным представлениям мокшан и эрзян при восходе солнце возрождается, воскресает, а на закате умирает: *Илять кулы, / Шобдава живолгоды. – «Вечером умирает, / Утром воскресает»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. А. Н. Афанасьев о рождении и смерти солнца в крестьянских представлениях пишет следующее: «С рассветом дня соединяется всё благое, всё предвещающее жизнь, урожай, прибыток, а с закатом солнца, с ночью – всё недоброе: смерть, бесплодие, убыток, несчастье» [Афанасьев 1983: 68]. Таким образом, исчезновение солнца за горизонтом уподоблялось смерти, тогда как утреннее солнце символизировало воскресение. Солнечный свет даёт возможность видеть и различать предметы реальности, а когда же солнце заходит, мир погружается во мрак, и мы утрачиваем способность рассматривать окружающий нас мир – природу, предметы.

В народной загадке сообщается и о сезонном усилении и уменьшении силы свечения. Солнце светит ярко летом, лучи солнечного света согревают землю, зимой же солнечного тепла недостаточно: *Кизонда эжди, / Тялонда кельмофти – «Летом греет, / Зимой холодит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]; *Кизонда мон эздонза кяшендя, / Тялонда мон эсонза вешендя – «Летом я от него прячусь, / Зимой я его ищу»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. Подобные наблюдения порождали всевозможные легенды, об одной из которых известный учёный пишет: «Потеря солнцем плодотворной теплоты и помрачение его блеска в осенние и зимние месяцы послужило основой мифа, что светило это с окончанием летнего времени утрачивает свои силы и погибает (гаснет). С поворотом на зиму (в июне) оно, видимо, стареет и начинает уступать демонам тьмы: дни сокращаются, ночи увеличиваются; одряхлевшее оно умирает. Но при следующем повороте (в декабре) вместо старого солнца нарождается новое. С его рождением дни начинают прибывать, ночи умалаться» [Афанасьев 1983: 69]. Древний человек, чья жизнь, хозяйственная деятельность были тесно связаны с природой, имел четкое представление о времени наивысшей активности светила: о времени года (лето) и времени суток (день).

Из светоносных реалий – солнца, зари, луны, звезды, месяца, нет в природе ничего прекраснее дневного светила, дающего всему жизнь и краски. В малых фольклорных жанрах представлен признак «красивое». Это можно наблюдать в загадке-вопросе, где превосходной степенью акцентируется внимание на важном качестве солнца: *Мезе светсэнт сех мазы? – «Что на свете всех красивее?»* [Самородов 1987: 100].

В сказках, мифах, загадках не только животные, но и небесные светила одушевляются и наделяются человеческими свойствами, в том числе и полом. «У древних славян, как, впрочем, и на большей части Евразии, солнце обычно считалось женщиной, а Месяц – мужчиной» [Березкин 2009: 91]. В следующей мордовской загадке солнце олицетворяется в женском образе – в образе ненаглядной и писаной красавицы, «красной девушки», которая совершает своё шествие по небосводу. Восходящая дева-солнце не меняет своего пути: *Стирня-якстерня менельге якай, / Кинц аф кадондсы – «Красная девушка по небу ходит, / Дорогу свою не меняет»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. Употребление общефольклорных эпитетов, как «красная девушка», типично для языка загадок. Красная значит красивая. «Слово «красота» происходит от лексемы «красный», что, помимо всего прочего, означало не только красивый, прекрасный, но и дарующий радость, благодатный, светлый» [Криничная 2004: 940].

В загадках солнце соотносится не только с женским, но и с мужским началом. В мордовском фольклоре солнце и луна олицетворяются как брат и сестра: *Акат-няльнет кафонест, / Фкясь мады, / Омбоцесь стяй – «Живут брат с сестрой, / Он ляжет (спать), / Она встанет»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 24]; *Акат-няльнет кафонест, / Полас-полас ваймосихть – «Брат с сестрой / Поочередно отдыхают»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 24]. В другой народной загадке солнце и луна символизируют двух сестер: *Кафта аканят-сазорнят / Марса аф эряйхть: / Фкясь туй / Омбоцесь сай – «Сестра с сестрой / Никогда не видятся: / Первая уходит, / Другая приходит»* [Устно-поэ-

тическое творчество... 1968: 24]. По приведенным примерам можно судить, что названия, олицетворяющие солнце в загадках, колеблются между мужским и женским родом.

В загадках отмечено, что стихия солнца – движение. Солнце движется по своему небесному пути, неизменно повторяет законосообразные циклы. Солнце восходит на востоке и уходит отдыхать на запад. У светила свой путь, происходящий одновременно в пространстве и во времени. Столь существенный признак, как «способно двигаться», реализуется посредством соответствующих глаголов: *лисемс, валгомс, кекшемс, стямс, туемс, ардомс, лакамс, якамс*. Существует множество загадок, которые подтверждают нашу позицию. Так, в следующей загадке речь идет о двигающемся по небесному своду солнце, которое излучает свет и тепло: *Менельге арды, / Мастору валдоц сударды – «По небосклону бежит, / Земле свет дарит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22].

В загадках доминирует в основном положительная оценка солнца. В следующей загадке встречается довольно редкое указание на негативное действие солнца: *солнечные лучи способны ослеплять: Эжстянза, кда кельмат, / Нейсак – коньфти сельмот – «Согреет, если замерзнешь, / Увидишь – глаза ослепит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22].

В архаическом изображении солнца обнаруживаются и некоторые зооморфные признаки. В круг зооморфных образов входят и орнитоморфные персонажи. Солнце поэтизируется в виде крылатых животных и получает птичьи очертания. Каждой этнокультурной традиции присущ свой «набор» соответствующих орнитоморфных персонажей. Присутствие орнитоморфных образов в народной загадке отсылает отгадчика в мир мифов, связанный с мировым деревом. В соответствии с пространственным членением мирового дерева птицы занимают верх, крону, особенно часто орел, копытные – середину, низ дерева ассоциировался с животными хтонического типа. Птичье «обличье» солнца в загадках адресует нас к космогоническим мифам, в которых роль творца принадлежит животным. В мордовской мифологии широко известен мотив творения Вселенной. Водоплавающая птица, или творец в образе птицы, ныряет на дно первичного океана и приносит крупинку земли, из которой возникает суша. По этой причине утка/лебедь высоко почитается в мордовской этнической традиции птица. Солнце в мордовской загадке может принимать облик орла с огнем в клюве или белого лебедя. Цвет лебедя является в известном смысле знаковым: белый цвет соотносится с положительным сакральным началом, синтезирует нравственную чистоту.

Мордовская загадка весьма сложное явление. Так, в ней загадываемый предмет (скрытый денотат) и его метафора могут сопоставляться не по одному, а по нескольким признакам: *Вяре менельге лии орел, / Кургсонза канды тол – «По небу высоко летит орел, / Во рту несет огонь»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. В загадке за метафорическим образом 'орла' скрывается солнце. Олицетворение происходит по таким ключевым признакам: орёл – царь птиц, солнце – центральное небесное тело солнечной системы; стремительность света и скорость полета орла (самая быстрая из всех птиц) являются объяснением тому, почему солнце олицетворяется в виде птицы. К этим признакам в народном сознании добавляются и другие: могущественное крылатое существо обладает острым зрением, характеризуется бесстрашным полетом, от взора высоко парящего орла не ускользает ничего; орёл – властелин воздуха и в силу этого один из наиболее однозначных и универсальных символов, воплощающих мощь, скорость и другие признаки мира животных во всём своём величии, сопоставимых с солнцем.

Следует обратиться и к другим важным компонентам загадок, определяющим их природу. Так, образы в загадках могут одновременно сравниваться по внешнему виду, поведению и цвету. В качестве метафоры может выступать «белая лебедь»: *Акша локсти / Пакся кучкаса лоткси – «Белая лебедь / В середине поля появляется»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]. В основе сопоставления солнца и лебедя лежат такие признаки, как грациозность, миловидность, живость, красота и нежность, высота полёта. Образ водоплавающей птицы отражает представление об изначальной водной стихии. Водные просторы голубого цвета и фон неба голубой, солнце в полдень белое и лебедь белая птица.



Часто основу загадок составляет цвет солнца. В загадках оно может быть жёлтым, красным (красным), белым. К примеру, в следующей загадке солнце изображается метафорой «красная чашка»: *Орта пряся вер шаваня – «Над воротами красный диск» (досл. красная чашка)* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. Солнце бывает красным только на рассвете или закате, когда оно находится над самым горизонтом. За счет поглощения и преломления света в атмосфере до нас доходят только красные лучи.

Круглая форма и золотой цвет солнца, его блеск послужили основой для метафорического сближения небесного тела и кипящего горшка с маслом: *Пакся кучкаса / Вай сяканя лакай – «В середине поля / Горшок с маслом кипит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]. Цвет кипящего масла, с одной стороны, и форма горшка, с другой, воссоздают небесное светило. Из слияния признаков – формы и цвета создается новый образ – солнца: *Сенем моряса / Вай сяканя лакай – «В синем море / Горшок с маслом кипит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]; *Бугор пряся сяканя вай шянды – «На бугре масло в горшке растопляется»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]. При описании солнца используется палитра красок, которая необходима для изображения огня, тепла: *Пакся кучкаса вай шянды – «В середине поля масло растопляется»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]; *Пси сяканя целай мастор эжди – «Горячий горшок всю землю греет»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]. Известно, что растопленное масло приобретает чистый янтарный цвет. Сияние солнца и янтарный блеск масла производят то же впечатление желтого цвета. Это послужило основанием их метафорической связи.

В изображении солнца наблюдается тенденция к антропоморфизации. Солнце приобретает следующие антропоморфные признаки: *фкясь мады, полас–полас ваймосихть, акша кишда ярхчай, эжст-тянза, ушты, пушты: Эсь киганза якай, / Варе моли – лакай – «По своему пути ходит / Идет и кипит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. В другой загадке солнце предстаёт девицей-красавицей: *Мазы Матрёна / Акша кишда ярхчай, / А таньфонц аф маряй – «Красивая Матрёна / Белый хлеб ест, / А вкуса не чувствует»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 24].

Солнце имеет свой лик, взгляд. Своими яркими лучами оно разбивает весной льды и снега: *Матя варжакстсь ляйть лангс, / Ванфонц мархта эйть лазсь – «Матя взглянула на речку, / Взглядом своим лыдину расколола»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. Подчеркивается бестелесность, нематериальность солнечного света, способность проникать в пространства; для света нет никаких преград; он не обладает ногами, руками, не производит шума: *Пильгфтома-кядьфтома, Куду сувай апак шумнак – «Без рук, без ног, / В дом войдёт без шума»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 25]. В мордовских загадках солнечный свет неуловим: *Юмай – аф вешеву, / Лиси – аф кяшеву – «Пропадёт – не сыщешь, / Взойдёт – не спрячешь»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22]. Другая загадка напоминает нам о легенде, когда люди сначала строили дом без окон и пытались носить в него свет, набрав его на улице в мешки или решета, и лишь позднее ангел подсказал им прорубить окна: *Кайсян, кайсян – / Аф кайсеви; / Кандан, кандан – / Аф кандови – «Сыплю, сыплю – / Не высыплю; / Несу, несу – / Не вынесу»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 25].

В мифопоэтических представлениях мордвы солнце предстает женщиной–матерью, звезды в образе деток–малюток: *Тядясна туй – иднятне пуромихть, / Тядясна сай – синь ворьгодихть – «Мать их уходит – они собираются, / Мать их приходит – они убегают»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 25]. Символы – мать и дети никогда не встречаются; дети разбегаются при виде матери и это связано с чередованием света и тьмы, сменой дня и ночи. В другой загадке месяц ассоциируется с курицей–наседкой, а звезды с птенцами: *Луга лангса сиянь нарвай, / Тёжятть лефкска перьфканза – «На лугу серебряная наседка, / Тысячи птенцов вокруг неё»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 25]. Солнце и месяц противопоставляются друг другу: если луна заботливая мать, то солнце не знает и не видит своих детей. Звёзды боятся солнца, убегают, прячутся: *Пиндолдыхть крфазь, / Мзярдовок аф эжсендихть, /*



*Аньцек шить эзда кяшендихть – «Блестят и мерцают, / Никогда не тускнеют, / Только от солнышка прячутся»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 25]. В то время, когда солнце восходит поутру – звёзды исчезают: *Веть крфайхть – аф эжжендихть, / Шить эзда кяшендихть – «Ночью мерцают – не тускнеют, / Днём от солнца пропадают»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 25].

Небесные светила – солнце и луна могут олицетворять в загадке очи: *Шинберьф ваны (аици) фкя сельмоса, / Веньберьф – лама сельмоса – «Днём смотрит одним глазом, / Ночью – многими»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]. По народным представлениям, солнце обладает одним из важнейших качеств – всевидением и всезнанием; оно взирает с высоты неба на землю, всё видит и оберегает порядок в дневное время суток; солнце оказывается вездесущим, как бы ограждая собой находящееся под его покровительством пространство: *Аф лии, / Аф арды, / А сембе васттненди сударды – «Не летит / Не бежит, А везде проникает»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 24]. Мордва считала, что солнце и месяц – зоркие небесные стражи, ничто не укроется от их взгляда: *Кияксь кишинь, / Поталаксь сиянь, / Кафта сельмоса – «Пол железный, / Потолок серебряный, / С двумя глазами»* (небо, солнце, луна) [Устно-поэтическое творчество... 1968: 21]. Солнцу, как и месяцу, приписывается функция 'смотреть'. Днём небо одноглазое, ночью двуглазое/многочелюстное.

С земли солнце нам кажется сравнительно небольшим, на самом деле солнце огромных размеров. Несмотря на кажущуюся близость, солнце расположено далеко от нас: *Ньемс маласа, / Да Питердонга ичкозе – «Видится близко, / Да далеке Питера»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 22].

В мокшанском и эрзянском языках сравнительно большое количество загадок, в которых солнце тесно связано с концептом 'тень'. Тень возникает там, где есть солнечный свет, от которого и падает тень: *Шись лиси – сон шачи, / Шись валги – сон кулы (юмай) – «Солнце всходит – она появляется, / Солнце заходит – она пропадает»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 26]; *Шись лиси-ваны – / Монга лисян-ванан; / Шись кяши-машты – / Монга кяшан-маштан – «Солнце всходит-смотрит – / И я появляюсь, караулю; / Солнце заходит – и я скроюсь»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 26]; *Шись нийсамань – / Сон мусамань; / Шись юмафтсамань – / Сонга кадсамань – «Солнце меня увидит – / Она меня находит; / Солнце меня потеряет – / Она от меня уходит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 27]; *Шись лиси – сонга лиси, / Шись юмай – сонга юмай – «Солнце всходит – она выходит, / Солнце заходит – она уходит»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 27]. Тень является постоянным спутником света: *Монь ули ялгазе, / Сельмофтома–кяльфтома, / Якай мархтон валфтома – «У меня есть товарищ, / Без глаз, без языка, / Ходит со мной безмолвно»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 26]; *Монь ули ялгазе, / Молят – моли, / Лоткат – лоткай, / Шись юмай – сонга юмай – «У меня есть товарищ / Я иду – и он идет, / Я остановлюсь – и он останавливается, / Солнце исчезает – и он исчезает»* [Устно-поэтическое творчество... 1968: 27]. В мордовских загадках солнце и тень подруги и безмолвные друзья. Тень находится в зависимом положении от солнца, без солнца тень замирает.

Итак, образ солнца в мордовской фольклорной традиции играет исключительно важную роль. Анализ мордовских народных загадок с номинацией «солнце» показывает, что загадки о небе, дневных и ночных светилах – это некие мифопоэтические реликты, в них сохранились отголоски мифологических представлений. По загадкам можно воссоздать картину дневного и ночного звездного неба в таком виде, как она представлялась древнему человеку. Репрезентация солнца в мордовских загадках происходит через культурные коды: антропоморфный, биоморфный, зооморфный, гастрономический, артефактно-гастрономический, соматический. Подмечено его неуклонное восхождение – движение по орбите. В загадках солнце представлено как движущийся объект, как всевидящее и всезнающее око. Солнце принимает антропоморфный облик и выступает то в мужском, то в женском облики. В дошедшей до нас традиции чаще всего это женский персонаж, в редких случаях мужской. Солнце и месяц состоят в родственной связи. В загадках солнце изображается в виде огромной птицы – орла или лебедя. Таким образом, загадки представляют собой своеобразный способ отражения национальной картины мира, раскрывая перед нами логику, мышление, мифопоэтическое восприятие мордовского этноса.

## ЛИТЕРАТУРА

- Афанасьев А. Н. Древо жизни. – М., 1983. – 464 с.  
Березкин Ю. Е. Мифы Старого и Нового Света. Из Старого в Новый Свет: Мифы народов мира. – М., 2009. – 446 с.  
Елизаренкова Т. Я., Топоров В. Н. О ведийской загадке типа brahmodya // Паремнологические исследования. – М., 1984. – С. 44–46.  
Иллюстративная энциклопедия символов / Сост. А. Егазаров. – М., 2007. – 728 с.  
Криничная Н. А. Русская мифология: Мир образов фольклора. – М., 2004. – 1013 с.  
Лепехин И. И. Дневные записки путешествия по разным провинциям Российского государства 1768 и 1769 году. – СПб., 1771.  
Мечковская Н. Б. О недоверии к красоте и влечении к хаосу (по лингво–семиотическим данным) // Логический анализ языка. Космос и хаос: Концептуальные поля порядка и беспорядка / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова. – М., 2003. – С. 41–53.  
Николаева Т. М. Обобщенное, конкретное и неопределенное в паремии // Малые формы фольклора / Сост. Т. Н. Свешникова. – М., 1995. – С. 311–324.  
Петрухин В. Я. Мифы финно-угров. – М., 2005. – 465 с.  
Самородов К. Т. Паремическое творчество // Мордовское устное народное творчество: учеб. пос. – Саранск, 1987. – С. 84–101.  
Тамерьян Т. Ю. Культурное пространство русского фольклора // Дискурс, текст, когниция: коллективная монография / Отв. ред М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил, 2010. – С. 132–146.  
Харченко В. К. Переносные значения слова. – 2-е изд. – М., 2009. – 199 с.  
Устно-поэтическое творчество мордовского народа в 18 томах. – Т. 4., Кн. II: Мордовские загадки. – Саранск, 1968. – 323 с.

УДК 811.161.1–112

## Региональный документ середины XVIII века в коммуникативном аспекте

ГЕРАСИМОВА И. С.

Волгоградский государственный университет (г. Волгоград)

**Аннотация.** В статье обосновывается возможность рассмотрения когезии как коммуникативно обусловленной текстовой категории наряду с интенциональностью. Особое внимание уделяется особенностям проявления и средствам выражения когезии в документных текстах.

**Ключевые слова:** региональный документ, документный текст, текстовая категория, когезия, коммуникативно-прагматическая установка.

## Regional Document of the Middle of the 18th Century in Communicative Aspect

GERASIMOVA I. S.

Volgograd State University

**Abstract.** The article describes the possibility of considering cohesion as communicative due to the text category along with intentionality. Special attention is paid to the peculiarities of cohesion realization and expression in document texts.

**Keywords:** regional document, document text, textual category, cohesion, communicative and pragmatic installation.

Вторая половина XX в. характеризуется увеличением интереса к коммуникативной функции языка и появлением нового направления – общей теории коммуникации. Особый сдвиг в языкознании, произошел именно тогда, когда достижения коммуникативной лингвистики были инкорпорированы в изучение текста, который стал рассматриваться в контексте коммуникативной ситуации. Как единица коммуникации текст рассматривается в трудах Г. В. Колшанского, Е. В. Падучевой, О. Л. Камен-

ской, Т. М. Дридзе, И. В. Быдиной, В. А. Масловой, Г. Г. Почепцова и др. По справедливому замечанию В. И. Шаховского, «теперь уже никем не оспаривается коммуникативная природа текста, т. е., что текст является единицей коммуникации» [Шаховский, эл. рес.]. Текст вслед за этими учеными понимается нами как включенный в коммуникативную деятельность материальный объект, представляющий собой осмысленную и связную последовательность языковых знаков, обладающую информационной самостоятельностью, адресатностью, интенциональностью.

Вместе с тем, по мнению С. П. Кушнерука, лингвистика текста избегала текстов документных, видимо, понимая, что неоднозначность термина *документ* распространяется и на тот класс объектов, которые могут быть отнесены к документным текстам [Кушнерук 2007: 18]. В этой связи сразу оговоримся, что под документом мы вслед за А. В. Соколовым понимаем «стабильный вещественный объект, предназначенный для использования в социальной смысловой коммуникации в качестве заверченного сообщения» [Соколов 2002: 60].

По своей природе документ многофункционален. В. А. Савин выделяет следующие его функции: информационную, социальную, политическую, культурную, управленческую, коммуникативную, правовую, учета, исторического источника [Савин 2012: 144]. Как отмечает ученый, по своему содержанию коммуникативная функция есть функция организации и поддержания информационной связи между индивидами в обществе и между различными элементами общественной структуры. Поскольку документ не только продукт определенных социальных отношений, но и сам может воздействовать на эти отношения, в известной степени формировать их, его коммуникативная функция определяется, помимо всего прочего, местом и ролью в жизни данного общества, государства, региона.

Источник для отбора фактического материала – архивный фонд Михайловского станичного атамана, сохранившийся в Государственном архиве Волгоградской области (фонд № 332, оп. 1, ед. хр. 1–8, 1734–1751 гг.).

О. А. Горбань и Е. М. Шептухина определяют специфику документов как «текстов, имеющих общие текстовые признаки и в то же время построенных по особым правилам, функционирующих в определенной сфере общественной деятельности, являющихся специфическим средством коммуникации, содержащих историческую, социальную, культурную информацию и, в качестве речевых произведений, представляющих собой среду функционирования разноуровневых языковых единиц» [Горбань, Шептухина 2013: 78]. Как видим, большинство ученых говорит о значимости роли документного текста в процессе человеческого общения.

Психолингвистами доказано, что при порождении текста первое действие – формирование интенций – имеет мыслительную природу, а значит, находится в экстралингвистической сфере. Деловому тексту, как и любому другому типу текста, свойственна прагматическая направленность в плане реализации определенных коммуникативных намерений адресанта. Учитывая фактор адресата, его фоновые знания, социальный статус, ситуативные роли и руководствуясь определенными коммуникативными целями, субъект речи выбирает денотат сообщения и дифференцированно подходит к выбору языковых средств его интерпретации. Если представления о коммуникативных ролях автора и адресата не совпадают, это приводит к коммуникативной неудаче. Очевидно, что наибольшей коммуникативно-прагматической направленностью при этом обладает категория интенциональности.

Рассмотрение любого текста в коммуникативном аспекте предполагает характеристику его свойств с учетом факторов адресанта и адресата, которые находятся во взаимодействии. М. В. Косова и О. И. Кулько отмечают, что необходимо соотносить документный текст со структурой речевого акта, ибо его составляющие – автор, адресат, контекст – также находят в нем свое отражение [Косова, Кулько 2011: 11].

В текстах исследуемых региональных документов середины XVIII в. автор и писец – разные люди. При этом текст войсковому писарю диктовался высокопоставленным лицом либо создавался на основе

его рассказа как вторичный. На материале документов канцелярии Михайловского станичного атамана середины XVIII века нами определены следующие авторские интенции: указать на общность принятия решений в среде казаков; показать уважительное отношение, проявить почтение к вышестоящей власти и государю; занять позицию «самонейтрализации» по отношению к власти. Лексические и грамматические средства выражения интенциональности являлись предметом нашего рассмотрения ранее [Шептухина, Герасимова 2014]. Кроме того, было установлено, что особенности адресанта документных текстов обусловлены такими его свойствами, как полисубъектность и полигlossность [Ibid.].

Вместе с тем, многие ученые утверждают, что не меньшей значимостью в процессе текстопорождения обладает категория когезии. Ю. А. Назарук отмечает: «Формирование текста и происходит в общем плане в русле установления связности, через экспликацию связей между мыслительными конструкциями и поверхностными структурами, что называется в лингвистике установлением отношений когезии» [Назарук 2006: 198]. «Нормой порождения дискурса» и «необходимым условием успешности коммуникации» называет когезию Т. В. Милевская. Связность – необходимое условие успешности коммуникации: бессвязный текст не может быть адекватно декодирован адресатом [Милевская, 2003: 38]. Как отмечает ученый, текстопорождение сопровождается превращением ментального представления человека в линейную текстовую структуру, что делает когезию главной стратегией говорящего при создании текста. В этой связи нельзя отрицать роль связности в процессе коммуникации.

Для документных текстов существует выраженная система связности. В документном тексте употребляются традиционные, системные средства выражения связности – союзы, повторы значимых единиц, употребления местоимений. Как показал анализ, наиболее частотны выражающие разнообразные синтаксические отношения подчинения союзы *чтобы, когда, дабы: инато требованс определения дабы ввойске донско<sup>а</sup> впре<sup>а</sup>внягда<sup>х</sup> затру<sup>а</sup>нения* (ед. хр. 1, л. 5); *исоо<sup>б</sup>щи<sup>т</sup> что ежели когда означенно-му ста<sup>и</sup>шине краснащокову попа<sup>т</sup>тикулярнои ево надо<sup>б</sup>ности востребуецца* (ед. хр. 9, л. 12 об.).

Материалы исследуемых памятников деловой письменности середины XVIII в. отражают широкое распространение конструкций с личным местоимением в роли подлежащего, которое подкреплено существительным в значении приложения: *онъ селиванъ, мы вышеписанные, вы станищнои атамана кагана<sup>и</sup> казаки*, что также определяется стилевыми характеристиками текстов. Еще одним средством обеспечения связи в рассматриваемых нами текстах служит замена тематического компонента предшествующего текста относительными местоимениями, выступающими в роли союзных слов: *отъхъ мѣстахъ накоторыхъ село выкосили* (ед. хр. 3 л. 3 об.); *велено чтобъ предтакогоже разврата между калмыкъ казаковъ иподсылкъ каковы были представлены косящимся здес надону* (ед. хр. 9, л. 31).

Предметом нашего детального рассмотрения являлись повторы как средства реализации связности текстов [Герасимова 2014], ведь, как известно, степень связности текста определяется частотой повторов, объемом повторяемых текстовых компонентов, ролью повторяемых компонентов в тексте и в его частях. Было выяснено, что текстах деловых документов XVIII в. употребляются лексико-семантические, тематические, синонимические и дейктические повторы.

Еще одним коммуникативно обусловленным средством реализации связности является порядок слов. В современном русском языке порядок слов в предложении в официально-деловом стиле прямой, то есть заключающийся в препозиции темы по отношению к реме. Для обеспечения когезии при построении текста необходимо расположить предложения в такой последовательности, которая отражает логику развития мысли, а порядок слов нужно подчинить коммуникативной задаче высказывания. Анализ исследуемого материала показывает зависимость позиции темы и ремы от разных факторов, прежде всего, цели высказывания предложения, особенностей морфологических средств выражения компонентов предикативной основы и актуального членения предложения. Устной речи допрашиваемого, как правило, свойственно вынесение на первый план рематического компонента высказывания. Например: *бежал дворовои г(о)с(по)д(и)на моего ч(е)л(о)в(е)къ данила петровъ которои в приметы*



*росту среднего волосомъ русъ глаза серые носъ поклѣтъ* (ед. хр. 5, л. 2). Препозиция ремы говорит о том, что для субъекта речи информативно важен именно сам факт побега.

Кроме средств, используемых в недокументных текстах, в состав средств выражения включаются формальные элементы; документальный статус текста в ряде случаев предполагает одновременное использование нескольких типов средств, используемых для выражения связности [Кушнерук 2007: 179]. Под формальными элементами связности мы вслед за чешским лингвистом Л. Воборжилом расположение текста на странице, его членение на статьи, параграфы, абзацы [Воборжил, эл. рес.]. Что касается исследуемых текстов, то здесь в функции формальных элементов выступают реквизиты, потому что во многих документах это единственный вариант графического разделения текста. Так, в доношении как отчетно-исполнительном жанре реквизит «адресат» выражается формой им. п., стоит в препозиции и графически отделяется отступами от основного текста: *Благородны и почтѣнны г(о)с(по)днъ капитанъ в хоперской крѣпости камендантъ анамъ милостивъ г(о)с(у)д(а)рь иванъ андрѣевичъ* (ед. хр. 7 л. 5). Вверху или внизу документа в ряде случаев указывается дата его получения канцелярией; эта отметка также оформляется вариативно, например: *Получень генваря, 25го дня 1794 года; Получено въ 13и день февраля 1794 года. При этом может указываться регистрационный номер документа: № 455 получень февраля 25 дня 1794 года; № 395 по протоколу марта 1го дня 1794 года*. После указания даты в большинстве документов стоит печать, сопровождаемая приписками: *усеи грамоты наша воиска донскаго печать; утвердя станицною печатью*. Как видим, статус документности, как правило, означает высокий уровень связности, целенаправленно обеспечиваемый системами формальных и неформальных средств.

Итак, когезия, традиционно рассматриваемая как структурная и содержательная категория текста, является наряду интенциональностью коммуникативно обусловленной категорией, то есть способствует выполнению коммуникативной цели текста. В исследуемых документах когезия имеет специфические способы и средства репрезентации. Грамматическое и синтаксическое представление отношений когезии в документных текстах опирается на широкий диапазон средств: повторы значимых единиц, употребление местоимений и союзов, порядок слов, реквизитный состав, конструкции связи.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Воборжил Л. Лексические и другие средства когезии текста: на материале русского договора. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusistika.upol.cz/publikace/voborilkohezekoherence.pdf>
- Герасимова И. С. Повтор как средство реализации когезии в деловых документах XVIII века // Мир науки глазами современной молодежи: материалы Всероссийской научной конференции. – Ставрополь, 2014. – С. 22–28.
- Горбань О. А., Шептухина Е. М. Региональные документы XVIII в.: аспекты лингвистического описания // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. – 2013. – № 3 (19). – С. 76–84.
- Косова М. В., Кулько О. И. Документная лингвистика: документальный текст в современном коммуникативном пространстве: учебное пособие / М. В. Косова, О. И. Кулько. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2011. – 96 с.
- Кушнерук С. П. Лингвистика документной коммуникации (теоретические аспекты). – Волгоград, 2007. – 276 с.
- Милевская Т. В. Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспект): автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Ростов н/Д, 2003. – 43 с.
- Назарук Ю. А. Категория связности в аспекте внутритекстовой повторной номинации // Вестник Самарского государственного университета. – 2006. – № 10/2 (50). – С. 197–203.
- Савин В. А. Документ в условиях региональной коммуникации // Коммуникация как предмет междисциплинарных исследований: в 2 ч. / Под ред. С. С. Ваулиной. – Калининград, 2012. – С. 143–150.
- Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб., 2002. – 461 с.
- Шаховский В. И. Литературный интертекст как ключ к культурной памяти российского социума (на материале публикации А. Минкина). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling25/ling\\_5\(25\)2008\\_shahovskiy.pdf](http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling25/ling_5(25)2008_shahovskiy.pdf)
- Шептухина, Е. М., Герасимова, И. С. Языковые средства реализации текстовых категорий в региональных документах XVIII в. // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2014. – Т. 156, кн. 5. – С. 41–51.



## Цветовые образы в англоязычной поэзии

ДАНИЛОВА О. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье проводится анализ различных текстовых ситуаций, в которых использован тот или иной набор цветowych лексем. Рассматриваются текстовые фрагменты, отмеченные одним цветовым маркером и красочные картины с использованием целого набора цветообозначающей лексики.

**Ключевые слова:** цветовой образ, цветовая лексика, текстовая информация, сенсорная образность, поэзия.

## Colour Images in English Poetry

DANILOVA O. A.

Mordovia State University

**Abstract.** The article analyses different text situations in which a variety of colour vocabulary is used. The texts with one colour marker as well as beautiful pictures with various sets of colour vocabulary are studied.

**Keywords:** colour image, colour vocabulary, text information, sensory imagery, poetry.

Отличительное свойство художественных образов – это их эмоциональность. Изображенные явления всегда будят чувства, вызывают переживания, порождают стремления. Эмоциональность проявляет себя не только в избрании того или иного предмета изложения, но и в его трактовке, обнаруживающей себя в подборе и расположении конкретных деталей изображаемого, что находит свое продолжение и в подборе соответствующих материальных средств воплощения образа.

Диапазон сенсорной зрительно–цветовой образности достаточно широк. Его нижний предел отмечается в том случае, когда цветовой образ представляет собой лишь зафиксированный поэтом цветовой признак какого-либо объекта изложения, который не всегда способен привлечь внимание читателя. Высшим уровнем цветовой образности следует считать тот случай, когда цвет, пронизывая все текстовое полотно, становится центральным образом всего произведения.

Все поэтические произведения с точки зрения фиксации в них цветowego признака можно подразделить на моноколоры и поликолоры. К моноколорам следует отнести стихотворные тексты, в которых какая-либо цветовая лексема использована либо один раз, либо несколько, но акцентирует непременно только один цветовой признак. Что касается первого варианта, когда на протяжении всего произведения тот или иной фрагмент ситуации отмечен в цвете лишь однажды, то функции цветописи в этом случае чаще всего сводятся к отражению какого-либо референциального свойства или признака изображаемого предмета. Именно такой характер имеет упоминание *blue eggs* в стихотворении У. Вордсворта “*The Sparrow Nest*”, хотя нельзя не признать, что автор не ограничивается лишь констатацией цвета и указывает его оттенок (*bright*): *Behold, within the leavy shade, Those bright blue eggs together laid* (W. Wordsworth) [Anthology 1972: 503]. Установление причины, побудившей поэта отобразить в цвете именно данный фрагмент ситуации, может быть только приблизительным и предполагаемым. Вероятнее всего, здесь проявляет себя какой-либо фактор, связанный с личными переживаниями или впечатлениями.

Гораздо большей функциональной значимостью обладают стихотворные произведения или же их достаточно пространные фрагменты, где один и тот же цветовой признак фиксируется несколько раз. Именно в этом случае угадывается стремление автора с той или иной целью воздействовать на читателя в эмоциональном или эстетическом плане. Использование лексемы *white*, вынесенной также и в

заголовок стихотворения Д. Лоуренса *"A White Blossom"*, говорит о желании поэта вызвать в сознании читателя образ чистоты и светлого начала как в природе (*white moon, white blossom*), так и в чувствах человека (*the first white love of my youth*): *A tiny moon as small and white as a single jasmine flower Leans all alone above my window, on night's wintry bower, Liquid as lime-tree blossom, soft as brilliant water or rain She shines, the first white love of my youth, passionless and in vain* (D. Lawrence) [Anthology 1972: 314]. Следует заметить, что воздействие белого цвета, возникающее в воображение реципиента, обладает большой силой и оставляет глубокое и достаточно продолжительное впечатление.

Иногда многократное употребление одной и той же цветовой лексемы имеет исключительно простую мотивацию, которая устанавливается очень легко. Это относится, в частности, к следующему фрагменту из стихотворения С. Кольриджа *"The Raven"*: *Blacker was he than blackest jet, Over hill, over dale did the black Raven go* (S. Coleridge) [Кольридж 2004: 231]. Повторенная трижды лексема *black* должна лишь подчеркнуть и усилить соответствующий референциальный признак ворона, характерной особенностью которого является чернота его оперения. Читатель, таким образом, получает особенно яркое впечатление и может очень зримо представить черную окраску птицы, ставшей главным персонажем стихотворения.

Лексема *green* в двух следующих фрагментах производит разные эффекты. В стихотворении У. Блейка, очень бодром и веселом по настроению, образ зеленого ландшафта (*green woods, green hill, lively green*) создает ощущение жизнерадостности, которое рождается от общения с природой, когда молодая, свежая растительность находится в полной силе: *When the green woods laugh with the voice of joy, ... And the green hill laughs with the noise of it, When the meadows laugh with lively green* (W. Blake) [Блейк 1982: 143]. Образ зеленого хвойного леса, навевающего сон своими ароматами и свежестью, возникает при прочтении первых строк стихотворения Р. Лоуэлла: *no longer to lie reading Tess of the d'Urbervilles, while the high, mysterious squirrels rain small green branches on our sleep!... The green leaf cushions the same dry footprint, or the child's boat luffs in the same dry chop, and we are where we were. We were!* (R. Lowell) [Anthology 1972: 306].

К переходному типу от моноцветов к полицветам, которым свойственно многообразное использование цветовой лексики, следует отнести стихотворение У. Вордсворта *"The redbreast chasing the butterfly"*. Три лексемы одного цвета, но разных оттенков (*red*, актуализируемая в *redbreast, scarlet, crimson*) призваны подчеркнуть особо яркую окраску оперения малиновки, которой поэт явно восхищается. Это чувство передается и читателю: *The pious bird with the scarlet breast...His beautiful wings in crimson are drest, A crimson as bright as thine own* (W. Wordsworth) [Anthology 1972: 505].

К одному из подвидов полицвета можно отнести такое использование цветовой лексики в поэтическом тексте, когда в структуру моноцвета, состоящего из нескольких повторений одной и той же цветовой лексемы, внедряется всего лишь одна лексема, выражающая один цветовой признак. Подобные структуры обладают гораздо большим эмоциональным и эстетическим воздействием, что заметно в стихотворении У. Стивенса. Образ белых и розовых гвоздик на фоне снега, выпавшего в конце зимы, особенно впечатляет именно потому, что среди белизны особым штрихом проступает розовая гвоздика. Ощущение чистоты, свежести и холода создается и поддерживается не только лексемой *white*, пять раз упомянутой в стихотворении, но и актуализирующимися семами слов *snow, snowy, a cold porcelain*: *Clear water in a brilliant bowl, Pink and white carnations. The light In the room more like a snowy air, Reflecting snow. A newly fallen snow At the end of winter when the afternoons return. Pink and white carnations – one desires So much more than that. The day itself Is simplified: a bowl of white Cold, a cold porcelain, low and round, With nothing more than carnations there...this complete simplicity...made it fresh in a world of white, A world of clear water, brilliant-edged, Still one would want more, one would need more, More than a world of white and snowy scents* (W. Stevens) [Anthology 1972: 417].

В достаточно протяженном фрагменте «Песни о Гайавате» Г. Лонгфелло несколько раз используется лексема *red*, один раз соединяясь с лексемой *green*: *On the Mountain of the Prairie, On the great Red*

*Pipe-stone Quarry, ...On the red crags of the quarry...From the red stone of the quarry...Took a long reed for a pipe-stem, With its dark green leaves upon it, Filled the pipe with bark of willow With the bark of red willow...* (H. Longfellow) [Anthology 1972: 284]. Создаваемое ощущение красного цвета определенным образом воздействует на читателя, несмотря на то, что это воздействие достаточно трудно квалифицировать. В то же время свежая зеленая нота создает звонкий цветовой аккорд, что объясняется соединением двух цветов *red – green*. В дальнейшем разворачивании фрагмента употребляются и другие цветовые лексемы (*blue, snow-white*), превращая его в поликолор: *Then a denser, bluer vapor, Then a snow-white cloud unfolding* (H. Longfellow) [Anthology 1972: 284].

Все поликолоры можно подразделить на два типа. К первому относятся стихотворения, предельно насыщенные цветом, который вводится поэтом сознательно и намеренно и посредством которого он стремится выразить часть текстовой информации, представляющей собой по большей части эстетическую информацию. Иногда изображение разноцветья становится в них главной целью, хотя при этом и угадывается желание автора подчеркнуть через него красивый вид изображаемой сцены: *Of coats and jackets grey, scarlet and green, On slopes of pastures all colours were seen; With their comely blue aprons, and caps white as snow, The girls on the hills made a holiday show.* (W. Wordsworth) [Anthology 1972: 502]. Чаще, однако, такие тексты описывают именно красивый объект и делают это с акцентом на наличие у него красивых цветовых характеристик. Цвет в таких произведениях составляет вполне заметный и ощутимый блок их семантики: *She stood breast high amid the corn, Clasp'd by the golden light of morn...On her cheek and autumn flush, Deeply ripened; – such a blush In the midst of brown was born. Like red poppies grow with corn. Round her eyes her tresses fell, Which were blackest none could tell...* (T. Hood) [Anthology 1972: 226]. Такого рода текстовые фрагменты напоминают живописные полотна, где цвет является одним из важнейших изобразительных средств. Одной из примет подобных текстов является обилие тропических средств и, главным образом, цветовых метафор. Немалую роль в них играет и косвенное выражение цвета при помощи различных средств, указывающих на него: *on her cheek... autumn... Deeply ripened*. Читатель, имеющий особую чувствительность к цвету, не может не испытать глубокого эстетического переживания от возникающей цветовой композиции, представляющей собой не только сочетание самих цветов, но и соединение тех или иных предметов, обладающих цветом. Некоторые поликолористические зарисовки напоминают искусно составленные флористические композиции: *Through the green lanes of the country, Where the tangled barberry-bushes Hang their tufts of crimson berries Over stone walls gray with mosses* (H. Longfellow) [Anthology 1972: 276]. Пунцовые ягоды барбариса на фоне серого мха представляют собой исключительно приятную для глаза картину. Лонгфелло, подобно живописцу, создает ее и сам ею любит.

Второй тип поликолора является в известном смысле противоположным первому по той роли цвета, которую тот играет в нем. В текстах этого типа цветовая насыщенность также значительна, а места-ми очень велика, но цвет смещен с центра текстовой семантики на периферию. Перечисляемые цветовые признаки производят впечатление попутных фиксаций цвета как случайно выделенных свойств предмета, они не приковывают внимания, а некоторые, к тому же, имеют почти нецветовое значение (типа желтый дом, желтый билет): *The corpse was bloodless, a botch of reds and whites. ... We weight the body, close Its eyes and heave it seaward whence it came, Where the heel-headed dogfish barks his nose On Ahab's void and forehead; and the name Is blocked in yellow chalk. Sailors, who pitch this portent at the sea Where dreadnaughts shall confess Its hell-bent deity, When you are powerless To sandbag this Atlantic bulwark, faced By the earth-shaker, green, unwearied, chaste In his steel scales* (R. Lowell) [Anthology 1972: 309]. Исключительно сильное впечатление производит фраза *a botch of reds and whites*, которая, в сущности, лишь бесстрастно указывает на референциальный цвет израненного тела, упоминание желтого мела представляет собой только констатацию принятого у матросов обычая записывать с его помощью имя погибшего. Зелень океана, хотя и передана образно, но является достаточно частотным способом характеристики морских и океанских вод.

Отмеченный тип является достаточно многочисленным в количественном отношении и разнообразным в качественном. Но все возможные подтипы и подвиды подчинены одной общей тональности: цветные признаки как самые характерные и броские выделены у предметов, являющихся главными, центральными в описываемой ситуации, но они выделены либо попутно, либо в связи с выражением какого-либо другого понятия, а сам цвет находится в рецессивном состоянии.

Некоторые цветовые зарисовки представляют собой перенесенные на язык поэзии сюжеты, характерные для произведений живописи. При этом в них включается элемент движения, а цветовые признаки в соответствии с законами поэтического изложения упоминаются по мере развития повествования: *The Negro holds firmly the reins of his four horses...His blue shirt exposes his ample neck...The sun falls on his crispy hair and mustache, falls on the black of his polish'd and perfect limbs* (W. Whitman) [Anthology, 1972: 674]. В подобных случаях всегда угадывается их подлинная референциальная основа. По-видимому, поэт действительно когда-то наблюдал чернокожего возницу в синей рубашке и эта картина, впечатлившая его, была сохранена в памяти, а затем воспроизведена в поэтической форме. Если встать на эту точку зрения, то следует признать, что черный и синий цвета упомянуты здесь как самые характерные, броские цветовые признаки описываемой ситуации.

Особый тип составляют цветовые поэтические фрагменты, в которых цвет является носителем какой-то особенной, до конца не выявляемой семантики: *believe in those wing'd purposes, And acknowledge red, yellow, white playing within me, And consider green and violet and tufted crown intentional...* (W. Whitman) [Anthology 1972: 675]. Значимость такого рода фрагментов тем более неопределенна, что они могут тесно примыкать к поликолору, имеющему легко выявляемую цветовую мотивацию. В данном случае это относится к предыдущему поэтическому фрагменту. Объединив оба этих колористических отрывка, мы получаем достаточно сложный по структуре поликолор. Вполне отчетливое и явственное впечатление от красивого молодого негра в синей рубашке сталкивается со смутным восприятием абстрактного взаимодействия цветов: *red, yellow, white green, violet*. Все это заставляет предположить, что семантика цвета играет очень сложную роль в общей семантике текста, проявляющуюся в ее достаточно глубинных слоях и объясняемую далеко не всегда. Ее подсознательное восприятие оставляет безусловный отпечаток на нашем впечатлении от прочитанного, какое, возможно, является родственным ощущению цвета в произведениях живописи.

Между двумя отмеченными типами поликолора, в которых мы встречаем подчеркнутое внимание цвета, с одной стороны, и практически индифферентное его использование, с другой, располагаются самые разнообразные подтипы с разной степенью тяготения к тому или другому. Цвет может передаваться в зависимости от освещения или каких-либо других условий: *And I have known the arms already, known them all – Arms that are braceleted and white and bare (But in the lamplight, downed with light brown hair!)* (T. S. Eliot) [Anthology 1972: 213]. Цвет поддерживает и развивает основную тему стихотворения, а местами дублирует ее: *He did not wear his scarlet coat, For blood and wine are red, And blood and wine were on his hands When they found him with the dead, The poor dead woman whom he loved, And murdered in her bed.... He walked among the Trial Men In a suit of shabby grey...* (O. Wilde) [Wilde 2003: 67]. Герой отождествляет красный цвет своего костюма с кровью и вином, и, соответственно, с ужасным преступлением, которое он совершил. По этой причине он противопоставляет им серый цвет, тускло-серый (*shabby grey*), который не только является противоположностью красного, но и сам выражает мрачное, тоскливое настроение, соответствующее обстановке. Здесь, в сущности, мы сталкиваемся с мифологическим использованием цвета, который не обозначает что-либо, а фактически им является [Миронова 1993: 186]. Пронзительная нота голубого цвета, звучащая в конце поликолористического фрагмента, производит очень сильное впечатление. Несмотря на традиционный эпитет *blue*, который в подавляющем большинстве случаев участвует в создании образа голубого неба, эмоциональная значимость двух последних строк исключительно велика: *I never saw a man who looked With such a wistful eye Upon that little tent of blue Which prisoners call the sky* (O. Wilde) [Wilde 2003: 67].



Цвета, использованные в том или ином стихотворном тексте, далеко не всегда все вместе сливаются в единый цветовой образ, но даже изолированные они расцвечивают текстовое полотно. Мелькание цвета, как и мелькание слов, создающих образ мира, по выражению Л. И. Ибраева [1981: 18–20], создает в тексте блок информации цвета. Цвет как информация в структуре целостного поэтического произведения способен воздействовать на эмоции читателя и создавать чувственную основу восприятия.

Цвет внутри поликолористических (и в несколько меньшей степени моноколористических) стихотворений может использоваться специально для создания зрительно красивого изображения, в чем поэтическое произведение сближается с живописным. Оценивая использованные в тексте краски при создании цветового образа, читатель воспринимает его в диапазоне своих цветовых симпатий, ощущая соответственно положительные или отрицательные эмоции, и тем самым глубже проникает в суть текста.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Блейк У. Избранные стихи. Сборник. На англ. и русск. яз. / Сост. А. М. Зверев. – М.: Прогресс, 1982. – 558 с.  
Ибраев Л. И. Слово и образ. К проблеме соотношения лингвистики и поэтики // Филологические науки. – 1981. – № 1. – С. 18–24.  
Кольридж С. Стихотворения. Сборник. На русск. и англ. языках. – М.: Радуга. 2004. – 512 с.  
Миронова Л. Н. Семантика цвета в эволюции психики человека // Проблема цвета в психологии. – М.: Наука, 1993. – С. 172–188.  
Anthology of English and American Verse. – М.: Прогресс, 1972. – 720 с.  
Wilde O. Selected Poems. – Phoenix Press, 2003. – 120 p.

УДК 82.091: [821/161/2+821. 111(73)]

## Особенности использования цветообразов в творчестве Богдана-Игоря Антонича и Уолта Уитмена (компаративный аспект)

ДУБРОВА О. В.

*Бердянский государственный педагогический университет (г. Бердянск, Украина)*

**Аннотация.** В статье предлагается рассмотрение творчества Уолта Уитмена и Богдана-Игоря Антонича через призму цветовой интерпретации с использованием принципа символизма, которые проецируются на мир реальный и символический.

**Ключевые слова:** цветообраз, колоратив, символизм, этноэйдема, трансцендентность.

## Peculiarities of Usage of Colour Images by Bohdan-Ihor Antonych and Walt Whitman in Their Works (Comparative Aspect)

DUBROVA O. V.

*Berdyansk State Pedagogical University*

**Abstract.** The article is dedicated to the analysis of Walt Whitman's and Bohdan-Ihor Antonych's works through the prism of color interpretation using the principle of symbolism, which is projected to real and symbolic worlds.

**Keywords:** colour image, symbolism, ethnoeidos, transcendence, interpretation.



Утверждение о единстве поэтической образной структуры произведений Антонича и Уитмена только на первый взгляд кажется безосновательным: жили и работали в разные эпохи, писали на разных языках, мыслили разными категориями. Но Антонич, безусловно, не мог не чувствовать творческих импульсов и стремлений хорошо известного ему Уитмена (связь с природой, стремление полного отождествления и единения с ней, материализация природы).

Одной из характерных общих признаков творчества Антонича и Уитмена является использование цветов. В истории науки известны попытки описать «присущие различным цветам специфические характеристики, что позволило бы сделать выводы об их символическом использовании в разных культурах (на что обращал внимание еще И.-В. Гете). Но и сегодня из-за отсутствия четкой систематизации кодификация цветов остается достаточно «объективной» [Михед 2005: 5]. Поэтому мы попробуем проанализировать творчество американского и украинского поэтов через собственную призму цветовой интерпретации, проникнуть в тайну универсального языка цветов–символов, которые говорят в то же время «языком сознания и подсознания, ума, эмоций и слов, где за каждой буквой кроется символ, а за каждым вербальным контекстом – универсальное единство» [Лановик 2005: 4], и которые так «по-своему» представлены в поэтических произведениях обоих авторов.

Современные ученые А. Василевич и А. Белов убеждены, что цветовые этноэидемы (сквозные цветовые образы) чрезвычайно важны для конструирования частей мира. Цвета имеют широкий и сложный диапазон символических значений. Обобщение, касающееся символизма какого-то одного конкретного цвета, сделать очень сложно. Как подтверждают исследования психологов, цвет имеет для человека значительную символическую нагрузку. Один и тот же объект, предмет, одна и та же вещь, имея различные цветовые оттенки, оказывает на каждого отдельного человека разное впечатление, потому что корни личности каждого человека, выходя за пределы бытовой сферы, достигают трансцендентного мира, сохраняя все слои истории и праистории. Тогда в человеке надличностное, вечное, архетипическое сливается с личным, кратковременным, мгновенным, мимолетным, создавая что-то уникальное и неповторимое. Например, зеленые листья вызывают такую коннотацию как «весенняя энергия», тогда как листья желто-коричневые ассоциируются с увяданием, угасанием, засыпанием, возможно, даже со смертью. Поэтому наиболее последовательная символика цветов, характерная для творчества украинского и американского поэтов, по нашему мнению, связана именно с природой и природными явлениями.

Поэзия Антонича и Уитмена не является самодостаточной, она тесно взаимодействует с реальным миром вещей, колоративы в художественной структуре их произведений играют важную роль, они являются своеобразными метафорами, фоном для создания контрастов, средством эстетического воздействия на читателя. И именно природа в произведениях украинского и американского лириков выступает обобщающим образом- символом, знаком, звеном, которые объединяют мир человека и мир природы. Понимание символической природы связано у них с проникновением в многомерность этого мира, имманентно проявляется в модальностях их собственного мировоззрения. Постигание Уитменом и Антоничем природного мира предполагает «применение различных спектров миропонимания, которые позволяют выявить богатство внутренних проявлений каждого явления. Поэтому каждый раз оказывается, что понимание мира природы не является его прямым отображением, отображением действительности, а включает в себя деятельность духа» каждого из авторов [Лановик 2005: 4]. Так, у Уитмена встречаем:

*Послухай–но, що це – трава? – повні жмені простягши,  
дитина спитала... може, це прапор зелений вдачі моєї, зітканий із різнотрав'я надії.  
Може, це хусточка бога,  
Дарунок запашиний, на згадку зумисне кинутий... [Уїтмен 1969: 6].*

Несмотря на то, что слово «зелёный» используется в этой цитате всего один раз, её «зелёность» ощущаем в каждом слове. Антонич в свою очередь утверждает:

*Росте Антонич, і росте трава,  
І зеленіють кучеряві вільхи* [Антонич 1989: 1].

Это дает возможность учитывать не только слова, указывающие на цвет, а также словосочетания, которые касаются названий с определенным цветом, или которые вызывают ассоциации тех или иных предметов, вещей, явлений с определенным цветом, потому что в произведениях Антонича и Уитмена есть много таких выражений, которые прямо не называют цвет, а лишь «пробуждают» его понятие, например, «полум'яний цвях», «сиві хашчі», «два коні з снігу й піни», «лілії з молока», «срібляве поро-хно», «сиве море», «літнього неба відображення на воді» и др.

Украинский и американский поэты – ярко выраженные лирики. Их поэтический мир чрезвычайно яркий и насыщенный. Мироощущение аторов близкое к пантеизму: они считают себя братьями растений и животных, в корнях и травах ищут истоки языка и мышления. У них нет границы между реальностью и фантазией: они живут единым цельным организмом. Неудивительно, что доминирующим в широкой шкале колоративных тональных вариаций у Антонича и Уитмена становится зеленый цвет, который имеет для них особое образно–эмоциональное содержание. Зеленый цвет содержит в своей основе положительный символ. В реальной действительности он выступает необходимой деталью пейзажа, а в знаковой плоскости символизирует прежде всего красоту, радость, оптимизм и утверждения жизни. В народных же представлениях зеленый цвет прежде всего символизирует надежду: «Где распускается зелень, там просто естество, там само собой разумеющийся рост ... переживание весны» [Бидерман 1996: 2].

Христианская символика использует зеленый цвет в качестве эмблемы веры, христианской версии легенды Святого Грааля, который имеет зеленый цвет, он используется как цвет Троицы, Откровения, престол Высшего Судьи – с зеленой яшмы. Особую ценность придают зеленому цвету труды св. Хильдегарды Бингенской, постоянно и настойчиво использовавшей латинское слово *smaragdus* (зеленость, растительная сила) и ценившей изумруд прежде всего за его цвет: «он возникает ранним утром на восходе солнца. Зеленое убранство земли, травы расцветают в сие время самой свежей свежестью, воздух еще прохладен, а Солнце уже греет, и растения так алчно впитывают зеленость, как Агнец – млеко. Жары целого дня не хватает, чтобы изварить и изъесть эту зелёность ... Изумруд, посему, есть сильное средство против всех слабостей и болезней человеческих, поскольку само Солнце его сотворяет и вещество его от зелени воздухов порождено» [Бидерман 1996: 2].

Хотя диапазон цветов, которые считаются значимыми, кажется сейчас более широким, чем это предполагалось ранее, и зависит от индивидуальной специфики восприятия каждого человека в отдельности, зеленый цвет у Уитмена и Антонича несет одну смысловую нагрузку. Слова «трава», «листя трави», «гілка», «дерево», «кущ», «паросток», «зелений» встречаются практически на каждой странице сборников поэтов, превращая эту «рослинність» в жизнотворящую силу, вдохновляющую силу, которая помогает бороться со страхами, сомнениями, бедами и которая дает отдых телу человеческому и его душе, которая является связующим звеном между человеком, его еством и природой:

*Стіл обростає буйним листям,  
і разом з кріслом я вже куш.  
З черемх читаю – з книг сталистих –  
рослину мудрість вічних пуш* [Антонич 1989: 1].

Именно таким образом Антонич и Уитмен стремятся доказать бессмертие всего сущего, неотделимость жизни человека и растений от всеобъемлющего космического континуума (*Найменший паросток твердить, що смерті немає, / І якщо коли-небудь, до життя, вона й існувала, то вже не / чекає*

попереду, щоб життя зупинити, кожна зникла хвилинка з'являється знову [Уїтмен 1969: 6]) через отображение символического образа дерева, которое является многозначным древним символом, известным почти всем народам мира. Этот символ выражает формы жизни в органических взаимосвязях и человека – как неотъемлемой части натурального космоса. Этот образ презентует саму Вселенную, законы жизни и человека как неразрывное целое, олицетворяет жизнь космоса как живого организма. Поэтому образ дерева как олицетворение этого космоса воспринимается Уитменом и Антоничем как символическое олицетворение самого человека (за внешним видом: ветви – руки, ствол – тело, корни – ноги и по сходству жизненных циклов: вырастает из семян (семя), взрослеет, приобретает зрелость, блекнет и умирает) и как символ постоянной жизни и смерти, то есть цикличности (умирает зимой и оживает весной), потому что в разных культурах дерево считается самым высоким естественным символом динамического роста, сезонного умирания и регенерации. Антонич в стихотворении «До гордої рослини, цебто до себе самого» ассоциирует себя с дубом:

*Зелена башта – дуб стрільчаствоверхий,  
підвішися із ночі чорних нар,  
виголоє черву й гниття пожар  
зливає свіжим соком – бог упертий...* [Антонич 1989: 1].

Характерно, что поэты используют преимущественно лиственные деревья (особенно, дуб), которые теряют свои листья осенью, имеют голые ветви зимой и расцветают весной. Это один из самых удачных образов сезонных циклов смерти и возрождения:

*Ми стали рослинами, листям, галуззям, корінням, корою,  
Ми вросли глибоко в землю, ми скелі,  
Ми дуби, ми ростемо поруч на галявині...  
... Ми квіти акацій, ми ронимо пахоці на вузьких  
вулицях увечері і вранці...* [Уїтмен 1969: 6].

Как утверждал Ф. Шеллинг в «Философии искусства», в символах стираются границы между конечным и бесконечным, реальным и идеальным, вследствие чего достигается «синтез мира и духа» (И. В. Гете). Поэтому, оперируя символом дерева в своей поэзии, Уитмен и Антонич стремятся победить стереотип «бренности» человеческого бытия, с его помощью доказать, что человечество поднимается от низшего уровня развития к духовному просветлению, спасению или даже освобождению от круга бытия, то есть становится той неотъемлемой частью космоса, которая существует вечно:

*Все прямує тільки вперед і вгору, занепаду не існує,  
Померти – це зовсім не те, що ми уявляємо, це багато приємніше* [Уїтмен 1969: 6].

Зеленый цвет, который ассоциируется преимущественно с растительным миром, далеко не последний в многосложной системе цветовой символики Уитмена и Антонича. Американский поэт отмечает:

*Я визнаю біле, червоне і жовте, що в мені самому  
кружляють,  
Я шаную зелене, бузкове й вінки кучеряві, – усе це  
сповнене змісту* [Уїтмен 1969: 6].

В широком спектре колористической вариантности творчества американского и украинского поэтов сквозным является красный цвет. Т. Михед утверждает, что в нашей отечественной традиции красный цвет издавна ассоциировался со смертью, что зафиксировано в народных обычаях надевать на покойника красный пояс или красную шапку. В колористике же Уитмена красный цвет, с одной стороны, – теплый цветообраз, демонстрирующий полноту жизни, силу, победу человека, его влюбленность в жизнь, добро:

*Жмути м'язів на грудях, хребет гнучкий і шия, пружне м'ясо,  
А там, всередині, теж чудеса.  
Там всередині, бурхає кров,  
Та ж споконвічна кров! Та ж яро-червона кров!* [Уїтмен 1969: 6],

поэтому к парадигме красного цвета Уитмена принадлежит и такой близкий ему оттенок, как «багровый», который развивает главным образом позитивные оценочные коннотации, являющиеся своеобразной метафорой самой жизни:

*Ось найпрекрасніше сонце, таке спокійне і горде,  
Фіалково-багряний ранок із леготом, ледве відчутним, М'яке,  
народжене ніжністю світло незмірне* [Уїтмен 1969: 6].

С другой стороны, красный цвет в поэзии американского лирика имеет отрицательную оценочную маркировку, содержит призыв, протест против войны, против любых насильственных действий по отношению к человеку вообще:

*Геть розмови про війну! Геть і війну саму!  
Це розгнуждане пекло і потоки крові – вони для диких тигрів і  
вовків з висунутими язиками, а не для людей із розумом!* [Уїтмен 1969: 6].

Или:

*Я бачу європейського ката,  
Він стоїть під личиною, в червоній киреї, він має міцні ноги  
і сильні оголені руки  
І спирається на важку сокиру* [Уїтмен 1969: 6].

Более широкой является парадигма красного цвета в поэтических произведениях Антонича, который оперирует такими его оттенками, как «вогняний», «полум'яний», «мідний», «брудно-червоний», «багровий» и которые несут главным образом естественную природную нагрузку, служат способом передачи красоты природного мира:

*Під прапором мідянолистих буків,  
де сонце покотилось вогняним тарелем,  
засмаглі хлопці, мов джмелі на луках,  
гудуть, і вибухає пил з рудих цегельень* [Антонич 1989: 1].

Антонич творит образы природы, щедро используя колористические эпитеты:

*Від зір, мов струни, шинури листя над землею скісно,  
гриби рудими тарілками дзвонять в хорах лісу...  
... В діжах багон місяць  
Брудно-червоне тісто гряді* [Антонич 1989: 1].

Большое количество эпитетов, метафор и сравнений, касающихся красного цвета, связанные в творчестве Антонича с солнцем, одним из основных символов творческой энергии, который еще в далеком прошлом астрономы изображали как символический центр, сердце Космоса. В качестве источника тепла, солнце представляет жизненную силу, страсть, храбрость и вечную молодость, как источник света, оно символизирует знания и интеллект. У украинского поэта символика неразрывно связана с миром природы, частью которой является сам Антонич. В каждой строке его стихов происходит включение человека в искомый им абсолюте, которым и является сама природа:

*Зорі червінцем платить скупі вечір днів за сонце,  
що його в червоний мох розчеше* [Антонич 1989: 1].

Образ солнца и касающиеся его колоративы красного цвета являются стержневыми, сквозными в творчестве Антонича, который с их помощью пытается передать все человеческие чувства, в том числе любовь:

*Немов метелик полум'яний,  
на куц тернини сонце сіло.  
У твої очі синьо-тьмяні  
дивлюсь натхненно і неспіло* [Антонич 1989: 1].

Внутри, на пересечении двух основных колористических парадигм «зеленый – красный» находим в поэзии Уитмена и Антонича цвет, который имеет особую оценочную значимость и символизирует, прежде всего, вечность:

*Мов два дракони, сонце й місяць, зорі – галич,  
і білі села, й білий жар, і білість куряв.  
Шевченко йде – вогонь, людина, буря –  
І дивиться в столітню далеч...* [Антонич 1989: 1].

Белый цвет является цветом чистоты и совершенства, универсальным символом целомудрия вечной души, которая существует вне пространства и времени. У Уитмена, например, он ассоциируется с Абсолютом:

*Крижані гори пливуть повз мене, а я – повз них, і рухові  
цьому нема ні кінця, ні краю,  
біловерхі пасма вдалині, я мріями лину до них* [Уїтмен 1969: 6].

Для американского поэта белый цвет означает положительный аспект интуиции, включая интуицию запредельного, сверхъестественного бытия. Использование этого цвета для автора является своеобразным напоминанием отпечатков памяти прошлого, опыта нации, человечества. Лирик словно открыт перед космосом. Поэтому на страницах сборника Уитмена часто встречаем колоратив белого цвета «седой», что является для поэта символом мудрости, вечных знаний, которые передаются из поколения в поколение седыми старцами:

*Темна занадто трава для сивини старих матерів,  
Темніша від безбарвних борід старих чоловіків* [Уїтмен 1969: 6].

В этнокультурном пространстве славян белый цвет несет особое оценочное значение, символизируя чистоту и праздничность, но Антонич значительно расширяет диапазон парадигмы белого цвета, вплетая в эту канву такие колориты, как «сивий», «блідий», «срібний» и («сріблявий»), «молочний», «крижаний», тем самым разнообразя восприятие своей поэзии:

*Палає срібний лій у каганцях зірок холодних,  
і змії, мов свічки зелені, світять воском яду* [Антонич 1989: 1],

или

*З погаслих зір срібляве порохно обсипує дубове листя* [Антонич 1989: 1].

Для Антонича белый цвет перерождается в символ света, который олицетворяет внутреннее просветление, проявление космической силы, безграничного добра и правды. Свою миссию поэт видит в том, чтобы привести в действие символическую реальность «сверхличностного внутри индивидуума, на высшем уровне художественного чувства привести самого индивидуума в состояние превосходства – то есть поднять его над временем, эпохой и «конечной» вечностью, реализованной в любой конечной архетипической форме – и привести его к вневременным движущим силам, находящимся в самом центре мира» [Лановик 2005: 4]. Широта его мышления, воображения достигает гораздо большего диапазона, нежели земные границы и границы земного мировосприятия:



*Щоб жити краще, ширше, вище!  
О, більше світла! Більше сонця!* [Антонич 1989: 1].

Не отказываются авторы и от колоратива «синий», который обычно выступает как оценочно–нейтральный и называет цвет неба, реки, моря и тому подобное. Однако в разных вариациях украинского и американского поэтов он развивает различные смыслы. Так, у Уитмена этот цвет символизирует духовную и интеллектуальную жизнь человека, чистоту помыслов, мужество и красоту каждого; он проводит ассоциации с фразой «блакитна кров», подчеркивая, что каждый человек на земле уникальная, непревзойденная, идеальная, совершенная личность:

*Синя сорочка недбало на стегнах зав'язана, шия і  
груди просторі, налиті силою.  
Сонце лягає на чорні лискучі кучері й вуса, на чорні  
руки та ноги, довершені і прекрасні* [Уїтмен 1969: 6],

или

*Бачу ходу твою й мускулисте тіло в синій одежі... о мужній року...* [Уїтмен 1969: 6].

С другой стороны, синий цвет для Уитмена является олицетворением вечности, бесконечности, веры в единение всех народов и полное взаимопонимание:

*О роче, я бачу зелено-сині простори твого глобуса, що все бере і дає все, Єднання  
Європи, і Азії, і з ними Африки – і всіх разом  
із Новим світом* [Уїтмен 1969: 6].

Для Антонича синий цвет несет несколько иное значение. Употребляя его преимущественно для «темной» части суток, он ассоциирует эту колористическую парадигму с меланхолией, временем, которое вдохновляет на размышления, рассуждения, углубления в себя:

*Так ніч блакитним снігом мис в місті маки меланхолії.  
Накривши плечі згорблені кожухом неба синім,  
колишеться шофер у сонній лімузині* [Уїтмен 1969: 6].

Но доминирующим стремлением Антонича является подчеркнуть и утвердить вечную красоту и величие природы благодаря такой богатой колористической гамме:

*У сто млинах зима пшеницю  
на сніг сріблясто-синій меле* [Антонич 1989: 1].

Так, в творчестве Антонича и Уитмена из широкого спектра колоративов, сгруппированных вокруг основных цветовых парадигм, возникает целостная картина мира, реального и символического, в основе которой – оригинальное мировоззрение авторов, настоящих художников. Наполненные символическим содержанием, колоративные парадигмы являются не просто декоративными элементами, но и органическими частями целостного замысла авторов.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Антонич Б. –І. Поезії. – К.: Дніпро, 1989. – 454 с.  
Бидерман Г. Энциклопедия символов. – М.: Республика, 1996. – 335 с.  
Грессидер Дж. Словарь символов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 448 с.  
Лановик М. Розвиток концептів «символ», «архетип» і «міф» у теоретико–літературних дослідженнях науки про переклад // Вісник Житомирського державного університету. – 2005. – № 22. – С. 150–155.  
Михед Т. Поетологічні етюди з історії літератури Англії та США: Збірник статей. – Ніжин, 2005. – 172 с.  
Уїтмен Уолт. Листя трави. – К.: Дніпро, 1969. – 196 с.  
Элиот Т. Американская литература и американский язык // Писатели США о литературе. – М.: Прогрессе, 1974. – 181 с.

Юнг К. Г. Человек и его символы. – М.: Серебряные нити, 1997. – 386 с.

Leaves of Grass by Walt Whitman. An electronic classics series publication. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www2.hn.psu.edu/~...whitman/leaves-of-grass6\\*9.pdf](http://www2.hn.psu.edu/~...whitman/leaves-of-grass6*9.pdf)

УДК 811.111'374

## Развитие английской двуязычной лексикографии

КАЛИБЕРДА О. А.

*Бердянский государственный педагогический университет (г. Бердянск, Украина)*

**Аннотация.** В статье проанализирована английская двуязычная лексикография в историческом аспекте. Установлено, что первые переводные словари английского языка возникают на основе латино-латинских глоссариев с целью обучения латинскому языку. Позднее, с постепенным усилением роли национальных западноевропейских языков и увеличением международных контактов, начинают составляться англо-французские, англо-итальянские, англо-немецкие словари.

**Ключевые слова:** английская двуязычная лексикография, входное слово, глоссарий, макроструктура, микроструктура, словарь.

## Development of English Bilingual Lexicography

KALIBERDA O. O.

*Berdiansk State Pedagogical University*

**Abstract.** English bilingual lexicography in historical aspect has been analysed in the article. It has been found out that first English language translation dictionaries appear on the basis of Latin–Latin glossaries with the aim to teach Latin language. Afterwards, with the gradual strengthening of West–European national languages role and increasing of international contacts, English–French, English–Italian, English–German dictionaries are compiled.

**Keywords:** English bilingual lexicography, entry word, glossary, macrostructure, microstructure, dictionary.

Хороший двуязычный словарь, часто такой тип словаря называют еще переводным, является основным инструментом при работе над письменным переводом в современном мире. Однако английская двуязычная или переводная лексикография в той форме, как мы ее знаем сейчас, сформировалась не сразу.

Цель статьи – выявить тенденции развития английской двуязычной лексикографии. Объектом исследования выступает английская лексикографическая парадигма. Предметом исследования являются структурные компоненты двуязычных словарей английского языка.

Практическая лексикография английского языка, как и других западноевропейских языков (французского, итальянского, испанского, немецкого) берет свое начало с составления словарей на латыни [Stein 1991: 99]. Первые словари на территории Британии появляются в VI в. в эпоху распространения христианства в Англии и доминирования латыни как международного языка всей Западной Европы [Лебедева 2006: 66; Minaeva 2007: 76].

Уже в VIII в. в английской лексикографической практике появляются словари, составленные к религиозным текстам, которые представляли собой перечни малопонятных лексических единиц и высказываний из Библии [Карпова 2007: 242; Sauer 2009: 31]. Языком входного слова и языком толкования выступала латынь. Примером этого может служить коллекция глосс Райта-Вулкера, являющаяся собранием разных лексикографических справочников, что появились в мире до XV в. [Mathews 1966: 9]. Латиноязычные глоссарии составлялись с дидактической целью, чтобы помочь в изучении и препода-

вании латыни, которая являлась средством общения образованным людьми того времени. Сложные для запоминания и понимания слова из латинских текстов семантизировались с помощью интерлинейрных глосс на более простой латыни посредством синонимов или короткого перифраза.

Наряду с латинскими глоссариями начинают появляться компиляции, которые содержат англосаксонские элементы, например, «*Epinal Glossary*» (VII в.), самый большой древнеанглийский глоссарий «*Corpus Glossary*» (725 г.), который насчитывал больше 2000 входных слов, «*Abbot Ælfric's Glossary*» (X в.). Глоссарии этого периода представляли собой перечни латинских слов с эквивалентами на древнеанглийском [Hüllen 2006: 62–65; Jackson 2002: 32]. Входные слова в латино-англосаксонских глоссариях семантизировались с помощью переводного эквивалента [Клейнер 1985: 65; Sauer 2009: 21]. Дефиниции реестровых единиц характеризовались довольно поверхностным подходом к описанию лексического состава языка и отсутствием лингвистической или иллюстративной информации о слове.

Зарождение английской лексикографии, в том числе и двуязычной, не было связано с национальными особенностями страны, а обуславливалось наличием международного языка общения средневековой европейской цивилизации – латыни [Ступин 1985: 54], которая была языком культуры, науки, религии и международного общения. В связи с этим стали актуальными такие лексикографические задачи: 1) толкование малопонятных латинских слов; 2) научить молодое поколение языку культуры, который отличался от языка повседневного общения страны [Гак 1977: 15]. Таким образом, латынь стала фактором, который способствовал составлению двуязычных глоссариев. До X–XI в. в. все лексикографические труды становятся главным образом латино-английскими. Английский язык начинает использоваться для толкования и перевода более развитого языка культуры (латыни).

Со временем, в связи с возрастанием роли национальных языков в Западной Европе, постепенным ослаблением влияния латинского языка, перед лексикографией встают новые задачи. Необходимо было не просто пояснить те или иные трудные слова в манускрипте, а перевести большое количество латинских лексических единиц на английский язык [Лебедева 2006: 67; Ступин 1973: 25], то есть составить латино-английский или англо-латинский словарь для англичан. Таким образом, в XV в. лексикографическая форма глоссария изменяется, что определенным образом приблизило ее к понятию «словарь».

Впервые в англоязычной лексикографии лексическая единица начинает рассматриваться с лингвистических позиций в англо-латинском словаре «*Promptorium Parvulorum, Sive Clericorum*» («Сокровищница для образованной молодежи») (1440 г.), который фактически стал предшественником современных двуязычных словарей. Его алфавитная макроструктура состояла из отдельных списков лексических единиц, отобранных в соответствии с принадлежностью к определенной части речи. Главным образом были представлены существительные и глаголы. Некоторые словарные статьи в «*Promptorium Parvulorum, Sive Clericorum*» содержали информацию о полисемантности входных слов и фиксировали употребление лексических единиц в речи [Ступин 1982: 57; Cowie 1990: 672; Mathews 1966: 10]. Но в целом элементарная микроструктура не очень отличалась от предыдущих глоссариев и состояла из входного слова на английском языке и латинского переводного эквивалента.

Усовершенствованием микроструктуры словарей в процессе лексикографической обработки лексических единиц стало введение нормативных помет. Впервые они применяются в латино-английском словаре «*Medulla Grammaticae*» («Душа грамматики») (1460 г.) и представляют собой схематический знак в виде креста возле лексических единиц со зловещим значением. Это могло свидетельствовать «о намерении переписчика ввести в словарь особые пометы, которые указывают на отношение англичан к обозначаемым этими лексическими единицами явлениям» [Моисеев 2006: 11].

В традициях двуязычной латино-английской или англо-латинской лексикографии было составлено ряд словарей: «*Catholicum Anglicum*» («Общий английский») (1483 г.), «*Hortus Vocabulorum*» («Сад слов») (1500 г.), «*Dictionarius Liber*» (1538 г.), «*Abcedarium Anglico-Latinum*» (1552 г.) Р. Хулоэта, «*Dictionarium Latino-Anglicum*» (1552 г.), «*Manipulus Vocabulorum*» («Охапка слов») (1570 г.) П. Левинса, «*Bibliotheca Scholastica*» (1589 г.) Дж. Райдера.

Их алфавитная макроструктура отражала повседневную бытовую лексику, а также религиозную терминологию [Ступин 1979: 58]. Впервые указывается принадлежность лексической единицы к определенной части речи путем составления отдельных списков слов. Трансформируются принципы отбора лексических единиц в словарь. Если для глоссария они отбирались из определенного текста, который имел культурное, интеллектуальное или религиозное значение, то первые словари отличаются полной самостоятельностью, поскольку отбор осуществлялся из многих источников [Лебедева 2006: 68], и входные слова рассматривались как единицы языка, а не речи.

Строение микроструктуры все еще повторяет форму статьи двуязычного глоссария: входное слово – переводной эквивалент. Каждой лексической единице соответствовало столько словарных статей, сколько значений в ней выделялось. Иерархическая ассиметричная микроструктура словаря, когда разные значения группируются вокруг одной лексической единицы, возникает позднее в XVII–XVIII вв. [Гак 1977: 23]. Вводится нормативная помета. В некоторых статьях указывается полисеманτικότητα входных слов, и указываются примеры, иллюстрирующие употребление лексической единицы, но практика использования цитат впервые проявляется в нечеткой форме в межязыковых словарях в виде немногочисленных иллюстративных предложений [Read 1986: 30].

Основной функцией английской двуязычной лексикографии до XV–XVI вв. оставалась обучающая, а именно, изучение латинского языка, а не английского – языка внутригосударственного общения. Латынь оставалась языком не только церкви, но и образования и науки. Поэтому словари удовлетворяли запросы в учебном материале по латинской грамматике и лексике [Jackson 2002: 32]. Они широко использовались в школах как справочные пособия по лексике двух языков. В процессе дальнейшего развития на основе двуязычных глоссариев и словарей, выполнявших обучающую функцию, возникают другие виды лексикографических справочников, в том числе и толковые словари [Девель 2007: 237].

До XVI в. латынь рассматривалась как основной способ международного общения и была структурным элементом любого словаря, однако, в связи с постепенным усилением роли национальных языков, составление двуязычных словарей на современных европейских языках стало преобладающим [Considine 2008: 156; Cowie 1990: 673]. Первые лексикографические справочники существенно повлияли на распространение новых знаний и культуры европейского Возрождения среди англичан.

В зависимости от возрастания культурного значения национальных языков начинают составляться двуязычные словари, которые объясняли значения лексических единиц на французском, итальянском и испанском языках англоязычной аудитории [Hanks 2006: 185]. Это обусловило дальнейшее развитие английской лексикографии. Процессу способствовали экстралингвистические факторы, а именно: интенсивное увеличение торговых, экономических и культурных связей между странами Западной Европы.

Составляются англо-французские, англо-итальянские и другие двуязычные словари по образцу уже известных латино-английских и англо-латинских: «*L'eclaircissement de la langue Françoise*» (1530 г.) Дж. Пелсгрейва, «*Latin-English Dictionary*» (1538 г.) Т. Елиота, «*Abcedarium Anglico Latinum*» (1552 г.) Р. Хулоэта, «*Thesaurus Linguae Romanae & Britannicae*» (1565 г.) Т. Купера, «*Alvearie, or Triple Dictionary, English, Latin and French*» (1573 г.) Дж. Барета, «*English-Spanish Dictionary*» (1591 г.) Р. Персиваля, «*Dictionary in Italian and English*» (1598 г.) Дж. Флорио, «*Ductor in Linguas*» (1617 г.) Дж. Миншу.

Появление большого количества таких словарей свидетельствовало о процессе интенсивной секуляризации лексикографической деятельности, которая происходила под влиянием ренессансной мысли [Алексеев 1968: 47]. Весь XVI в. характеризуется появлением, развитием и усовершенствованием двуязычных словарей на национальных западноевропейских языках. Основная задача английской лексикографии до начала XVII в. – помочь пользователю овладеть иностранным языком [Лебедева 2006: 69; Ступин 1979: 26, Mathews 1966: 14], а именно, до XV в. – латинским языком, а в XVI в. – новыми западноевропейскими языками.

Что касается англо-русских и русско-английских словарей общего типа, то следует выделить в этом ряду «*The Oxford English-Russian Dictionary*» ed. by P. S. Falla (Oxford, Clarendon Press, 1984). Этот сло-

варь позволяет получить представление о стране, ее культуре и обычаях. Однако, необходимо отметить, что попытка составителей этого словаря передать английских сленг и жаргон русскими эквивалентами не всегда осуществляется корректно.

Одним из самых авторитетных и объемных по количеству входных слов (150 тыс.) является двухтомный «*Большой англо-русский словарь*» под редакцией И. Р. Гальперина. Основной акцент в данном справочнике сделан на общелитературный язык и язык современной публицистики. Значения входных слов раскрываются через переводные эквиваленты, примеры-иллюстрации в виде словосочетаний или фразеологизмов.

Теоретическая и практическая лексикографии непосредственным образом связаны с переводческой практикой, поскольку основательный лексикографический справочник позволяет успешно решать целый ряд переводческих задач. Дальнейшие исследования могут быть проведены в сфере лексикографических аспектов перевода, а именно, в области воссоздания и переводческих комментариев к варваризмам, архаизмам, эвфемизмам в микроструктуре двуязычных словарей.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Алексеев М. П. Словари иностранных слов в русском азбучнике XVII века. Исследование, тексты и комментарии. – Л.: Наука, 1968. – 156 с.
- Гак В. Г. О некоторых закономерностях развития лексикографии (Учебная и общая лексикография в историческом аспекте) // Актуальные проблемы учебной лексикографии. – М.: Рус. яз., 1977. – С. 11–27.
- Девель Л. А. Англо-русская учебная лексикография XVI – начала XXI в. // Современная лексикография: глобальные проблемы и национальные решения: Материалы VII Международной школы-семинара, Иваново, 12–14 сентября 2007 г. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2007. – С. 237–239.
- Карпова О. М., Коробейникова О. В. Эволюция цитаты: от писательских конкордансов до электронных корпусов современных словарей // Современная лексикография: глобальные проблемы и национальные решения: Материалы VII Международной школы-семинара, Иваново, 12–14 сентября 2007 г. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2007. – С. 242–245.
- Клейнер Ю. А. Латинская грамматическая традиция в Англии VII–XI в. в. (Беда, Алкуин, Эльфрик) // История лингвистических учений. Средневековая Европа / Отв. ред. А. В. Десницкая, С. Д. Канцельсон. – Л.: Наука, 1985. – С. 62–76.
- Лебедева С. В. Из истории англоязычной учебной лексикографии VI – конца XX века // Английская лексикография: формирование, развитие, современное состояние: Юбил. сб. науч. ст. / Отв. ред. Ф. И. Карташкова. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2006. – С. 66–82.
- Моисеев М. В. Лексикография английского языка: учебно-методическое пособие: для студентов специальностей 022900 «Перевод и переводоведение» и 022600 «Теория и методика преподавания иностранных языков». – Омск: Изд-во ОмГУ, 2006. – 92 с.
- Ступин Л. П. Лексикография английского языка: Учеб. пособие для студентов ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1985. – 167 с.
- Ступин Л. П. Теория и практика английской лексикографии. – Л.: Ленинград. ун-т, 1982. – 76 с.
- Ступин Л. П. Проблема нормативности в истории английской лексикографии: (XV–XX вв.). – Л.: Изд-во ЛГУ, 1979. – 164 с.
- Ступин Л. П. Словари современного английского языка. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1973. – 67 с.
- Considine J. Dictionaries in Early Modern Europe: Lexicography and the Making of Heritage. – New York : Cambridge University Press, 2008. – 393 p.
- Cowie A. P. Language as words: Lexicography // An Encyclopaedia of Language. – L., N. Y., 1990. – pp. 671–700.
- Jackson H. Lexicography: An Introduction. – London and New York : Routledge, 2002. – 190 p.
- Hanks P. English Lexicography // Encyclopedia of Language and Linguistics. – 2nd ed. – Elsevier Science, 2006. – Vol. 4: Du–Gen. – P. 184–194.
- Hüllen W. English Dictionaries, 800–1700: the Topical Tradition. – Oxford University Press, 2006. – 544 p.
- Mathews M. M. A survey of English dictionaries. – New York: Russell and Russell, 1966. – 122 p.
- Minaeva L. V. English. Lexicology and Lexicography. – М.: АСТ, Астрель, 2007. – 142 с.
- Read A. W. The History of Lexicography // Lexicography: an emerging international profession / Edited by Robert Ilson. – Manchester University Press, 1986. – pp. 28–50.
- Sauer H. Glosses, glossaries, and dictionaries in the medieval period // The Oxford History of English Lexicography. Volume 1. General-Purpose Dictionaries / Edited by A. P. Cowie. – Clarendon Press, 2009. – pp. 17–40.
- Stein G. I. Illustrations in dictionaries // International Journal of Lexicography. – Oxford University Press, 1991. – Vol. 4. – № 2. – pp. 99–127.



## Структура и особенности англоязычного рекламного дискурса

КОМИССАРОВА Н. Г.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Статья посвящена описанию структуры и основных характеристик рекламного дискурса. Поликодовый текст, основанный на взаимодействии вербальных и невербальных знаков, рассматривается как ключевой элемент структуры рекламного дискурса.

**Ключевые слова:** рекламный дискурс, поликодовый рекламный текст, вербальные и невербальные знаки, характеристики рекламного дискурса, структура рекламного дискурса.

## English Advertising Discourse: Features and Structure

KOMISSAROVA N. G.

Mordovia State University

**Abstract.** The paper is focused on the description of the structure and main features of the advertising discourse. A multicode text, based on the interaction of verbal and non-verbal means, is regarded as the key element of the advertising discourse structure.

**Keywords:** advertising discourse, a multicode advertising text, verbal and non-verbal means, advertising discourse features, advertising discourse structure.

Современный этап развития науки о языке отмечен пристальным вниманием лингвистов к изучению дискурса. Дискурсивная теория получает свое развитие не только в русле лингвистики, но и «балансирует» на стыке лингвистики и психологии, социологии, политологии и других дисциплин, что подчеркивает её междисциплинарный характер. Изучению рекламного дискурса посвящена данная статья. Анализ рекламного текста как основного элемента структуры рекламного дискурса позволит исследовать причины, приемы и способы воздействия рекламного текста на его адресата.

В современной лингвистической литературе понятия текста и дискурса используются параллельно и недостаточно четко разграничены, поэтому вопрос соотношения текста и дискурса остается открытым. В данной работе дискурс – глобальное коммуникативное пространство, обусловленное экстралингвистическими факторами (культурно-историческим контекстом, условиями протекания коммуникации, социальным статусом коммуникантов пр.). При этом коммуникативное пространство распадается на неограниченное число высказываний объединенных по какому-то определенному принципу, к примеру, тематически-ситуативному или социальному. Тогда можно говорить о «рекламном дискурсе» или об «административном дискурсе» и др. Первый включает речевой материал, порожденный в сфере рекламы, второй рассматривается как тип высказываний, присущий административным работникам. В свою очередь, каждый тип дискурса представлен завершенными речевыми произведениями – текстами, опосредованно включенными в дискурс как базовые единицы. Таким образом, дискурс реализуется в тексте, а текст как лингвистическое образование, обладающее своей структурой и категориями связности, целостности и завершенности включается в дискурс и является его частью. Несмотря на то, что текст – порождение дискурса, текст и дискурс обладают двумя различиями, которые можно, с нашей точки зрения, свести к следующим. Во-первых, категорию законченности с трудом можно отнести к основным свойствам дискурса, она проявляется лишь на уровне текста. Со сменой текста дискурс не заканчивается, он продолжается в других текстах, пока существует данное коммуникативное пространство. Во-вторых, ряд экстралингвистических факторов, являющихся неотъемлемой частью дискурса, не могут быть перенесены на уровень текста. В текст в качестве его составляющих могут быть вклю-

чены невербальные средства общения, такие как мимика, жесты, элементы звуковой фонации и пр., но такие социокультурные и ситуативные факторы, как социальный и культурный контекст, условия протекания коммуникации, отношение между участниками коммуникации, их цели, намерения, мотивационные установки и пр. реализуются только на уровне дискурса, хотя и определяют внутренне устройство текста. Ограничимся сказанным по поводу дифференциации и корреляции понятий «текст» и «дискурс» и обратимся к рекламному дискурсу.

Коммуникативное пространство рекламы имеет ярко выраженную специфику. Среди отличительных особенностей рекламного дискурса отметим его предметную заданность, целенаправленность, опосредованность, обезличенность, социальную обусловленность и поликодовость.

Предметная заданность проявляется в том, что в качестве отправной точки рекламного сообщения выступает предмет, подлежащий презентации (продукт-референт). Слово «продукт» здесь употребляется в широком контексте. Это может быть и товар, и фирма производитель, и идея, словом все то, что подлежит представлению. Именно специфика продукта-референта во многом задает структуру текста и определяет работу «текстовых механизмов».

Целенаправленность рекламного дискурса заключается в четкой прагматической установке. Любой рекламный текст нацелен на активизацию действий со стороны получателя рекламного сообщения в пользу объекта рекламы путем формирования у реципиента рекламной информации положительного мнения о рекламируемом продукте.

Опосредованность рекламного дискурса объясняется отсутствием личного контакта между участниками коммуникации. Коммуникация между отправителем и получателем информации не происходит в условиях их непосредственного общения. Передача рекламной информации опосредована коммуникативными каналами (телевидение, радио, печать, компьютерная сеть и прочее), или, иными словами, каналами неличной коммуникации. Опосредованный характер распространения рекламной информации создает особые «помехи», возникающие в процессе ее восприятия реципиентом рекламы, такие как: отсутствие сосредоточенности и внимания со стороны адресата рекламного сообщения, фрагментарность восприятия и нехранимость содержания рекламы получателем.

Следующая отличительная черта рекламного дискурса – обезличенность. Рекламное сообщение обращено к широкой аудитории, характеризующейся неоднородным составом. Реципиенты рекламы могут различаться по возрастному и социальному статусу. Не будучи адресована ни к кому конкретно, рекламная информация предназначена каждому лично.

Социальная отмеченность рекламного дискурса проявляет себя в тесной взаимосвязи рекламы и общества. Реклама создана в социуме и предназначена для социума. С одной стороны, информация, передаваемая текстом рекламы, социально задана, т. к. нацелена на выполнение ряда общественных функций: формирование культурных ценностей и вкусов, норм поведения и поступков членов социума за счет убеждения в их целесообразности, выгоды, преимуществах и т. д. С другой стороны, развиваясь вместе с обществом, рекламный дискурс становится его «зеркальным отражением». Рекламная информация несет сведения о технических достижениях социума, его национальных образах и стереотипах, тесно связана с общественными настроениями и международной обстановкой, быстро реагирует на изменения, затрагивающие какие-либо стороны социальной действительности.

Рекламный дискурс уникален тем, что представлен семиотически неоднородными текстами, включающими знаки разных семиотических систем, что и определяет поликодовость рекламного дискурса. Поликодовые тексты могут рассматриваться как гетерогенные семиотические образования, построенные как из знаков естественного языка в устной (звучащей) и письменной формах их реализации, так и знаков других семиотических систем: фотографий и рисунков, музыки, элементов звуковой фонации и пр. Определим поликодовый текст как комплекс знаковых средств, основанный на взаимодействии знаков вербальных и невербальных систем, содержащий специально подготовленную, социально-значимую

информацию, получаемую по каналам неличной коммуникации, сообщение которой имеет целью популяризацию того или иного продукта широкому кругу людей. Механизм структурирования информации в различных типах рекламных текстов целесообразно представить в табулированном виде.

Таблица 1

Механизм структурирования поликодового рекламного текста

разновидность рекламного текста	Т и п ы з н а к о в ы х с и с т е м					
	языковая система		образная система			семиотическая система записи
	вербальный звучащий код	вербальный код (письменная форма реализации)	иконический код	музыкальный код	невербальный фонационный код	параграфемный код
печатная реклама	–	+	+	–	–	+
аудиореклама	+	–	–	+	+	–
аудиовизуальная реклама	+	+	+	+	+	+

Как видно из таблицы, поликодовые рекламные тексты существуют в пространстве трех семиотических систем: языковой, образной и графической. Образная система представлена иконическим, музыкальным и невербальным фонационным кодами. Знаки иконического кода являются основным поставщиком «визуальной» информации о представляемом объекте. Музыкальный код – музыкальное сопровождение текста. Невербальный фонационный код выступает как система паралингвистических средств двух разновидностей: нечленораздельных звуков (свист, смех, чихание и пр.) и инструментальных звуковых знаков, получаемых с помощью человеческого воздействия на предметы или музыкальные инструменты (стук в дверь, барабанная дробь и т. д.). Семиотическая система записи формируется посредством параграфемного кода, который представляет собой специализированное использование графических средств языкового кода для передачи дополнительных оттенков смысла. Значимыми здесь являются шрифт, цвет, стиль написания. Вербальная знаковая система репрезентирована языковым кодом, реализующимся в письменной и устной формах.

В зависимости от типа текста знаковый состав меняется. Так семиотическое пространство печатного рекламного текста ограничено вербальными, иконическими и параграфемными знаками. Аудиотекст существует как структура, созданная знаками естественного языка, а также музыкальным кодом и элементами звуковой фонации. Тексты аудиовизуальной рекламы наиболее сложные знаковые комплексы, в их формировании задействованы все из перечисленных в таблице кодов. Таким образом, в зависимости от рассматриваемого материала, среди знаковых систем, оформляющих поликодовый рекламный текст, наряду с языковыми оказываются большой корпус неязыковых средств.

Традиции лингвистики, а также набор лингвистического «инструментария» накладывает определенные ограничения на внедрение подобных текстов в рамки лингвистических исследований. Тем не менее, изучение вербальных знаков в отрыве от невербального семиотического окружения невозможно в силу того, что языковое сообщение имеет смысл только в данном семиотическом пространстве.

Поликодовый рекламный текст функционирует в трех измерениях: прагматическом, семантическом и синтаксическом.

Семантика текста обеспечивается единством темы и коммуникативной задачей передачи информации. Языковые и неязыковые средства участвуют в создании неделимого информационного потенциала текста и определяют общий прагматический эффект рекламы. В результате текст приобретает смысло-

вую законченность, которая проявляется в полном (с точки зрения автора) раскрытии замысла и в возможности автономного восприятия и понимания текста. Знаки различных кодов либо fasciniруют (дублируют) одну и ту ситуацию, либо дополняют друг друга, описывая разные, но тематически связанные ситуации. Во втором случае вербальный компонент не может быть правильно истолкован вне соотнесения с изображением, а изображение становится понятными лишь при установлении семантической связи с вербальными знаками. Приведем пример текста печатной рекламы зубной пасты *Colgate Cavity Protection*.

Иконические знаки изображают женщину преклонных лет чуть ли не с единственным оставшимся зубом во рту. Женщина открыто улыбается. Изображение дополнено надписью «*Colgate Cavity Protection. The world of healthy smiles*».

С точки зрения синтаксиса рекламный текст – есть некая структура, характеризующаяся связностью. Связность обеспечена правилами сочетания и закономерностями взаимосвязи единиц в рамках текста как цельного сообщения и проявляется в согласовании и взаимодействии компонентов текста [Анисимова 1996].

Связность текста может достигаться за счет включения элементов изображения в вербальную часть и наоборот. Этим приемом в основном пользуются создатели печатной и аудиовизуальной рекламы, когда название рекламируемого продукта, фирмы его изготовителя, звучащее в вербальном тексте, появляется в изобразительной части текста. К примеру, в рекламе краски *Cuprinol Sprayable* видеоряд изображает двух мужчин, которые красят забор. Один из них делает это с удовольствием, поскольку не перестает хохотать ни на минуту. Значимым в данном тексте выступает смех, который «говорит» о том, что с данной краской покрасочные работы становятся легким и веселым занятием. Изображение сопровождается веселая музыка. Видеоряд выдержан в ярких тонах. Звучащий текст сообщает следующую информацию: «*Cuprinol Sprayable. The fastest and easiest way to do your fence*». Название краски *Cuprinol Sprayable* включено в видеоряд.

Наряду с включением элементов звучащего языкового кода текста в иконическую часть текста, изображение часто идентифицирует лицо, к которому обращено или от которого исходит вербальное сообщение. Языковыми маркерами данного типа связи служат существительные, чаще имена собственные, а также личные и притяжательные местоимения: «*John Gravel has only six weeks to live. Suffering from leukemia he desperately needs a bone marrow transplant ...*»; «*If you feel uncomfortably full after a meal try new Rennie Deflatine...*»; «*Drinking plenty of water, eating fruit and keeping out of the sun does wonders for your skin. But is there anything else you can do?...*»; «*When most of us make local calls from home at the weekend we pay about 1p per minute. Now you can call Cellnet enjoying our three new firsts for free...*»; «*How would you like twenty percent off when you next go shopping at your favourite store?...*»; «*...So when I heard there's something as nutritious as milk but with more calcium I switched to So Good...*».

Связь вербальных элементов рекламы и иконических осуществляется при помощи указательных местоимений, наречий места и времени. К примеру, в рекламе стирального порошка *Persil Performance* и стиральной машины *Hotpoint Ultima* единство иконических и языковых знаков достигается, в том числе, за счет указательного местоимения *this*, которое отсылает адресата рекламы к изображению: «*This is the stylish Hotpoint Ultima. And this is Persil Performance designed to work with Hotpoint's bio profile system. It helps to stop the colours running into your whites. You won't be the only one to notice the difference. Persil Performance and Hotpoint. Altogether. Brilliant*».

Нередко связь вербальных знаков с невербальными осуществляется на уровне не отдельных языковых элементов, а всего вербального текста. Эта связь имеет давнюю традицию в истории культуры. Еще с времен античности она представлена в фигурных стихах. Фигурный стих дает наглядное представление о том предмете, который описан в тексте словами, можно сказать, предлагает читателю-зрителю графический дубликат словесного образа. Такие стихи создавали уже античные поэты. Примером подобного стиха является фигурный стих Симия «Яйцо», строки которого следовало читать в определен-

ном порядке: первая сверху – первая снизу – вторая сверху – вторая снизу, и т. д. Птичье яйцо оказалось для поэта символом мировой гармонии, а также роста человечества. Современными родственниками фигурных стихов в области рекламы можно считать рекламные объявления нестандартной формы, к примеру, рекламную афишу о балетном спектакле в форме балетной пачки.

Перечисленные связи языковых и неязыковых средств создают синтез поликодового текста, помогают устанавливать и поддерживать в нем смысловые связи и реализовывать прагматическую функцию рекламного текста.

С точки зрения прагматики поликодовый текст – это знаковый комплекс, обладающий определенным прагматическим потенциалом, возможностью произвести некоторый коммуникативный эффект на адресата рекламного сообщения.

Содержание рекламного текста нацелено на 1) активизацию действий со стороны реципиента рекламы посредством формирования у него положительного мнения о продукте рекламы; 2) устранение помех, возникающих при отсутствии непосредственного контакта отправителя и получателя рекламного сообщения, т. е. создание информации, быстро привлекающей внимание, легко воспринимающейся и запоминающейся, по возможности не вызывающей отрицательных эмоций, но при этом имеющей четко поставленную цель – побудить получателя рекламной информации к приобретению предлагаемого продукта; 3) охват как можно более широкого круга потенциальных получателей рекламного сообщения и получение ожидаемой реакции на текст; 4) воздействие на эстетическую и нравственную жизнь личности.

Роль вербальных и невербальных знаков в реализации прагматической задачи, отведенной им автором текста, не является равнозначной. Так, знаки вербального и иконического кодов являются поставщиками как интеллектуальной информации, т. е. информации о фактах, так и могут оказать на адресата и более глубокое воздействие – затронуть его чувства, вызвать определенную эмоциональную реакцию, побудить к определенным действиям.

Параграфемный код – одно из средств создания образности в поликодовом тексте. Например, в ходе анализа рекламных текстов было замечено, что там, где присутствуют спелые овощи и фрукты, используются округлые шрифты, в рекламе женских духов, кофе задействованы изогнутые и плавные графические знаки, создающие эффект легкости рекламного продукта и подчеркивающие его изящество. Кроме того, шрифтовым акцентом маркируются семантически значимые элементы вербального текста. К последним отнесем название рекламного продукта и его характеристик.

Невербальные элементы фонации и музыкальное сопровождение в поликодовом рекламном тексте создают фон сообщения, способствуя лучшему декодированию текстовой информации, и завершают формирование образа объекта рекламы.

Рассмотрим взаимодействие вербальных и невербальных элементов в рамках реализации прагматического потенциала текста на примере нескольких текстов телерекламы.

### Текст 1

Вербальные знаки представлены звучащим текстом.

*A \ rich reve'lation in taste \| \ New 'Black Gold [from Nescafe \| Taste it \|  
{Love it} \| \|<sup>loud</sup>*

Объект рекламы – кофе *New Black Gold* компании *Nescafé*. Отличительной чертой текста является его максимальная сжатость. Фраза «*Taste it. Love it*» обращена к адресату текста и выражает призыв к покупке предлагаемого продукта. Данная часть текста также маркирована просодически посредством высокого нисходящего тона и повышенной громкости. Название продукта *New Black Gold* выделено в отдельную синтагму. Авторская идея строится на эмоциональном и эстетическом впечатлении, производимым текстом, так как практически невозможно создать четкий логический мотив выбора данной марки



кофе. В этой связи на первый план выступают невербальные средства. Контекст, в который помещен звучащий текст, создает благоприятное впечатление у адресата рекламной информации. Неотъемлемой частью эстетического образа является изображение видеорядом красивой женщины с чашкой кофе в руках, приятная музыка. Отметим также шрифтовое и цветовое выделение название продукта и его фирмы производителя видеорядом. «Чувственным аргументом» выступает метафора *«a rich revelation in taste»*, передаваемая вербальными знаками.

Другой пример поликодового текста рекламы музыкального альбома *Mobo* также демонстрирует тесное взаимодействие вербальных и невербальных средств в раскрытии прагматической установки и содержания текста.

## Текст 2

{`Mobo || ↘Music of 'black `origin || The`album||} <sup>slow, loud</sup> ↘Thirty-'seven  
'cuts inc'luding ↘Jamiroquai | 'Lighthouse ↘Family | 'Another ↘Level | ↘Honeyz | and  
↘Dee tah || From 'All ↘Saints | to ↘Sparkle | 'Hinda ↘Hicks| to 'Beverly ↘Knight ||  
{`Mobo || ↘Music of' black `origin || The`album || Out ↘now||} <sup>slow, loud</sup>

Вербальный звучащий текст характеризуется отрывистой ритмической структурой, состоящей из коротких синтагм. Начальные и финальные фразы текста отмечены средствами особой просодической проминантности: высоким тональным уровнем, чередой высоких нисходящих тонов в пределах трех синтагм, замедленным темпом произнесения, повышенной громкостью. Середина текста менее интонационно окрашена.

Вербальный звучащий текст сообщает о выходе нового альбома в исполнении чернокожих музыкантов. Название альбома дважды повторяется и расшифровывается в тексте: *«Mobo – Music of Black Origin»*. В выделении названия альбома участвует параграфемный код: графемы характеризуются шрифтовым и цветовым акцентом. Красный цвет, нацеленный на привлечение внимания аудитории к названию альбома, способствует созданию образа предлагаемого продукта. Семантика красного цвета – сила, активность, энергия, молодость. Частое использование красного цвета иконической частью текста говорит о знаковом факторе красного цвета в рассматриваемом поликодовом тексте. Таким образом, средствами поликодового текста телерекламы создается зона повышенного внимания вокруг названия альбома. Изображение текста основано на «клиповой» подаче визуального материала. Слово «клиповый» в данном случае означает мгновенный переход, мгновенную замену одного плана другим. Подобная презентация иконического ряда отображает основное свойство музыкального альбома – динамику, активность. И в этом смысле видеоряд отлично гармонирует с отрывистой ритмической структурой звучащего текста.

**Текст 3** представляет автомобиль *Mitsubishi Carisma* с новой моделью двигателя.

The Mitsu 'bishi Ca'risma |with its ↘new revo lutionary 'G'D'I'petrol engine  
| ↘gives up to 'twenty per 'cent 'less 'C 'O 'two e'missions| up to 'twenty per 'cent  
'better fuel e'conomy| ^and |up to`ten per ,cent ,more ,power |than an e↘quivalent  
con'ventional 'engine for 'safer over,taking ||{The Mitsu↘bishi Ca'risma 'G'D'I  
||Some 'cars ↘have it ||Some ↘don't||} <sup>slow</sup>

Текст отличается информативностью, отмечается насыщенность цифровыми данными. Подробно освещены функциональные характеристики двигателя: *«gives up to 20% less CO<sub>2</sub> emissions up to 20% better fuel economy and up to 10% more power than an equivalent conventional engine for safer overtaking»*, на основании которых выстраивается объективная логическая аргументация с целью убедить покупателя.

ля остановить свой выбор на рекламируемом продукте. Для раскрытия идеи автора важны финальные фразы текста: «*The new Mitsubishi Carisma GDI. Some cars have it. Some don't*», которые fasciniруются различными средствами: интонационно посредством нисходящей ступенчатой шкалы в первой синтагме и замедленного темпа произнесения, а также шрифтовым и цветовым элементами видеоряда. В рамках единой совокупности всех компонентов данного поликодового текста рождается то информационное поле, которое закладывается в него автором, а именно воздействие на адресата рекламы и активизацию его действий путем формирования у него положительного мнения о рекламном продукте.

Таким образом, поликодовый рекламный текст представляет собой сложное семиотическое образование, обладающее определенной структурой, основанной на взаимодействии вербальных и невербальных знаков, характеризующееся связностью, цельностью, завершенностью, которые он сохраняет как свои основные свойства. Рекламный текст обладает яркой прагматической направленностью и нацелен на комплексное воздействие на адресата. Будучи вовлеченным в коммуникативное пространство рекламного дискурса в качестве его основной единицы, рекламный текст демонстрирует признаки рекламного дискурса: предметную заданность, целенаправленность, опосредованность, обезличенность, социальную обусловленность и поликодовость.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Анисимова Е. Е. О целостности и связности креолизованного текста // Филологические науки. – 1996. – № 7. – С. 74–84.  
 Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.  
 Ерофеева Е. В. К вопросу соотношения понятий текст и дискурс // Проблемы социо и психолингвистики. – Пермь, 2003. – Вып. 3. – С. 28–36.  
 Карасик В. И. Общие проблемы изучения дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.

УДК 81'42

## Монографии и научные статьи как жанры научно-технического дискурса (нанотехнологии и оптоволоконная техника)

КОНЬКОВА И. И.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Данная статья посвящена анализу монографий и научных статей как разновидностей научно-технического дискурса (нанотехнологии и оптоволоконная техника). В статье рассмотрены особенности научно-технического дискурса, дано описание жанров «научная статья» и «монография», исследована их структура и содержание.

**Ключевые слова:** научно-технический дискурс, научная статья, монография, структура, содержание.

## Monographs and Research Papers as Genres of Scientific and Technical Discourse (Nanotechnologies and Fiber Optic Technologies)

KONKOVA I. I.

Mordovia State University

**Abstract.** This article is devoted to the analysis of monographs and research papers as forms of scientific and technical discourse (nanotechnologies and fiber optic technologies). The peculiarities of scientific and technical discourse is

*examined. The description of genres "research paper" and "monograph" is given and their structure and content are studied.*

**Keywords:** *scientific and technical discourse, research paper, monograph, structure, content.*

Дискурс присутствует во всех областях человеческой деятельности. В связи с большим числом толкований дискурса существует много его интерпретаций и типологий. Так, прагмалингвистика рассматривает дискурс как «интерактивную деятельность участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга, переплетение моментально-меняющихся коммуникативных стратегий и их вербальных и невербальных воплощений в практике общения, определение коммуникативных ходов в единстве их эксплицитного и имплицитного содержания» [Карасик 2000: 5]. Психолингвистика акцентирует внимание на переходе от внутреннего кода к внешнему вербальному воплощению в ходе ее порождения, учитывая при этом социально-психологические типы личностей и их ролевые установки. С точки зрения социолингвистики В. И. Карасик разграничивает персональный и институциональный дискурсы [Там же: 5]. К последнему он относит научный дискурс, и, соответственно, и научно-технический. Институциональный дискурс предусматривает статусно-ролевые отношения, в рамках которых и происходит общение. «Институциональный дискурс есть специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут и не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума... Полное устранение личностного начала превращает участников институционального общения в манекенов, вместе с тем существует интуитивно ощущаемая участниками общения граница, выход за которую подрывает основы того или иного общественного института» [Там же: 45-46].

Цель научно-технического дискурса – передача логической информации и доказательство ее истинности, а также побуждение реципиента к логическому мышлению. Научно-технический дискурс отличается объективностью изложения, некатегоричностью и максимальной точностью формулировок, которая усложняет текст терминологически и синтаксически. В нем присутствуют разного рода ссылки, сноски и примечания, слова бытового дискурса претерпевают изменения и получают обобщенное, нередко терминологическое значение. Если рассматривать синтаксический аспект, то здесь дискурсу свойственна синтаксическая компрессия (несмотря на сокращение текста, происходит увеличение объема информации). Важным в научно-техническом дискурсе является организация и упорядоченность (переход от цели к выводам) и указание на способ получения результатов, что обеспечивает их воспроизводимость. Правильная организация информации в тексте позволяет избежать нарушения принципа внутренней диалогичности, которая может стать причиной коммуникативной неудачи [Будасси 1992: 10].

Научно-технический дискурс реализует различные коммуникативные функции, а значит, и установки. Например, могут быть следующие коммуникативные установки:

- 1) оказать воздействие на интеллектуальную сферу адресата;
- 2) содействовать упорядочиванию знаний;
- 3) способствовать изменению системы взглядов и представлений.

Для формирования и поддержания интереса, автор систематизирует уже известные факты, конкретизирует отдельные знания и выделяет ряд характеристик. Научно-технический дискурс отличается ориентацией автора на читателя, он подает ему прагматические сигналы, указывающие как читать текст, на что обратить внимание и т. д. Понимание коммуникативной интенции автора и оценка данной информации осуществляется на прагматическом уровне. Большое значение при создании и восприятии текста отводится фоновым знаниям, которые формируются из нескольких типов знания: культурных, специальных, контекстных и языковых [Гринев 1998: 24]. При создании текста адресант исходит из того, что он будет читаться специалистом, т. е. исходит из того, что читатель имеет такой же уровень знания, как и у него и предполагает его реакцию.

Под научно–техническими текстами понимается совокупность текстов, объединенных исходя из следующих признаков:

- 1) передача научных и теоретических положений;
- 2) содержание научной и технической информации;
- 3) выполнение роли учебного научного материала и др.

Научно–технический дискурс представляет собой многожанровое образование. В нем выделяют первичные жанры: монография, диссертация, научная статья, выступление, доклад и вторичные: автореферат, аннотация, тезисы, резюме, рецензия и др. [Аликаев 1999]. Под вторичными жанрами понимают такие тексты, при создании которых адресант исходит из первоисточника, но при этом вносит изменения в его задачу, объем, структуру и сложность. Следовательно, на базе первичного текста создается новый текст.

Научная статья – это наиболее распространенный жанр научного–технического дискурса. Существует большое число англоязычных журналов, содержащих научные статьи, посвященные нанотехнологиям и оптоволоконной технике (International Nano Letters; Optical Fiber Technology; Journal of Nanotechnology; Nanotechnology; Life Science Journal; Advanced Materials; Nano Today; Nano Research; Nanoscale; Nanotechnologies, Science and Application; Advanced Functional Materials; Small; Journal of Nanoscience and Nanotechnology и др.). Например, в Journal of Nanotechnology в 2014 г. были опубликованы следующие статьи: Visible Discrimination of Broadband Infrared Light by Dye-Enhanced Upconversion in Lanthanide-Doped Nanocrystals (Charles G. Dupuy, Thomas L. Allen, George M. Williams, and David Schut) и Biosynthesis of Metal Nanoparticles: A Review (Narendra Kulkarni and Uday Muddapur), а в журнале Nanophotonics в 2013 г. – Fiber optic nanotechnology: a new frontier of fiber optics (David J. DiGiovanni, Ming–Jun Li, Alan E. Willner).

Автор научной статьи предлагает реципиенту рассмотрение отдельной научной проблемы. Главная цель научной статьи состоит в ясном, кратком и достоверном письменном отчете о результатах проведенного исследования в определенной области. При создании статьи автор стремится решить одну или несколько задач. Статус исследователя формируется исходя из числа научных статей. Они играют важную роль, так как выступают отражением полученных знаний и демонстрируют прогресс в их развитии. Значимость научной статьи связана с ее содержанием и формой, а также степенью вклада исследователя в науку.

К конструктивным признакам первичных жанров относят объем текста, его структуру и канал общения [Михайлова 1999: 10]. Научная статья отличается средним объемом, клишированной структурой и письменным каналом общения. Под средним объемом понимается такой объем, который имеет промежуточную позицию между тезисами (малый объем) и монографией (большой объем). В тоже время количество страниц научной статьи строго не регламентировано, оно зависит от различного направления науки.

Научная статья – это специфическая, динамическая модель структурно–композиционной и языковой организации определенной коммуникативной разновидности текста, сформированной экстралингвистическими факторами коммуникации [Попова 2014: 149]. К специфическим признакам научной статьи относится постановка и решение некой научной проблемы, средний объем, принятой системой ссылок и выходными данными.

Л. И. Мешман считает особенностью жанра научной статьи стабильную композиционно–смысловую организацию, «которая реализует творческий процесс выражения хода мыслей автора в их соотношении с действительностью» [Мешман 1982: 15], то есть, это объединение динамического (смысловое содержание) и статического (композиционная организация). Автор отмечает, что композиционно–смысловая организация может варьироваться в зависимости от предмета конкретной науки, а также традиций печатного органа. Благодаря тому, что форма статьи конвенциональна, реципиент сразу погружается в ее содержание, не придавая внимания форме.

Так как научная статья формализована и обладает определенными жанровыми характеристиками, то большинством научных изданий сформулировано группой необходимых требований, которые одновременно соотносятся с национальными нормами и учитывают потребности издательства. Р. Дей подчеркивает, что научная статья – это письменный опубликованный доклад, в котором описываются оригинальные результаты исследования, который должен быть написан и опубликован в соответствующей форме, определившейся в течение вековых традиций, в соответствии с издательской практикой и научной этикой с учетом взаимодействия издательской работы и публикации [Day 1990: 34].

Научная статья подчиняется ряду экстралингвистических требований, а именно точности, ясности и краткости. Под точностью понимается употребление лексики, которая не допускает двоякости толкования. Для обеспечения ясности текста необходимо чтобы язык был простым, четко построены фразы, а каждый последующий параграф развивал заданную тему. Краткость предполагает включение в текст научной статьи только необходимой информации.

Структура научной статьи как дискурса является системно–приобретенной категорией [Михайлова 1999: 6]. Под ней понимают параметры, приобретенные в ходе своего развития. Такие параметры образуют идеал, необходимый дискурсу как коммуникативной системе. Они обязательны для функционирования дискурса и желательны для существования текста. В их число входит содержательность, структурность, стилевая и жанровая принадлежности, целостность [Попова 2014: 151].

План выражения научной статьи считается каноничным и строится согласно интердисциплинарным правилам. Л. И. Мешман формулирует композиционные категории, совокупность которых образует некий инвариант научной статьи. Под инвариантом понимается система текстовых компонентов с устойчивой прототипической повторяемостью и закреплённых за определенными частями текстового целого [Там же: 150]. По мнению Л. И. Мешмана в инвариант входят заголовок и аннотация (тематическое ядро), введение (дефиниция), основная часть (экспликация и конкретизация) и заключение (специализация) [Мешман 1982: 15]. Все категории связаны линейно-иерархически и в совокупности поэтапно реализуют намерение автора.

Под композицией научной статьи рассматривается организация ее содержания согласно определенной схеме, которая определяется законами научной деятельности и коммуникативными намерениями автора. Предлагается ряд подходов к изучению композиции научной статьи: коммуникативный блок [Крижановская 1996: 327], композиционно-прагматические сегменты как структурные единицы композиционно-смысловой организации первичных научно-технических текстов [Чернявская 2000: 232]. Композиционную структуру научной статьи можно разделить на три части: реферативный раздел; часть, непосредственно связанная с корпусом статьи; вспомогательный аппарат публикации [Попова 2014: 152].

В реферативный раздел научной статьи входит совокупность конвенциональных элементов, применяемых для определения происхождения документа и его внешних отличительных знаков. Реферативный раздел включает в себя название статьи, имя и фамилию автора (иногда его место работы), ключевые слова (их перевод на английский, если требуется). Заголовок является важной составляющей научной статьи, так как именно с него начинается восприятие. В. Дейк считает, что с целью обеспечения правильного восприятия текста, научные статьи могут непосредственно выражать часть своей макроструктуры в заголовке статьи, а при восприятии трудного текста заголовок может выполнять и когнитивную функцию [Dijk 1989: 169]. Основная задача заголовка – четко и ясно отразить содержание статьи.

Часть, непосредственно связанная с корпусом статьи включает в себя семь основных разделов, которые чаще всего не обозначаются подзаголовками: введение, материал и методы, результаты, дискуссия и заключение, благодарность [Попова 2014: 153]. Каждый раздел выполняет свою функцию. «Введение» очерчивает предмет и значимость исследования. «Материалы и методы» описывают его ход.



«Результаты» содержат экспериментальные данные, а в «Дискуссии» даются комментарии к результатам, а также осуществляется их сопоставление с уже имеющимися материалами по данному вопросу. «Заключение» включает в себя выводы, к которым пришел исследователь. Раздел «Благодарность» состоит из признательности тем, кто содействовал в поведении работы.

Вспомогательный аппарат публикации представлен примечаниями, ссылками и указателями. Правила научного процесса требуют написание краткого очерка изучаемого вопроса (со ссылкой на авторитеты), а также описание современного состояния его разработки.

Монография, как и научная статья, является первичным жанром научно-технического дискурса, но в отличие от нее значительно превышает по объему и содержанию. Монография – это научный труд, в котором с наибольшей полнотой исследуется определенная тема. В ней обобщается и анализируется литература по указанному вопросу, выдвигаются новые гипотезы и решения, способствующие развитию науки. Монография обычно сопровождается обширными библиографическими списками, примечаниями и т. д. [БСЭ 1974]. Она может быть написана одним автором или авторским коллективом. В монографии обширно исследуется и раскрывается одна научная тема. Объем монографии должен быть больше 5 печатных листов (один печатный лист содержит 40 000 знаков). Особенности монографии состоят в том, что, во-первых, в ней отражаются результаты собственных научных исследований, а не содержится перечень общеизвестных фактов, и, во-вторых, в отличие от научной статьи, монография предназначена не только для специалистов, но и для более широкого круга читателей, то есть ее текст не насыщен слишком сложными терминами и конструкциями.

Структура монографии включает в себя:

- 1) титульный лист;
- 2) выходные данные книги;
- 3) оглавление;
- 4) введение или/и предисловие;
- 5) первую главу;
- 6) остальные главы;
- 7) заключение;
- 8) предметный и именной указатели;
- 9) список литературы и других источников;
- 10) приложения, содержащие вспомогательные материалы [Новиков 2012: 4].

На титульном листе указывается фамилия и инициалы автора, название монографии, место ее издания, издательство и год. Название монографии отличается краткостью и ясностью, и, как правило, состоит из 5–6 слов [Новиков 2012: 3]. В выходных данных книги содержится та же информация, что и на титульном листе, кроме того добавляется УДК, ББК, ISBN и число страниц в монографии. Главное отличие предисловия от введения состоит в том, что первое описывает цель работы и дает ее краткое описание, а второе отмечает актуальность, методику, особенности авторских подходов и основные вопросы, рассмотренные в монографии. Первая глава представляет собой литературный обзор уже имеющихся публикаций по теме исследования. Остальные главы выделяются по логическому принципу в зависимости от темы, так же отмечаются те ее аспекты, которые еще не изучены или изучены не до конца. В заключении повторно кратко перечисляются основные факты, идеи и мысли, полученные и сформулированные в ходе работы.

Еще одно отличие монографии от научной статьи состоит в обязательном наличии рецензентов, в то время как для научной статьи они необходимы только в случае публикации в определенных научных журналах. Также существует рекомендуемый для монографии тираж, который составляет не менее 500 экземпляров.

Могут быть приведены следующие примеры монографий на английском языке, посвященных нанотехнологиям и оптоволоконной технике: *Fiber Optic Sensors: Fundamentals and Applications, Fourth*

Edition (David A. Krohn; Trevor W. MacDougall; Alexis Mendez), опубликованная в 2015 г., и The Wonder of Nanotechnology: Quantum Optoelectronic Devices and Applications (Manijeh Razeghi; Leo Esaki; Klaus von Klitzing), опубликованная в 2013 г.

Таким образом, жанры «научная статья» и «монография» являются специфическими динамическими моделями структурно-композиционной и языковой организации, которая формируется экстралингвистическими факторами коммуникации, и выступают разновидностями научно-технического дискурса. Научная статья и монография являются первичными жанрами, каждый из которых имеет свои особенности (объем, структуру, содержание). Наиболее широко представлен жанр «научная статья», в частности в научных журналах, посвященных нанотехнологиям и оптоволоконной технике.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Аликаев Р. С. Язык науки в парадигме современной лингвистики. – Нальчик: Эль-Фа, 1999. – 317 с.
- Большая советская энциклопедия (БСЭ). – М.: Советская энциклопедия, 1974. – Том 16. – 616 с.
- Будасси Э. В. Популяризация как форма обработки научно-технической информации (на материале немецкоязычных монотематических популярных журналов по авиации и космонавтике): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: Высшая школа, 1992. – 29 с.
- Гринев С. С. Введение в лингвистику текста. – М., 1998. – 57 с.
- Карасик В. И. О типах дискурса. // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
- Карасик В. И. Этнокультурные типы институционального дискурса // Этнокультурная специфика речевой деятельности: сб. обзоров. – М., 2000. – С. 37–63.
- Крижановская Е. М. Коммуникативный блок как единица смысловой структуры научного текста // Очерки истории научного стиля русского литературного языка XVIII–XX вв. – Пермь, 1996. – Том II. – С. 282–330.
- Мешман Л. И. Композиционно-смысловая организация текста английской научной статьи // Функциональные стили и преподавание иностранных языков. – М.: Наука, 1982. – С. 14–21.
- Михайлова Е. В. Интертекстуальность в научном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 1999. – 22 с.
- Новиков А. М. Как написать монографию // Специалист. – 2012. – № 10. – С. 3–10.
- Попова Т. Г. Параметры научно-технической статьи (на материале испанского языка) // Вестник ОГУ. – Оренбург: ОГУ, 2014. – С. 149–153.
- Чернявская В. Е. Интертекстуальность как текстообразующая категория в научной коммуникации: дисс. ... докт. филол. наук. – М., 2000. – 510 с.
- Day R. Cymo escribir y publicar trabajos cientificos. – Washington: Organizaciyn Panamericana de la Salud, 1990. – № 526. – pp. 8–34.
- Van Dijk T. A. La ciencia del texto: un enfoque interdisciplinario. – Barcelona: Buenos Aires México: Paidos, 1989. – 309 p.

УДК 81'42-053.2=111

## Когнитивно-референциальные характеристики антропоморфизма детских художественных текстов (на материале английского языка)

КУЗЬМИНА И. С.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию художественного текста для детей на стыке двух наук – лингвистики текста и когнитивной лингвистики. В статье осуществляется попытка дать характеристику антропоморфизма детских художественных текстов в аспекте его когнитивно-референциальной природы.

**Ключевые слова:** детский художественный текст, когнитивный, референциальный, антропоморфный, персонаж.

## Cognitive-Referential Characteristics of Anthropomorphism of Children's Fiction: an English-Based Study

KUZMINA I. S.

*Mordovia State University*

**Abstract.** *This article considers the research of the literary text for children in the interdisciplinary aspect – text linguistics and cognitive linguistics. The article makes an attempt to characterize the anthropomorphism of children's literary texts in terms of its cognitive-referential nature.*

**Keywords:** *children literary text, cognitive, referential, anthropomorphic, character.*

Как известно, произведения, адресованные детям, по своей тематике, стилю и функциям, отличаются от произведений, рассчитанных на взрослого читателя. В связи с этим Д. Е. Емец высказывает мнение, что принцип усвоения ребенком знаний и форма восприятия его сознанием информации требует от детской литературы не только определенных жанров, но и, прежде всего особого отражения действительности [Емец 2001: 9]. Изменение угла зрения на действительность приводит к смещению акцентов в содержании произведения, возникает необходимость в применении особых принципов и приемов текстопостроения. Одним из таких принципов становится антропоморфизм, который присущ, например, многим английским литературным сказкам о животных [Садовская 2008: 110], а именно приписывание человеческих черт и качеств нечеловеческим существам, неодушевленным объектам, а также естественным или сверхъестественным явлениям.

Своеобразное апеллирование к реальному миру, проявляющееся в конструировании фантазийных миров, а также в их совмещении в пределах детского текста, свидетельствует о специфике его референциальной природы. В свою очередь, такая отсылка к реальному миру не может не опираться на определённый уровень знаний маленького читателя, что в своей совокупности указывает на глубинную связь когниции и референции, реализующуюся при текстопостроении в самых разнообразных проявлениях. По отношению к детскому тексту представляется естественным заключение, что текстовую референцию вполне правомерно рассматривать как элемент когнитивной стратегии текста, поскольку, создавая художественный текст, автор непременно реализует в нем акт познания мира.

Как правило, повествование в детском тексте происходит либо в мире реальном, либо в фантазийном, но и в том и в другом случае в тексте обязательно присутствует какой-либо персонаж (или несколько персонажей), взятых из реального мира. Это свидетельствует о том, что автор, создавая текст, не мыслит его существования вне данной реальности. Вводя в канву своего повествования вымышленных персонажей или вымышленный мир, он не отрывает его полностью от мира реального, а лишь соотносит свой вымышленный мир (или вымышленных персонажей) с реальным миром и с реальными персонажами.

В детских текстах авторы наделяют вымышленных и реальных персонажей свойствами, качествами и способностями, которые не присущи им в реальной действительности. Одной из таких особенностей, которой отличаются герои детских текстов от своих реальных прототипов, является их способность говорить и действовать как человек. Как известно, процесс речепроизводства осуществляется определёнными механизмами, одним из которых, по мнению И. В. Коровиной [2010: 332], является референция. В связи с этим авторы детских текстов щедро наделяют речью практически всех персонажей, как одушевленных (животные), так и неодушевленных (ветер, цветы, реки, статуи, зеркала и т. д.)

Говорящие животные – типичное явление детского текста, однако важно иметь в виду их численное присутствие в тексте того или иного конкретного произведения. Насыщая ими текст, автор создает желательный для ребёнка эффект общения, который оптимизирует главную когнитивную функцию детского рассказа. Нельзя не обратить внимания на то, о чем говорят животные. Разумеется, они долж-

ны «двигать сюжет» и поэтому произносят необходимые в этой связи реплики. Однако попутно они произносят и такие фразы, которые ребёнок в ненавязчивой форме усваивает особенно легко. Например, они приветствуют друг друга, добавляя что-нибудь для продолжения беседы:

**“Good morning, Jerry Muskrat. You’re out early this morning,”** replied Grandfather Frog” [Burgess 1993: 7];

желают друг другу спокойной ночи:

**“Good night”, said Jimmy Skunk** as he began to climb the Crooked Little Path up the hill to his own snug little home” [Burgess 1994: 57];

приглашают друг друга заняться чем-либо:

**“Come down to the Green Meadows with us”, said Bobby Coon and Reddy Fox**” [Burgess 1994: 54].

Автор помогает своим читателям не только в доступной для их понимания форме понять и изучить мир животных, но и научиться общаться в реальном человеческом мире.

При этом автор наделяет речью практически всех персонажей, как одушевленных (животные), так и неодушевленных (ветер, природа и т. д.). В детских текстах можно встретить примеры, когда они все общаются между собой. Например:

(1) **“Who are you?” asked the Scarecrow** when he stretched himself and yawned, **“and where are you going?”** [Baum 2004: 26];

(2) **“We can talk,” said the Tiger-lily:** “when there’s anybody worth talking to” [Carroll 1994: 32].

Авторы, наделяя человеческой речью разные объекты мира и тем самым, приближая их к вымышленному референтному полю, не позволяют маленькому читателю полностью оторваться от реального мира, время от времени давая понять, что, в частности, животные, общаются, тем не менее, по-своему. Авторы вводят в текст фрагменты собственной «речи» животных, с помощью которых они, усиливают референтный блок текста. Например:

(1) **“Sssss! Have they ever called me that?” said Kaa** [Kipling 2003: 42];

(2) **“Huah! Ouach! Ugh!”** said the bullocks. “Let us get away quickly” [Kipling 2003: 177].

Характерно, что при этом некоторые звукоподражательные слова выделяются в текстах графически (как видно из приведенных выше примеров), для того чтобы еще больше обратить внимание читателя на то, что этим персонажам в реальном мире говорить несвойственно.

Для повышения когнитивного потенциала текстов, в которых персонажами являются животные, авторам приходится более активно внедрять параметры антропоморфизма, приближая животных к референтному полю человека, которое знакомо его читателю. Затем через посредство этого референтного поля авторы сообщают читателю новую, познавательную информацию. Так, например, авторы говорят, что некоторых животных все боятся:

**“Then Peter Rabbit scampered away to find Jimmy Skunk and Bobby Coon and Happy Jack Squirrel to tell them all about how Reddy Fox had run away from Johnny Chuck, for you see they were all a little afraid of Reddy Fox.”** [Burgess 1994: 13].

Еще более познавательным является фрагмент текста, где говорится, что некоторые животные ведут ночной образ жизни, в то время как другие спят:

**“People who have been out all night,” said Johnny Chuck, who himself always goes to bed with the sun**” [Burgess 1994: 20].

Авторы также сообщают читателю информацию о привычках и характере животных, например:

(1) **“..., for most of the time Sammy Jay was an idle fellow”** [Burgess 1994: 45];

(2) **“Johnny Chuck is naturally lazy”** [Burgess 1994: 77].

Особая модель текстовой референции продуцируется авторами в том случае, когда они, описывая своих персонажей-животных, характеризуют их через сравнение с якобы известными им маленькими детьми. Так, например, Торнтон Бергес (Thornton Burgess) в рассказе “The Adventures of Johnny Chuck” сравнивает непослушного сурка Джонни с маленькими мальчиками, хорошо ему знакомыми:

“He had wandered quite a long way from his snug little house in the long meadow grass, **although his mother had told him never to go out of sight of the door. But Johnny was like some little boys I know, and forgot all he had been told**” [Burgess 1994: 9].

Такое построение текстового фрагмента предполагает соответствующее умозаключение, когнитивную операцию, которую должен совершить маленький читатель, сделав вывод, что о мамином запрете лучше не забывать.

В другом рассказе Торнтон Бергес сообщает своим читателям, что сурку Джонни нельзя играть с лисой, потому что она плохая:

“Johnny Chuck pretended not to hear. **His mother had told him not to play with Reddy Fox, for Reddy was a bad boy**” [Burgess 1994: 25].

Автор основывается на знакомой ребенку ситуации, когда родители запрещают ему дружить с кем-либо, и создает тем самым понятный для ребёнка коммуникативный контекст. Он усиливает его тем, что повторяет соответствующий запрет, воспроизводя характерную ситуацию общения детей и родителей, когда внушение ребёнку приходится делать неоднократно:

“Can’t,” said Johnny Chuck, because, you know, **his mother had told him not to play with Reddy Fox**” [Burgess 1994: 25].

Иногда авторы не просто сообщают читателю информацию, а предоставляют ему право самому ее добыть, побуждая мыслить и заставляя додумываться до какого-то вывода. Ведя нить повествования, авторы неожиданно задают читателю вопрос, но, учитывая его возраст и малый когнитивный опыт, они не ждут от него ответа, а сами дают его, однако вопрос, тем не менее, успевает послать когнитивный импульс маленькому читателю. Например:

“Reddy Fox jumped on the Big Rock in the middle of the Laughing Brook and peeped over the other side. **What do you think he saw? Why, right down below in a Dear Little Pool were Mr. and Mrs. Trout and all the little Trouts**” [Burgess 1994: 26].

Иногда автор сообщает своему маленькому читателю предостерегающую или запрещающую информацию о том, чего ему ни в коем случае не следует делать. В письменном тексте используются даже графические источники информации, например, капитализация:

“To risk your life unless there’s need  
Is downright foolishness indeed.  
**NEVER FORGET THAT**” [Burgess 1994: 5].

В целом, наиболее типичным приемом построения детского текста является манипулирование референциальными признаками, которые могут подаваться в тесном переплетении, то, напоминая читателю о реальном, знакомом ему мире людей, то, связывая этот мир с миром животных, о котором попутно сообщается познавательная информация. Описывая, например, дом сурка Джонни, Торнтон Бергес упоминает различные детали интерьера, свойственные строениям людей, не забывая при этом отметить некоторые детали жилищ животных:

“He made a long hall down to the snugest of bedrooms, **deep, deep down under ground**. Then he made a long back hall, and all **the sand** from this he carried out the front way. By and by he made a back door at the end of the back hall, and it opened right behind a **big stone** fallen from a big stone wall. You would never have guessed that there was a back door there” [Burgess 1994: 51–52].



Ещё более очевиден упомянутый референциальный приём при описании внешнего вида персонажей-животных, когда авторы активно апеллируют к феномену одежды. Авторы, оставляя своих персонажей в их собственной шкуре, уподобляют её человеческой одежде:

**“Johnny Chuck had begun to think about his clothes. ... thinking about how he looked and wishing that he had a handsomer coat. For the first time in all his life he began to envy Reddy Fox, because of the beautiful red coat ....”** [Burgess 1994: 38].

Приближая, таким образом, «одежду» своих персонажей к одежде людей, авторы сообщают читателям информацию о внешнем виде животных, о том, какого они цвета, как следят за своим внешним видом и заботятся о своей шкурке, например:

**“It seemed to Johnny that his own coat was so plain and so dull that no one would look at it twice. Besides it was torn now ... Johnny smoothed it down and brushed it carefully and tried to make himself look as spick and span as he knew how”** [Burgess 1994: 38].

Тем не менее, некоторые авторы детских произведений одевают своих персонажей-животных в одежду для людей:

**“Alice started to her feet, for it flashed across her mind that she had never before seen a rabbit with either a waistcoat-pocket, or a watch to take out of it...”** [Carroll 1994: 12].

В таких произведениях когнитивный потенциал текста несколько ниже, поскольку авторы не дают адресату текста достоверной информации о жизни животных. Однако подобные тексты отличает большая степень антропоцентричности, поскольку, одевая персонажей в человеческую одежду, автор, тем самым, ставит их на одну ступень с человеком, очеловечивает их.

Авторы, наделяя своих персонажей качествами и способностями, свойственными человеку, не лишают тем самым персонажей-животных их качеств и способностей. Они соединяют в своих персонажах качества человека и животных, создавая, таким образом, особенный, фантазийный мир, имеющий, тем не менее, много общего с миром реальным. Это правдоподобие достигается благодаря тому, что авторы, реализуя собственный замысел при создании произведения, вербализуют и определенные знания о реальном мире. В итоге всё текстопостроение детского текста осуществляется через когнитивно-референциальную призму, сообщающую текстовому построению постоянную корреляцию конструируемых автором миров, основывающихся как на имеющемся, так и на новом знании. Вводя в ткань своего повествования разных представителей животного и растительного мира, о которых ребенок может еще ничего не знать, авторы, так или иначе, координируют их с уже имеющимися у ребенка знаниями, тем самым, дополняя его знания новой, познавательной информацией.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Емец Д. А. Произведения для детей и о детях в творчестве русских писателей второй половины XIX века: (К. Д. Ушинский, Л. Н. Толстой, А. П. Чехов, А. И. Куприн). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://literatura1.narod.ru/texts2/posl\\_tr.html](http://literatura1.narod.ru/texts2/posl_tr.html)
- Коровина И. В. Соотношение понятий «знак», «референт», «денотат» и «концепт» как основных элементов референции // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2010. – № 4 (1). – С. 332–336.
- Садовская Н. Д. Сравнительные конструкции с компонентом «прекрасное» в английской литературной сказке о животных // Вестник ВГУ: Серия лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 3. – С. 109–113.
- Baum, L.F. The Wonderful Wizard of Oz / L.F. Baum. – М.: Юпитер-Интер, 2004. – 196 p.
- Burgess, T.W. The Adventures of Jimmy Skunk. – New York, Dover Publications, Inc., 1994. – 88 p.
- Burgess, T.W. The Adventures of Johnny Chuck. – New York, Dover Publications, Inc., 1994. – 88 p.
- Burgess, T.W. The Adventures of Jerry Muskrat. – New York, Dover Publications, Inc., 1993. – 90 p.
- Carroll, L. Alice's Adventures in Wonderland. – London: Penguin Popular Classics, 1994. – 160 p.
- Carroll, L. Through the Looking Glass. – London: Penguin Popular Classics, 1994. – 176 p.
- Kipling, R. The First Jungle Book. – М.: Юпитер-Интер, 2003. – 188 p.

## Модули фатической функции

КУЛЬНИНА Е. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Фатическая (ФФ) и коммуникативная (КФ) функции образуют единое целое в процессе информационного обмена между людьми. ФФ как особая составная часть КФ позволяет создавать и оформлять информативные сообщения при помощи многочисленных специальных средств выражения. В данной функции потенциально заложено обращение к последующим единицам высказывания. Установление «контакта» между ними происходит в соответствии с модулями ФФ.

**Ключевые слова:** коммуникация, генеративный синтаксис, контактоустановление, фатический акт, семантическая незавершенность.

## The Modules of the Phatic Function

KULNINA E. A.

Mordovia State University

**Abstract.** The phatic and communicative functions form a single whole by information exchange between people. The phatic function as a special component of communicative function helps creating and forming the informative propositions by the use of many special means of expression. In this function an appeal to the next units in the proposition is laid potentially. The establishment of a "contact" between them is in accordance with the modules of the phatic function.

**Keywords:** communication, generative syntax, contactonline, semantic incompleteness, phatic act.

Фатической функции (ФФ) в современной лингвистике уделяется незаслуженно мало внимания. Вместе с тем данная функция является неотъемлемой частью коммуникативной функции, и её целесообразно рассматривать как новый тип использования языка, при котором узы общности создаются посредством простого обмена словами, функционирующими как способ действия при средствах передачи мысли. Необходимо подчеркнуть, что ФФ и коммуникативная функция образуют единое целое в процессе информационного обмена между людьми. Нельзя осуществить фатический акт, не являющийся когнитивным, и наоборот. ФФ как особая составная часть КФ позволяет создавать и оформлять информативные сообщения при помощи многочисленных специальных средств выражения, а не только тех, которые способствуют установлению контакта в диалоге. Решая проблему построения когнитивного пропозиционального высказывания, в соответствии с языковыми нормами конкретного языка, ФФ не замыкается на коммуникантах, а экстраполирует свои особенности на построение языковых единиц. В данной функции потенциально заложено обращение к последующим единицам высказывания. Установление «контакта» между ними происходит в соответствии с модулями ФФ. Под модулями понимаются особо важные коэффициенты или величины ФФ. За основу модулей ФФ принимаются принципы генеративного синтаксиса. Набор модулей ФФ выглядит следующим образом:

- 1) построение больших фраз на основе детерминирующих структур (D-Struktur);
- 2) х-бар-теория (X-Bar-theorie);
- 3) тета-теория (Theta-theorie);
- 4) move- $\alpha$ -теория (move- $\alpha$ -theorie: Bewegungsregel);
- 5) принцип «коммандо» (Prinzip: C-kommando);
- 6) падежное указание (Kasuzuweisung);
- 7) теория связи (Bindungstheorie).

Современная лингвистика понимает язык как знаковую систему с четко выделяемыми структурными элементами (единицами языка, их классами). При этом основной акцент делается на том, что элементы не изолированы друг от друга, а находятся в определенных отношениях между собой, взаимодействуют, взаимообуславливают и взаимозависят друг от друга в рамках целостного образования. Структура – это «типы отношений, на основе которых сочетаются друг с другом единицы определенного уровня» [Бенвенист 2002: 24]. Причем «элементы образуют ряды и обнаруживают особый в каждом языке порядок. Это и есть структура, каждая часть которой существует лишь благодаря целому, в свою очередь существующему лишь в совокупности своих составных частей» [Бенвенист 2002: 38]. Любая единица языка, таким образом, тяготея к другой, дает движение, закономерности которого определяют перечисленными выше модулями.

Построение больших фраз возможно только на основе детерминирующих структур, в которых заложены как грамматические отношения и функции синтаксических элементов, так и вся информация, необходимая для осуществления трансформаций. Так часто широкозначные абстрактные существительные для конкретизации значения в рамках когнитивного высказывания требуют продолжения в виде инфинитивных групп или придаточных предложений.

На уровне детерминирующих структур эффективны х-бар-теория и тета-теория. Это означает, что на данном уровне важны как синтаксические категории, так и семантические роли.

Х-бар-теория представляет собой концепт для ограничения формы внеконтекстных правил построения фраз. Теория исходит из следующих положений: а) все синтаксически комплексные категории во всех языках построены по единым универсальным структурным принципам; б) все лексические категории определяются на основе ограниченного набора универсальных синтаксических признаков; в) все синтаксические категории подразделяются в соответствии с различными комплексными уровнями [Bussmann 1990: 862]. «Бар» (X) в названии данной теории не является знаком формального отрицания, а обозначает соответствующий уровень проекции (то есть соответствующий уровень репрезентации в синтаксической структуре) элемента X. «X» в данном случае – грамматическая категория, ядро (Kopf). В роли ядра выступает та часть синтаксической единицы, благодаря которой она определяется в своей категории: глагол является ядром глагольной фразы, имя существительное – номинальной фразы. Сама фраза обозначается как максимальная проекция ядра. Каждая максимальная проекция может стать аргументом ядра, где аргументы – это те элементы, которые зависят от ядра. Каждый глагол обладает определенным количеством максимальных проекций [Hentschel/Weydt 2001: 423]. Все возможные правила построения фраз, согласно х-бар-теории, происходят от общей формы  $X^B \rightarrow \dots X^C \dots$ , где B и C – индексы для степени комплексности категорий X (причем  $X^C$  не может быть более сложной, чем  $X^B$ ). На основе данной теории строятся минимальные фразы:

*Gern studieren → gern am Institut studieren.*

Ядром данных фраз является глагол “studieren”, который управляет в первом случае зависимым “gern” и “gern” и “am Institut” – во втором случае.

Тета-теория касается указания семантических ролей, так называемых тематических или тета-ролей, тета-роли – это семантические функции агенса, темы или цели. Агенси – роль субъекта образует внешний аргумент глагола, в то время как остальные аргументы – внутренние. Различие связано с тем, что глагол управляет внутренними аргументами, а не субъектом. Сущность данной теории заключается в установлении взаимоотношений между тематической ролью и ее синтаксической реализацией в виде определенного аргумента предиката. Так называемые тета-критерии свидетельствуют о том, что каждой роли должен соответствовать один аргумент и наоборот, причем аргументы – это определенные референтные фразы, а не эксплетивные элементы.

Согласно тета-критерию такие предложения как

*Es spielten im Hof.* и *Es spielten fuenf Kinder im Hof das gelesene Buch.*

являются аграмматичными: первое в связи с недостатком одного аргумента, второе – по причине избытка одного аргумента.

Тета-теория выполняет роль связующего организма между высказываниями, расположенными линейно друг за другом во временном плане, создавая иерархическую систему высказывания.

На детерминирующих структурах, таким образом, могут быть установлены и структуры аргументов и тематических ролей.

Переход базовых структур в высказывания осуществляется в соответствии с основным правилом движения move-α. Данная теория показывает направление движения речевых единиц и осуществляет развертывание их в речевую цепь. Движение обуславливается лексическим значением категорий, входящих в соответствующую конструкцию [Lewandowski 1994: 223]. Фатумы, согласно данной теории, не предсказывают реального значения последующей единицы, а сигнализируют о семантической незавершенности структуры, о необходимости продолжения высказывания, продвижения мысли в нем. В следующих примерах сам глагол своим лексическим значением и грамматической формой подсказывает, что здесь должно быть движение вперед. Ср.:

*Ich fuerchte, daß er sie mit seinem Kunstenthusiasmus etwas quaelen wird.*

*Ich will nicht, daß eine Briest oder doch wenigstens eine Polterabendfigur mittelbar oder unmittelbar in einem fort von "Hoher Herr" spricht.*

Move-α как правило движения, которое выражает лишь основную возможность перемещения любого элемента на любое место, должно ограничиваться рядом дополнительных универсальных правил, с целью исключения аграмматичных конструкций. К таким правилам, кроме приведенного ранее тета-критерия (каждый аргумент выполняет одну тета-роль, каждая тета-роль выполняется одним аргументом, относятся также принцип проекций и падежное указание.

Принцип проекции гласит: репрезентации на синтаксическом уровне (уровень детерминирующих и предложенческих структур) проецируются лексиконом и соответствуют субкатегоризированным свойствам лексических единиц. Это означает: при необходимости соответствующие синтаксические дополнения должны появляться на каждом уровне, занимая «пустые места».

*Du tust ja so, als haettest du dies fuer mich geschrieben.*

Падежное указание, основанное на управлении, обуславливается тем, что некоторые лексические категории в конкретных структурах требуют определенного падежа. Падежный фильтр препятствует фонетической реализации номинальной фразы на том месте, которое не управляется падежом. Среди управляемых падежом категорий они называют глагол, имя существительное, прилагательное и предлог. Падежное указание, по Х. Бусман [Bussmann 1990: 370–371], различает:

а) падеж, зависимый от лексем (лексический):

*Andreas half diesem <sup>(D)</sup> schoenen Maedchen gern.*

*"Ich gratuliere dir<sup>(D)</sup>", – sagte er leise.*

б) такие падежи, которые зависят от тематической роли их носителей (имманентный):

*Sie hatte den besten, den <sup>A</sup> liebsten Mann am <sup>D</sup>. Arm und genöß eine kostbare Stunde.*

в) падеж, зависимый от определенной грамматической функции, то есть от определенной позиции, не идентифицируемый ни с какой тематической ролью (структурный):

*Sie erkannten aus Herrn Hoppes Rede, daß nicht nur das Pulver zum Erstaunen war, sondern auch die Produktion.*

Границы или барьеры для падежного указания содержатся в х-бар-теории. Каждое движение элемента, на уровне предложенческих структур оставляет свой «след» на прежнем месте. Следы относятся к классу пустых категорий. Для описания признаков и условий следов необходимо ввести два понятия, которые дали название теориям: управление и связь.

Понятие управления, регулирующее взаимоотношения языковых единиц в рамках предложениеских структур, основывается на традиционном представлении, что определенные элементы (обычно лексические единицы в позиции ядра) оказывают влияние на другие элементы.

Так, например, в основе внутренней тета-маркировки и субкатегоризации лежит управление. Управление имеет локальные ограничения, это означает, что глагол не может управлять объектом в другом предложении.

Понятие управления является ведущим и в теории «коммандо». Ее суть заключается в следующем: конституент *X* «командует» отличным от него конституентом *Y* только в том случае, если а) первый основной узел доминирует над *X* и *Y*; б) *X* не доминирует над *Y*; в) *Y* не доминирует над *X*. Это означает, что первый основной узел является ядром, *X* и *Y* – его депенденты.

Во фразе *in dem Buch* предлог “in” командует фразой “dem Buch” и ее частями, “dem”, “Buch”, но не “in”.

Теория связи контролирует отношения между языковыми единицами и их антецедентами.

Антецедент связывает кореферентную с ним фразу в том случае, если она управляется антецедентом.

Связь компонентов является необходимым условием построения грамматически корректных высказываний. Ее действие, в отличие от управления, может выходить за пределы микроконтекста (предложения) и распространяться на макроконтекст. Ср.:

*Andreas ist krank, darum koennen wir nicht daran teilnehmen.*

*Jutta war recht stolz. Indessen schien Sabine eher bescheiden.*

Все представленные теории взаимосвязаны; в зависимости от объема фразы одна доминирует над другой. Занимаясь построением фраз и высказываний, каждая из данных теорий проявляет свою предиктабельность и, таким образом, является важной для ФФ.

Фатические высказывания в рамках приведенных модулей являются средствами языковой системы необходимыми для продолжения речевого акта, для развития эпической функции текста.

*Erstens ist es mein Mieter, und zweitens bin ich gluecklich und beinahe stolz, die drei Treppen so gut noch steigen zu koennen.*

*Man wollte wissen, daß sie am einem Buch ueber Rom arbeite.*

*“Haben Sie mit Ihrem Vater jemals ueber Ihre Gefuehle gesprochen?”*

*“Nein. Wozu auch?”*

*“Sie haetten es fuer sich tun koennen”.*

Данные примеры показывают справедливость приведенных выше утверждений. Появление “*erstens*” предвосхищает соответственно появление “*zweitens*”. Модальный глагол, имея грамматическое значение требует продолжения в виде смыслового глагола. Вопросительное предложение в диалоге, построенное согласно модулям ФФ, (функциональный глагол → основной глагол) прогнозирует ответную реакцию. Вопрос, содержащийся в ответной реплике, способствует дальнейшему развитию темы. Средства ФФ, таким образом, позволяют не только запрашивать, но и продолжать информацию, благодаря чему избегается эвазия и информационное пространство не нарушается, то есть фатумы способствуют осуществлению коммуникации.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: УРСС, 2002. – 448 с.  
 Busmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. – Stuttgart, 1990. – 904 S.  
 Fontane T. Effi Briest. – Berlin, 2006. – 288 S.  
 Hentschel E., Weydt H. Handbuch der deutschen Grammatik. – Berlin, 2001. – 454 S.  
 Lewandowski L. Linguistisches Woerterbuch: in 3 Bd. – Wiesbaden, 1994. – 1292 S.



## Номинация событийных отношений в предложениях с несвободным сочетанием слов

КРУЧИНКИНА Н. Д.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Событийные отношения в пропозициональных конструктах с лексически несвободным сочетанием слов глагольного ядра функционально оформляются по аналогии с конструктами со свободным сочетанием слов. Глагольный предикат при этом может редуцировать некоторые избыточные семантические признаки.

**Ключевые слова:** несвободное сочетание слов, свободное сочетание слов, сочетаемость, конструкт, предложение.

## Nomination of Eventfulness Relations in Sentences with Non-Free Combination of Words

KRUCHINKINA N. D.

Mordovia State University

**Abstract.** Event-related attitudes in propositional constructs with lexically non-free combination of words verbal core functionally executed by analogy with the constructs with the free combination of words. Verbal predicate thus may reduce some redundant semantic attributes.

**Keywords:** non-free combination of words, free combination of words, compatibility, construct, sentence.

Анализ структурно-семантических отношений между компонентами пропозитивных и непропозитивных конструктивных образований, включающих, так называемые несвободные сочетания слов, на наш взгляд, должен вызывать не меньший, а, может быть, и больший интерес, чем исследование такого рода отношений в свободных сочетаниях слов. Однако, несвободные сочетания слов в рамках предикатных отношений в предложении фактически все еще не являются предметом специальных исследований лингвистов, хотя они представляют интереснейший объект исследования и последующего описания. В. Н. Телия на этот счет вполне справедливо заметила в свое время, что семантический аспект сочетаемости слов и фразеологическая сочетаемость должны изучаться на базе общих семантико-синтаксических закономерностей сочетаемости слов [Телия 1976: 254]. Аргументацию тактики таких исследований В. Н. Телия находит у академика Л. В. Щербы, слова которого приводит в своей статье: исходить при этом «придется из мыслей, подлежащих выражению, а не из оборотов» [Там же].

С этим направлением в изучении несвободных сочетаний слов, т.е. синтаксических конструктов с лексической связанностью сочетаемости, трудно не согласиться. Лексически несвободные сочетания слов, отличаясь от свободных по характеру номинации конститuentов, подчиняются тем же закономерностям формально-синтаксической и структурно-семантической сочетаемости конститuentов, что и синтаксические конструкты с лексически свободной сочетаемостью. Иными словами, несвободные сочетания слов с точки зрения формального синтаксиса формируются на базе закономерностей грамматической сочетаемости лексем.

Это объясняется тем, что синтаксическое конструирование глагольных структур с лексической связанностью сочетаемости лексем происходит по аналогии с конструированием глагольных структур со свободной лексической сочетаемостью.

Роль аналогии чрезвычайно важна во всех науках. Поэтому о принципе аналогии говорят и логики, и психолингвисты, и лингвисты [Saussure 1995: 221–237; Уемов 1970; 1971: 87–139; Батороев 1981;

Урысон 2003; Кустова 2004: 54–57, 305–308, 408; Itkonen 2005; Кручинкина 2009а: 94–95; 2009в: 80–81; 2010: 60–63].

Выявление аналогии подразумевает когнитивную деятельность сравнения в процессе восприятия языковой личностью объективной действительности, поэтому Ф. де Соссюр считает аналогией и принципом и явлением [Соссюр 1977: 197, 199]. Е. Итконен в своем труде также уделяет большое внимание когнитивному этапу, сопряженному с синтезирующей деятельностью языкового сознания, в ходе которого происходит отождествление аспектов содержательной стороны воспринимаемого, чтобы затем перейти к изоморфному оформлению означающей стороны. Для этого лингвиста аналогия представляет объект описания как структура и как процесс [Itkonen 2005]. Если в анализируемом означаемом обнаружены дифференциальные признаки, аналогичные дифференциальным признакам какого-то другого явления, происходит изоморфная презентация означающего. Дифференциальные признаки тогда становятся интегрирующими, объединяющими языковые феномены по означаемому. В факте оформления изоморфных означающих для аналогичных феноменов при номинации означаемых мы находим также и влияние принципа языковой экономии [Кручинкина 2009б: 153–156].

В. Н. Телия в несвободных сочетаниях слов выделяет три аспекта: лексический, семантический и семантико-лексический [Телия 1976: 247]. Нас интересует в не меньшей мере функционально-синтаксический аспект, актуализирующий отраженную событийную функциональность.

В пропозитивных синтагмах с несвободным сочетанием слов в принципе имеют место те же функциональные закономерности оформления событийных отношений, что и в пропозитивных синтагмах со свободной лексической сочетаемостью лексем. Если отражаемое событие имеет, например, трех участников, то и в пропозитивной синтагме с несвободной лексической сочетаемостью лексем они представлены тем же количеством участников: Cf.: ... *est-ce que tu peux me prêter cent francs* ?(DFLE). *Fais-lui le café!* /... il lui *prêtait attention*... (Sagan). *Jean... leur fit signe de la main*... (Sagan).

В номинациях с несвободным сочетанием слов один из участников может быть с осложненной семантикой: вместо имени предмета он может именовать в свернутом виде целое событие, например, в форме имени действия, состояния: *Ça me fait de la peine de te voir comme ça* (DLFE). *Le sel donne soif* (DLFE) ... *j'ai pris l'habitude de fumer*... (DLFE). *Cette nouvelle jeta le trouble dans le pays* (DF). *Sa mort jeta la famille dans le désespoir* (DF).

Стоит при этом обратить внимание на взаимовлияние лексико-семантического содержания глагола и его постпозитивного окружения. В первую очередь речь идет о втором актанте – прямом дополнении, с которым глагол-предикат связывает наиболее сильное управление. Глагол определенного лексико-семантического содержания структурирует прямопереходную конструкцию. Но и сам глагол испытывает влияние лексико-грамматического и семантического содержания синтаксически зависимого от него актанта. Лексико-грамматическое и семантическое содержание второго актанта влияет на актуализацию того или иного лексико-семантического содержания глагола. Например, глаголы конкретного физического действия *lancer*, *jeter*, *prêter*, *casser*, *couper* и многие другие для актуализации этого парадигматического лексического значения должны проявить себя в прямопереходной конструкции со вторым актантом – неантропонином, существительным, обозначающим конкретный предмет: *lancer le javelot*, *jeter une pierre*, *casser la vitre*, *couper le pain*, *prêter un stylo*. В том же случае, когда семантика второго актанта меняется: если имя обозначает не конкретный предмет, а, например, номинализованное действие (*lancer des injures à un importun*, *jeter des regards sur son partenaire*), в том числе и речевое, звуковое (*donner des ordres aux soldats*, *jeter des cris aigus*), конструкция теряет свободный характер сочетаемости. Такая сочетаемость глагола-предиката с актантом приобретает лексически связанный характер, а появившиеся в новом постглагольном окружении новые компоненты значения благодаря действию принципа семантического согласования [Кручинкина 2009: 19–26] вносят в глагол нейтрализацию одних компонентов значения и выход на первый план других: имеет место своего рода регрессивная ассимиляция значения.

Проанализируем лексико-грамматические и лексико-семантические комбинации полнозначного глагола *donner*. Для актуализации своего предметного парадигматического лексического значения этот глагол в качестве второго актанта имеет предметное существительное: *donner des bonbons aux enfants, donner un livre au garçon*. Это пример свободного сочетания лексем. В том же случае, если в роли второго актанта употребляется неантропоним со значением действия, свойства, другого отвлеченного понятия, конструкция приобретает характер несвободного сочетания слов: *donner des coups, donner du courage, donner du mal, donner la mort, donner le goût, donner un baiser, donner la vie à quelqu'un*.

Анализ лексико-грамматической и семантической сочетаемости других полнозначных глаголов выявляет ту же закономерность: *prendre le stylo de ses mains, rendre le livre à son possesseur, offrir des fleurs à sa mère / prendre une affaire en main, rendre la liberté à un prisonnier, rendre les honneurs à un ambassadeur, offrir son aide, offrir ses services à quelqu'un*. Об этой закономерности вполне определенно сказано в работах В. Г. Гака: согласно его определению, глагольное словосочетание обретает статус несвободного сочетания слов в том случае, если зависимое существительное обозначает не конкретный предмет, а «отвлеченное понятие, качество, действие, либо, обозначая конкретное понятие, используется фигурально» [Гак 1966: 238].

Что представляет собой несвободная сочетаемость слов в плане грамматическом? Очевидно, если следовать определению несвободных сочетаний слов В. Г. Гака, необходимо признать по меньшей мере 2 типа несвободных сочетаний слов. Они отличаются друг от друга по степени семантической спаянности конstituентов и по степени семантической полнозначности глагола: *Jean avait donné ce délai un peu au hasard...* (Sagan). *Aujourd'hui ce simple souvenir lui serrait le coeur* (Troyat). *... elle lui prit le pouls...* (Troyat). Cf.: *Tout à coup il vit Jean, à l'autre bout de la pièce, avec un groupe inconnu, qui leur fit signe de la main...* (Sagan). *Jean avait donné ce délai un peu au hasard pour montrer à Gilles qu'il lui prêtait attention...* (Sagan). *Et il lui donna un petit coup de pied dans les jambes* (Sagan).

Насколько это можно видеть из приведенных двух групп примеров, и те и другие сочетания характеризует сочетаемость глаголов с неконкретными именами существительными в роли одного из актантов. Но в первой группе примеров глагол сохраняет свою парадигматическую полнозначность, во второй группе он теряет часть своих семантических признаков, частично десемантизируется. В первой группе примеров глагол модифицирует свое первичное лексическое значение в связи с изменением лексико-грамматических характеристик и семантического содержания актантов, развивая вторичные лексические значения. При этом происходит своего рода метафоризация значения глагола. Во втором случае семантический акцент падает на синтаксически зависимый именной актант, глагол же, не теряя своего внутреннего значения, использует его в этих сочетаниях для актуализации семантического содержания именного компонента сочетания в заданных данной глагольной словоформой структурно-семантических параметрах. В этом случае происходит не модификация, филиация первичного парадигматического лексического значения глагола, как в первом случае, а его символизация, обобщение и, соответственно, грамматикализация. В этих сочетаниях глагол выступает не как лексически равноправный компонент в формировании семантического отношения между компонентами сочетания, а как полуслужебный элемент, в котором на первый план выступает его функция релятора. Так как нас интересует семантическая сторона производности слов, нам ближе точка зрения тех лингвистов, которые считают существительные типа *regard, envie* отглагольными производными, так как они представляют собой образования большей семантической сложности, чем соответствующие глаголы [Катагощина 1980: 22–28].

Каковы причины частичной десемантизации глагола? Действует ли в данном случае комплекс причин или одна причина? Очевидно, глагол во всей полноте своего семантического содержания становится избыточным в силу того, что синтаксически зависимое имя семантически обладает большей полнотой семантического содержания, чем подобный актант в несвободных сочетаниях слов сочетаниях слов. Чем же характеризуются синтаксические актанты несвободных сочетаний слов?

В ниже приведенных примерах в роли вторых актантов выступают отглагольные имена: *jeter le regard sur quelqu'un; donner envie à quelqu'un; donner rendez-vous à quelqu'un; faire confiance à quelqu'un; faire don à quelqu'un de quelque chose*. Семантически они сохраняют значение производящей части речи, т. е. значение действия. В субстантивной грамматической форме это номинализованное действие. Глагол при таком семантически насыщенном актанте (по оформлению существительное, а по сохранившейся семантике – имя действия) в силу семантического согласования ослабляет свое первичное семантическое содержание, утрачивает его спецификацию. И тогда в глаголе на первый план выступает его глагольная релятивная сущность: он усиливает свое структурирующее начало, становясь обобщенным знаком синтаксической функции и грамматическим категоризатором. Утрачивая свое первичное лексическое значение, глагол тем самым помогает избежать семантического перенасыщения в синтаксической конструкции [Гак 1977: 216–244]. Конструкция приобретает свойства своего рода аналитической конструкции синтаксического толка: глагол становится выразителем грамматических категорий, а именной конституент – носителем семантического содержания конструкции. Такие проявления синтагматической взаимосвязи в определенной мере соответствуют обозначению III. Балли произвольному взаимному обусловливанию [Балли 1955:172-175].

Вместе с тем в таких конструкциях сохраняется тот же характер глубинных семантических отношений, которыми характеризуются производящие конструкции со свободным сочетанием слов идентичной поверхностно-синтаксической структуры с той же глагольной словоформой: *donner un os à son chien/donner un coup de coude à son voisin; mettre la main sur le front/mettre quelqu'un dans le bon chemin*. Такие глагольные образования представляют собой расчлененную номинацию структуры определенной событийной структуры: референтная структура события находит эксплицитное выражение в расчлененной синтаксической структуре. В других синтагматических условиях та же структура событий может находить сжатое – синтетическое выражение, когда второй актант нерасчлененно представлен в самом глаголе: *poser des questions à quelqu'un = questionner quelqu'un; faire de la peine à quelqu'un = peiner quelqu'un; adresser la parole à quelqu'un = parler à quelqu'un; donner un coup de téléphone à quelqu'un = téléphoner à quelqu'un*.

Объектная валентность погашается в связи с тем, что она инкорпорируется в семантическую структуру значения глагола. Поэтому такие глагола на поверхностно-синтаксическом уровне эксплицируют только третий актант, который в результате синтаксической редукции второго актанта становятся косвенно-переходными глаголами. Этой особенностью семантической структуры таких глаголов можно объяснить и тот факт, что они не могут формировать аналитические образования, т. е. не могут выступать в роли синтаксически строевых элементов.

Несвободные сочетания слов характеризует транспозиция первичного лексического значения глагола, что связано с изменением его лексико-грамматического и семантического окружения. Так, для актуализации первичного лексического значения глагола *donner* – значения материальной передачи предмета от одного лица другому лицу, в качестве второго актанта необходимо имя предметного значения. При включении в качестве второго актанта имени информационного содержания глагол *donner* сохраняет свое основное функциональное значение адресации, но в зависимости от семантики второго актанта транспонирует свое первичное лексическое значение и начинает обозначать речевую адресацию, так как второй актант обозначает речевое действие, речевой процесс: *donner la réplique, donner des conseils à quelqu'un; donner à quelqu'un des nouvelles de quelqu'un*; или наделение качеством, свойством, состоянием, когда второй актант обозначает свойство, качество, состояние: *donner du mal; donner de la peine, donner du courage, donner du plaisir, donner confiance; donner faim à quelqu'un*; или каузацию определенного состояния: *donner la fièvre, donner le vertige, donner du souci, donner une maladie, donner le frisson à quelqu'un*.

Соответственно конкретному синтагматическому лексико-семантическому значению глагол вступает в различные синонимические отношения. В том случае, когда глагол *donner* выступает в значении



передачи речевого действия, он синонимичен глаголу *dire*. Подобная семантическая синсемантичность, свойственная глаголу *donner*, почти сводится к нулю у глагола *dire*. Возможно, это объясняется тем, что значение речевой адресации является производным от значения материальной передачи, одним из частных значений отношения материальной передачи, его семантическим вариантом.

Изменение типического семантического, лексико-грамматического и структурно-синтаксического окружения или одного из них непременно приводит к семантической транспозиции первичного лексического значения управляющего глагола или другой части речи в роли главного члена подчинительной конструкции, так как конкретное актуализируемое значение слова как носителя понятия проявляется в определенном окружении. В этом отношении несвободные сочетания слов в сравнении со свободными сочетаниями представляют несомненный интерес.

Анализ несвободных сочетаний слов показывает, что многие их структурно-семантические модели, которые в свою очередь представляют собой актуализацию в транспонированном виде моделей свободных сочетаний, весьма продуктивны и в этом отношении могут быть исследованы по примеру словообразовательных моделей. Недаром некоторые лингвисты предлагают подобный путь анализа несвободных сочетаний слов. Нам представляется, что в таком пути исследования инвариантных моделей и конкретных реализаций моделей фразообразования есть определенный смысл, хотя не следует выпускать из поля зрения тот факт, что это разноуровневые единицы, и что, следовательно, основа и слово, суффикс и словоформа не могут анализироваться без учета их языковой специфики.

Из примеров несвободных сочетаний слов с глаголом *donner* видно, что некоторые из них образуются по стереотипной семантической модели; 1) глагол + имя физического действия: *donner des coups, des caresses à quelqu'un* (возможны другие стереотипные образования: *donner une gifle, une claque à quelqu'un, donner une tape*); 2) глагол + имя речевого действия: *donner une réponse, donner des explications, donner le renseignement, donner l'ordre, donner des nouvelles à quelqu'un*; 3) глагол + имя физического состояния: *donner une maladie, donner la fièvre, donner le frisson, donner le vertige à quelqu'un*; 4) глагол + имя эмоционального состояния: *donner du mal, donner de la peine, donner du plaisir, donner de la joie à quelqu'un* и т. д.

В двухактантной структуре с другим семантическим отношением другой глагол может образовывать другие модели несвободных сочетаний слов, отличающиеся друг от друга семантикой актантов, соответственно вариантом значения или инвариантностью значения, различной степенью производности и т. д. Определение моделиобразующих факторов, границ каждой модели – все это не только проблемы лексико-семантического уровня языка, но и синтаксического, вернее, семантико-синтаксического уровня.

В. Г. Гак объясняет причины использования аналитических образований (в том числе и несвободных сочетаний слов) наряду или вместо синтетических образований эквивалентной семантики, обращая внимание на распространенность употребления во французском языке аналитических глагольных образований прямопереходного характера [Гак 1977: 222–234]. Автор связывает фактор частотности употребления таких конструкций во французском языке приверженностью данного языка к такого рода конструкциям. Это синтаксическое объяснение явления, восходящего, очевидно, к проблеме аналитического строя языка с его основными закономерностями.

В семантическом плане это употребление аналитических глагольных конструкций позволяет представить действие, состояние (при отглагольных именах в роли актантов) номинализовано, т. е. более обобщенно. А. Ломбар в своей широко известной работе отмечает, что употребление имени вместо глагола весьма характерно для французского языка, так как отвечает духу языка, его грамматическому характеру [Lombard 1930]. Семантическое насыщение имени, его семантико-грамматические возможности позволяют изменить и коммуникативную цель высказывания в комплексе с другими языковыми средствами [Гак 1977: 230–234; Катагощина 1980: 22–27].



Как пишет В. Г. Гак, аналитические глагольные образования используются и в том случае, если действие получает качественную характеристику. Французскому языку свойственно предпочитать в этом случае аналитические, а не синтетические образования: *Elle lui jeta un regard reconnaissant...* (Sagan). ... *il s'en rendit compte tout à coup, en voyant le regard gai et un peu ironique que lui lança Nathalie...* (Sagan). *Vous jetterez un coup d'oeil dans sa chambre, de temps à autre* (Troyat).

В определенной степени десемантизированный характер глагола в несвободных сочетаниях слов показывает возможность довольно свободной его замены на другой глагол-релятор с аналогичной структурно-семантической функцией, представляющий собой его стилистический структурно-семантический синоним. Особенно часто это происходит в разговорно-фамильярном стиле: *Ça me foutait un peu de bourdon* (Berteaut). Cf.: *Cela me faisait peur*. – ... *alors tu lui balances une gifle d'homme...* (Berteaut). Cf.: *Correctement, élégamment, Paul envoyait une gifle à Edith* (Berteaut).

В одном и том же контексте употребляются стилистически различные реляторы. Cf.: – *Quel monde enfant! hurla-t-elle, en lui lançant à la volée une gifle retentissante* (Bazin). Cf.: – *Une vraie corrida! Il lui a même filé une baffe* (Berteaut). Cf.: – *Et il me balance le nom de cette pocheteé* (Berteaut). – ... *et il me balance un de ces sourires distingués et froids à faire grelotter un ours blanc* (Berteaut). В данных примерах глаголы *fouter, balancer, lancer* употребляются синонимично нейтральным *donner* и *faire*.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. – М.: Изд-во лит. на иностр. яз., 1955. – 416 с.
- Батороев К. Б. Аналогии и модели в познании. – Новосибирск: Наука, 1981. – 320 с.
- Гак В. Г. Беседы о французском слове. – М.: Междунар. отношения, 1966. – 335 с.
- Гак В. Г. Сопоставительная лексикология. – М.: Междунар. отношения, 1977. – 264 с.
- Катагощина Н. А. Как образуются слова во французском языке. – М.: Просвещение, 1980. – 110 с.
- Кручинкина Н. Д. Реализация принципа аналогии в языковом оформлении функциональной структуры типовых событий // Известия ВГПУ. – 2010. – № 2 (46). – С. 60–63.
- Кручинкина Н. Д. Принцип аналогии в формировании инвариантов пропозитивных номинантов // V Междунар. науч. конф. «Язык, культура, общество». Тезисы докладов. Том 1. – М.: МИИЯ, 2009а. – С. 94–95.
- Кручинкина Н. Д. Речевая экономия в пропозитивных синтагмах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». – № 2 (36). – 2009б. – С. 153–156.
- Кручинкина Н. Д. Роль принципа аналогии в функциональном структурировании событийных знаков // Альманах современной науки и образования. «Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии и методика преподавания языка и литературы»: в 3-х ч. – Ч. 3. – 2009. – № 2 (21). – Тамбов: Тамбовский ГУ им. Г. Р. Державина. – С. 80–81.
- Кручинкина Н. Д. Семантическое согласование конstituентов пропозитивных синтагм // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 327. – С. 19–26.
- Кустова Г. И. Типы производных значений и механизмы языкового расширения. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 472 с.
- Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики // Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1977. – С. 7–285.
- Телия В. Н. Семантический аспект сочетаемости слов и фразеологическая сочетаемость // Принципы и методы семантических исследований. – М.: Наука, 1976. – С. 244–267.
- Уемов А. И. Логические основы метода моделирования. – М.: Мысль, 1971. – 311 с.
- Уемов А. И.. Аналогия в практике научного исследования. – М.: Наука, 1970. – 264 с.
- Урысон Е. В. Проблемы исследования языковой картины мира: Аналогия в семантике. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 224 с.
- (DF) Dictionnaire du français. – P.: Larousse, 1987. – 1095 p.
- (DFLE) Dictionnaire du français langue étrangère. Niveau 2. – P.: Larousse, 1979. – 1088 p.
- Itkonen E. Analogy as Structure and Process: Approaches in linguistics, cognitive psychology and philosophy of science. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2005. – 250 p.
- Lombard A. Les constructions nominales dans le français moderne. – Uppsala-Stokholm, 1930.
- Saussure de. F. Cours de linguistique générale. – P.: Payot, 1995. – 523 p.

## Творчество Э. Т. А. Гофмана в российской культуре XXI века

ЛАПТЕВА И. В.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье рассматривается символичность творчества Э. Т. А. Гофмана для российской действительности: социальная критика, стремление к перфекционизму внутри человека, внутри общества и в мире в целом.

**Ключевые слова:** творчество Э. Т. А. Гофман, российская культура, проблемы внутри общества, социальная критика, перфекционизм.

## E. T. A. Hoffmann's Works in the Russian Culture of 21-th Century

LAPTEVA I. V.

Mordovia State University

**Abstract.** The social critic of E. T. A. Hoffmann's works and tendency to perfectionism inside human personality, inside sociality and in the whole world have symbolical character in the Russian present-day reality.

**Keywords:** E. T. A. Hoffmann's works, Russian culture, human personality problem, social problem, social critic, perfectionism.

С помощью литературных текстов осуществляется фиксирование и оценка информации о человеке и мире, поэтому труд переводчиков столь важен – им нужно донести смысл культурных текстов, который был заложен автором осознанно и неосознанно.

Сложный характер переводческой деятельности состоит в том, что творчество таких писателей как, например, Э. Т. А. Гофман, наполнено множеством персонажей и сюжетов, воспринимающихся неоднозначно и символизирующих иное присущее культуре того времени отвлеченное понятие, и их существование целиком зависит от коммуникативной актуальности этого смысла.

Великие писатели, поэты, философы, а также объекты их творчества наряду с внешним содержанием собственных имен приобретают глубокий внутренний смысл и несут определенную информацию, т. е. символичны. Символы культуры редко возникают в ее синхронном срезе, они приходят из прошлых столетий и, актуализируя свое предшествующее значение по отношению к современности, передаются будущим состояниям культуры.

Гофман как личность представляет собой немецкого писателя рубежа XVIII–XIX вв., представителя позднего романтизма. Но читатели открыли для себя не просто писателя-романтика, но «Гофман» является «планом выражения другого содержания» [Лотман 1992: 192] – многогранный талант с миром мистики, образов-двойников, поэзии кошмаров и ужасов, со смешанным реальным и ирреальным миром, с отсутствием границ искусства. Именно в этом смысле В. Ф. Одоевского называли «русским Гофманом», М. Шагала – «Гофманом околдованных трущоб» и т. п., и как этот символ романтик принадлежит культуре. Как Гофман в Германии, так Шагал в Витебске поднимал все видимое силой своей фантазии в воздух: летели по небу коровы и дома, мужики с мешками за спиной и влюбленные парочки, летели дома и золотые купола, подвыпившие ремесленники и козы с тревожными женскими глазами. «Вместилище эмоций – вот что такое художник, – уверен Шагал, – они приходят к нему со всех сторон: с неба, с земли, от клочка бумаги, от очертаний тени, от паутины!» [Анисимов 2002: 12].

«Писателю, имеющему дело с юмором, – писал Гофман в оправдательной речи от 23 февраля 1822 г., – должна быть предоставлена свобода легко и вольно перемещаться в своем фантастическом мире. Неужели обязан он, словно прокрустовым ложем, стеснять себя тысячами оговорок и мучительных сомнений насчет того, как могут быть превратно истолкованы его мысли?» [Э. Т. А. Гофман 1987: 370].

У романтика путь к свободе, движение к совершенству, не достигает той точки, за которой индивидуализм упраздняется. Его герой может воспользоваться свободой в рамках предопределенности. Гофман, как и философы жизни, стремился оградить свое творчество от рамок рационализма. Потому что только свобода мышления и свобода творчества, как и свобода передвижения, могут стать настоящими помощниками в становлении своего особого индивидуального образа мышления и творения: «Всепроникающий ум, глубина чувств, пылкое воображение – таковы были неотъемлемые достоинства органного мастера (Абрагама Лискова. – *И. Л.*). Но то, что принято называть юмором, было у него не тем редким, чудесным настроением души, которое порождается знанием жизни и всех ее причинных связей, а также столкновением противоборствующих начал, – нет, у него это была только решительная неприязнь ко всякого рода условностям, в сочетании с подлинным даром преступать рамки этих условностей, что неизбежно и приводило к необычности как его облика, так и поступков. Вот почему Лисков беспощадно расточал свои едкие насмешки и злорадно, неумоимо до самых потаенных уголков, преследовал все, что считал пошлой условностью» [Hoffmann 1998: 1286].

Гофман являлся настоящим изобретателем своих персонажей в произведениях, которые стали символическими образами современной культуры. Каждый герой, появившийся в его новелле, является прототипом людей, окружающих его в реальности. Например, его персонаж Крейслер не случайно носит такое имя. Оно подсказано самой жизнью писателя, в которой он стремился отойти от этого собственного имени: «...от слова “Kreis” – круг, и я молю небо, чтобы в мыслях ваших тот же час возникли волшебные круги, в коих вращается все наше бытие и откуда мы никак не можем вырваться, сколько бы не старались. В этих-то кругах и кружится Крейслер, и, возможно, что порой, утомившись пляской святого Витта, к которой его принуждают, он вступает в единоборство с темными загадочными силами, начертавшими те круги, и более страстно тоскует по беспредельным просторам, нежели то допустимо при его и без того хрупкой конституции» [Hoffmann 1998: 1842].

Как пример символизации художественного персонажа можно рассмотреть образ героя сказки Гофмана «Крошка Цахес» в передаче телеканала НТВ «Куклы» во время одной из предвыборных президентских кампаний. На наш взгляд, культурный аналог был выбран не совсем верно: представив В. В. Путина Циннобером, организаторы сериала стремились слить образ героя сказки с конкретным человеком, в данном случае с политиком. В результате на политика переносятся черты сказочного героя и отношение к нему. Как известно, крошка Цахес символизирует мерзкого уродца, который с помощью полученных от феи волшебных чар околдовал целое государство и стал в нем первым министром. Но основная идея скорее страшна – ничтожество захватывает власть путем присвоения ему не принадлежащих заслуг, продвижение «наверх» не самыми честными путями. В этой сказке тупоумие воспринимается как мудрость, и все пресмыкаются перед высокопоставленным мерзавцем. Это очень мощный символ.

Сам Гофман писал о своей сказке: «...я не сделал пока ничего лучше, всё прочее мертво и безжизненно в сравнении с ней, и мне кажется, что, совершенствуясь в писательском деле, я смог бы, пожалуй, прийти к чему-нибудь, стоящему» [Э. Т. А. Гофман 1987: 207].

Хорошо, что сказка «Крошка Цахес» не так сильно «вмонтирована» в менталитет нашего народа, поскольку это могло бы резко изменить восприятие людьми данного политика. В этом случае мы можем говорить о нечестном психологическом приеме по отношению к президенту. Прежде чем символизировать какой-либо предмет или явление, следует обязательно убедиться в правильности выбранного символа, чтобы не исказить действительное положение вещей. Тем не менее, проблемы этой сказки актуальны для современной России – это присваивание чиновниками заслуг других людей; торжество филистеров-недоучек; «превращение» невежд, глупцов и преступников в «порядочных и умных» людей; путь к успеху через ложь, лицемерие и расчет и др.

«Властитель всегда окружен злоумышленниками всякого рода и пребывает в ослеплении, гофмаршал помешан на своей родословной и непроходимо глуп, первый министр – корыстный бессовестный

интриган, камер–юнкеры – сплошь развратники и осквернители девичьей чести. Каждое лицо фальшиво улыбается, а в сердце – ласкательство и предательство. С виду тают от благожелательности и чувствительности, лебезят и сгибаются в три погибели, но каждый ненавидит себе подобного, только и думает о том, как бы подставить ему ножку, чтобы он упал и не поднялся, и можно было пролезть вперед, пока тебя не застигнет та же участь» [Hoffmann 1998: 865].

Символичность гофмановского творчества демонстрирует следующий пример. В наше не особо поэтическое время, когда книги известнейших кумиров издаются микроскопическими тиражами, есть необходимость в настоящих стихах, в крупномасштабном разговоре. Публикация творений поэта дает читателю возможность полнее взглянуть в творческий процесс, вслушаться в диалог поэта и времени. После прочтения гофмановских произведений поэтесса Новелла Матвеева в своих стихах ведет диалог о настоящем времени, используя некоторые знаки–символы из его произведений, например, стихотворение на сказку Гофмана «Золотой горшок» [Матвеева 2002: 15].

В своей *филистерской* норе  
Сидят, как с братом брат,  
*Конректор Паульман* и *ре-*  
*гистратор Геербрант*.  
И регистрируют они,  
И конректируют они  
Ужасных адских шельм,  
Которых много в оны дни  
Любил студент Ансельм.  
*Не грех ли* жить в порожней пре  
И *унижать талант*,  
Конректор Паульман и ре-  
гистратор Геербрант? –  
Так вопрошала я порой.  
Зато студент *Ансельм – герой!* –  
Так заключала я.  
В душе стояла я горой  
За *странность бытия*.  
Казалось мне о той поре,  
Что лунный свет бранят  
Конректор Паульман и ре-  
гистратор Геербрант.  
Зато теперь, когда *и пень*  
*Поэт*, – и *все*, кому не лень,  
*В безумцы* подались, –  
Я сокрушаюсь каждый день,  
Что *сны шальных* сбылись!

Ура Щелкунчику! Но той  
*Утопии конец*.  
Придет лихой, где кот «плохой»,  
А *коршун* – «молодец»,  
Где к Серпентине на поклон  
*Студент* мотаться принужден;  
Запутался в зверье!  
На *птичке* мог жениться он –  
*Женился на змее!*  
Что, архивариус–хитрец?  
*Где Золотой горшок*,  
Уж там и *Золотой телец*,  
Должно быть, недалек?  
Но *не участвуют в игре*,  
*Не держат* кучами в ларе  
*Мидасов провиант*  
Конректор Паульман и ре-  
гистратор Геербрант.  
*Как пробужденье* на заре,  
Как струнный холод вант –  
«Конректор Паульман и ре-  
гистратор Геербрант», –  
*Как знак*, что выход я найду,  
Мне нынче в сказкином чаду  
*Их имена звучат!*  
А ты, Ансельм, рожден в аду  
И *возвращайся в ад!*

Конректор Паульман и регистратор Геербранд символизируют собой филистеров. Разделение персонажей на «энтузиастов» и «филистеров» – доказательство того, что, уходя в нереальность, Гофман не забывает о действительности. Отсюда два противоположных взгляда на искусство – филистерский и романтический, грубо потребительский и возвышенный. Гофманская формула разделения не является буквальной. Музыкантами рождаются, а филистерами становятся. И он, как мастер романтической иронии, наказывает не врожденные пороки, а приобретенные. Автор стихотворения рассуждает о «странности бытия», в котором мы живем, где бездарность, расчетливость и личные знакомства порой побеждают в схватке с истинным талантом.

Энтузиаст – студент Ансельм, объект симпатии писателя. Одна из самых ярких черт Гофмана – эта его постоянная сосредоточенность на проблеме обучения и охраны молодого поколения. Успеху Ансельма можно помочь благодатным чародейством; но те, кто постарше, прекрасно знают цену этим чудесам: и волшебники, и маэстро стоят лицом к лицу с реальным миром и ничем от него не защищены. В судьбах зрелых героев Гофмана разыгрывается подлинная драма человеческого бытия в современном мире: Н. Матвеева иронично задает вопрос: «Где Золотой горшок, уж там и Золотой телец, должно быть, недалеко?».

Зная творчество Гофмана и содержательные характеристики его героев, актуализируя их в качестве символов, поэтесса делает в заключении вывод, что ждать ирреального чуда в нашем мире не придется: «Как знак, что выход я найду, мне нынче в сказкином чаду их имена звучат!». Она увидела сказочных героев во сне как «знак» того, что выйти из трудного положения она сможет, но не с помощью волшебства, а с помощью своих собственных усилий: «А ты, Ансельм, рожден в аду и возвращайся в ад!».

Так, существование человека рассматривается как творение самого себя через ситуацию выбора. Поэтесса критично относится к состоянию перманентной неуверенности, которое характеризует экзистенциальное мировосприятие Гофмана – проблема духовного кризиса, в котором оказывается человек, и того выбора, который он делает, чтобы выйти из этого кризиса. Разочарование в действительной жизни (сродни учению С. Кьеркегора) – одна из характеристик жизнотворчества романтика, воплощенная, в его произведениях, а также в кабинете двойственных зеркальных отражений дома-музея имени Гофмана в г. Бамберг (Германия). Гофман оказался как бы на границе двух стихий – стихии мира объективированного, признаками которого являются поглощение индивидуального безличным, и стихии необъективированного, чудесного мира. Романтик выступал как посредник между двумя этими стихиями, однако он так и не смог стать субъектом своей собственной жизни, захваченный потоком экзистенциального времени. У него не было своей «экзистенциальной аксиоматики» [Гильманов 2007: 30], не было точек отсчета и опоры в соответствии с его глубинной сущностью. В этом смысле Гофман современен.

Еще во времена Серапионовых братьев В. А. Каверин говорил, что из русских писателей больше всего любит Гофмана и Стивенсона. В философствовании немецкого писателя ярко представлена теория *перфекционизма*: «преодоление себя, достигая подчинения тела Духу; но преодоления и подлинного успеха жизни нет без идеи самосовершенствования и воли к этому, в противном случае успех растлевает человека» [Гагаев 2007: 246]. Из эгоиста доброго человека сделать нельзя внешними средствами: «никакими благодеяниями не облагородишь низкой натуры; благодеяния только отталкивают таких людей, вместо того чтобы привлекать» [Hoffmann 1998: 4511]. Все это имело и имеет место в России XXI века.

Актуальность Гофмана обусловлена востребованностью символических методов творчества и напряженностью социальной критики, присущих ему и современной культуре рубежа XX–XXI веков. Художник слова, кисти и звука как знаковая фигура принадлежит российской культуре. Его творчество было популярно в кругах русской интеллигенции XIX века. Начиная с 20-х годов XX века оно востребовано в силу множества таящихся в нем «резервов смысла».

Ярким свидетельством его онтологической неисчерпаемости являются новые приближения к его искусству в XXI в. После сценария А. Тарковского «Гофманиана» (1995) публике были представлены опера «Сказки Гофмана» А. Петрова (2000), театральные постановки по произведениям Гофмана Г. Козлова «P. S. » (2000) и В. Розова «Тайна двойников, или Загадка Гофмана» (2001), стихотворение «Золотой горшок» Н. Матвеевой (2002), балет А. Петрова и Б. Краснова «Коппелия» (2001), пьеса О. Постнова «Эрнст, Теодор, Амадей», выставка О. Мелехова «Город сказочника Гофмана» (2002), «Щелкунчик» в Мариинском театре М. Шемякина (2002), представление «Кракатук» А. Могучего в



цирке (2004), анимационный фильм «Гофманиада» (2006), конкурсы детского рисунка «Сказки Гофмана» (Саратов, 2006), балет «Волшебный орех» М. Шемякина по мотивам «Щелкунчика» (2007), балет Р. Пети «Коппелия» (2012). Были созданы два памятника Гофману и его героям в Калининграде, выполненные В. Назарук и М. Шемякины. С 2012 г. своеобразной интерпретацией гофмановского «Щелкунчика» стал новогодний спектакль «Золотой орех» в Московском цирке на проспекте Вернадского.

Гофман соединил Калининград (место его рождения) и Бамберг (место проживания в 1807–1813 гг.). В калининградском музее создан целый цикл художественных проектов «Гофманиана», в рамках которого с 2006 г. по 2012 г. были открыты восемь выставок, посвященных творчеству немецкого романтика. Это «Магический мир Э. Т. А. Гофмана», «И гофмановский кот неслышно входит...», «Алхимия Э. Т. А. Гофмана», «Прогулка с Э. Т. А. Гофманом и 235 фантазий» и др. Дебютной же в этом цикле стала экспозиция из музея г. Бамберг под названием «Э. Т. А. Гофман – превосходный в должности – как писатель, как музыкант, как художник...». В 2013 г. прошла выставка «Встречи с Э. Т. А. Гофманом» в г. Бамберг, которая сочетает в себе документальные свидетельства жизни писателя и лучшие работы музейной «Гофманианы» [Гофман 2012: 3].

К 2016 году руководитель студии кукольных мультфильмов С. Соколов вместе с художником М. Шемякиным планирует выпустить «фэнтезийный байопик» по мотивам дневников и трех сказок Гофмана – «Золотой горшок», «Песочный человек», «Крошка Цахес». «Будут у нас и 3D-призраки, но увидеть их можно будет без очков...», – интригует художник [Коленский 2014: 2]. Стены студии украшают шемякинские рисунки, под ними находятся макеты оперного театра, таинственного сада, пивного кабачка и т. п. Внезапно сказка оживает – включаются софиты, блещет бальный зал, в центре которого застывшие в танце носатый Гофман и пухлый Часовщик. На экране подключенного ноутбука появляется новый кадр – режиссер нажимает «Enter», и персонаж кружится вокруг Гофмана, изгибаясь в затейливых па...

Символическое наследие Э. Т. А. Гофмана является важным «механизмом памяти» российской культуры XXI века. Его произведения высмеивают существующие пороки внутри человека, внутри общества и в целом мире и призывают к перфекционизму во всём. Символический синтез искусств, критика филистерской модели ценностей, комизация безумия жизни, аномалии человеческой психики, антиклерикализм и народность творчества – эти свойства творчества немецкого писателя–романтика актуальны и в современной культурной действительности.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Hoffmann E. T. A. *Ausgewählte Werke*. – Berlin: Directmedia Publishing GmbH, 1998. – [CD–Rom] – 5974 S.
- Анисимов Г. Приезд Шагала // *Культура*. – № 33 (7340). – 2002. – С. 12.
- Гагаев А. А. *Философия Э. Т. А. Гофмана* // *Социализация и соц. контроль в Евразии. Наука и искусство*. – Саранск, 2007. – С. 246–247.
- Гильманов В. Х, Гильманова А. В. Страсти по Натанаэлю, или «Откровение от Гофмана» (по мотивам новеллы Э. Т. А. Гофмана «Песочный человек») // *Балтийский филологический курьер*. – 2007. – № 6. – С. 7–34.
- Гофман соединил Калининград и Бамберг // Портал культурного наследия России «Культура РФ». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://culture.ru/press-centre/2359?category=news>
- Коленский А. Студия союзного значения // *Газета «Культура»*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://portal-kultura.ru/articles/country/35939-studiya-soyuznogo-znacheniya/>
- Лотман Ю. М. *Избранные статьи*. – Т. 1. – Таллинн, 1992.
- Матвеева Н. Ночная стража // *Литературная газета*. – № 20–21 (5878). – 2002.
- Федоренко Е. Инструкция по выниманию души // *Газета «Культура»*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://portal-kultura.ru/articles/theater/instruktsiya-po-vynimaniyu-dushi>
- Э. Т. А. Гофман. *Жизнь и творчество. Письма, высказывания, документы* / Сост. К. Гюнцель. – М., 1987. – 464 с.

УДК 81'42(045)

## Способы реализации языка социального контроля в диалогическом пенитенциарном дискурсе

НИКИШИНА О. А.

Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева

**Аннотация.** В данной статье рассматривается взаимосвязь понятий «дискурс» и «коммуникация»; выявляются особенности процесса коммуникации в условиях пенитенциарного дискурса; дается характеристика языка социального контроля при институциональном общении в рамках пенитенциарного дискурса.

**Ключевые слова:** дискурс, пенитенциарный дискурс, фрейм, коммуникация, язык социального контроля.

## Means of Realization of Social Control Language in Interlocutory Prison Discourse

NIKISHINA O. A.

Evseyev State Pedagogical Institute

**Abstract.** In this article the interrelation of the notions “discourse” and “communication” is considered; the peculiarities of communication in condition of prison discourse are detected; the language of social control in the case of institutionalized communication within the framework of prison discourse is characterized.

**Keywords:** discourse, prison discourse, frame, communication, language of social control.

В настоящее время многие ученые-гуманитарии занимаются разработкой проблем лингвопрагматики, понимания и порождения текста, функционирования языка в различных социальных контекстах.

Данная статья представляет собой попытку осмысления особенностей функционирования языка в условиях пенитенциарной системы, в которой коммуникация протекает в контексте сильного социального расслоения, в связи с чем особенности употребления языковых явлений и единиц становятся одним из факторов проявления феномена социального доминирования.

Материалом исследования послужили художественные произведения в жанре тюремного романа, такие как роман Дж. Чивера (J. Cheever) “Falconer” и повесть С. Кинга (S. King) “Rita Hayworth and Shawshank Redemption”, а также фильм, снятый по мотивам данной повести “The Shawshank Redemption”.

Коммуникация (лат. *communicatio* от *communico* – делаю общим, связываю, общаюсь) в «Современной энциклопедии» определяется как:

- путь сообщения, связь одного места с другим;
- общение, передача информации от человека к человеку – специфическая форма взаимодействия людей в процессах их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющаяся главным образом при помощи языка (реже при помощи других знаковых систем). Коммуникацией называются также сигнальные способы связи у животных [Современная энциклопедия, эл. рес.].

В рамках данного исследования нас интересует лишь второе значение, отражающее речевое взаимодействие людей, что характеризует социальную коммуникацию, которая определяется как коммуникативная деятельность людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в данном обществе [Шарков, эл. рес.]. Из данного определения можно сделать вывод о том, что в зависимости от особенностей протекания процесса общения (социальное положение, социальные роли говорящих, их возраст, цель разговора, место его проведения, национальные особенности и др.), его характеристики будут меняться, и весьма редко собеседники являются равноправными участниками общения. Даже если рассматривать повседневную

бытовую коммуникацию, почти всегда есть тот, кто в силу своих личностных качеств, выступает в качестве лидера, задавая тему общения, определяя ход протекания разговора.

Понятие коммуникации тесно связано с понятием «дискурс», так как наряду с контекстом и текстом, созданным в результате коммуникации, сам процесс коммуникации является его составным компонентом. Так, в зависимости от того в рамках какого дискурса происходит коммуникация, она будет иметь различные характеристики.

Так как пенитенциарный дискурс является по своей сути институциональным дискурсом, то можно сказать, что в нем актуализируются множество властных отношений, как и в любом другом дискурсе подобного типа. Диалог в подобных условиях представляет собой особую форму институционального взаимодействия, в которой участники общения или следуют правилам и нормам, которые в свою очередь зависят от контекста, или же оспаривают отведенные им социумом и устоявшиеся роли и позиции.

В пенитенциарном дискурсе можно выявить несколько особенностей протекающей в нем коммуникации. Во-первых, ее участники имеют в высшей степени различные статусно-ролевые характеристики: охранники, облеченные властью, контролируют жизнь заключенных, находящихся в состоянии постоянного ограничения свободы. Охранники и заключенные в своей среде также имеют определенную социальную иерархию. Во-вторых, взаимодействие между охранниками и заключенными сводится к отдаче приказаний, с одной стороны, и к беспрекословному повиновению, с другой, что чаще всего от последних требует лишь выполнения физических действий, не предполагая речевой реакции. Особыми являются случаи, когда заключенные выходят за рамки предписанных им норм, отстаивая свои права, начиная вести себя на равных с охранниками. В-третьих, так как тюремная жизнь рутинизирована, то и ситуации взаимодействия являются типичными и по речевому характеру клишированными.

Таким образом, суммируя все вышесказанное, можно заключить, что язык, служащий в основном средством общения, в данной ситуации превращается в средство одностороннего социального контроля. Также можно сказать, что процесс коммуникации получается двояким, протекая в двуполярном дискурсе, представленным, с одной стороны, языком власти, а с другой – языком сопротивления.

Так как пенитенциарный дискурс является, как уже было отмечено выше, институциональным дискурсом, то при рассмотрении ситуаций, возникающих в процессе взаимодействия охранников и заключенных вполне логично пользоваться схемой анализа прагматического контекста, предложенной Т. А. ван Дейком. По данной схеме указывается тип социальной ситуации, институт, в котором происходит коммуникация и фрейм.

Первые два пункта остаются неизменными: социальная ситуация – институциональная, публичная; институт – заведение пенитенциарной системы. Различия заключаются во фреймах. Фрейм в данном случае понимается как когнитивная структура, основанная на восприятии знаний о типических ситуациях и связанных с этим ситуациями, ожиданиях, свойствах и отношениях реальных или гипотетических объектов [Фреймы и сценарии]. То есть это представление человека о том, что должно произойти в конкретной ситуации, формирующееся исходя из предыдущего опыта, знания порядков и устоев социума, характеристик участников общения.

В условиях пенитенциарной системы можно выделить следующий ряд фреймов: приветствие начальником тюрьмы новых заключенных по их прибытию и инструктаж, проверка и дезинфекция новоприбывших заключенных, проверка камер на наличие контрабанды, утренняя проверка, вечерняя проверка, конвоирование и т. д.

Сам фрейм Т. А. ван Дейк предлагает рассматривать по следующим параметрам: место, функции участников коммуникации, их свойства, отношения и позиции [Дейк 2000: 28–29].

Место взаимодействия ограничено территорией тюрьмы: общий зал, столовая, прогулочный двор, фабрика или мастерская, где трудятся заключенные, тюремный корпус, отдельная камера, карцер и др.

Функции участников коммуникации будут следующими: служащий пенитенциарной системы (охранник) – А; заключенный – Б.

Свойства: А одет в специальную униформу, похожую на форму полицейских, у пояса прикреплена связка ключей, символично служащая показателем его власти и свободы, он имеет при себе дубинку, иногда также огнестрельное оружие; Б также имеет униформу. По внешним признакам стороннему наблюдателю сразу становится понятно, к какой группе принадлежит человек: к охранникам или к заключенным. Также и самим участникам общения сразу видно с кем именно они взаимодействуют, что существенно отражается на их речевом и неречевом поведении.

Отношения: Б подчинен А. Следует отметить степень подчиненности: она является полной, т. е. Б не может оспорить требования А, не рискуя при этом *to spend a week in a hole* (провести неделю в карцере).

Особенностью взаимодействия заключенных (Б) и охранников (А) является еще и то, что, не имея возможности сменить ни социальную ситуацию, ни институт, Б не может примерить на себя иную социальную роль по отношению к А, что было бы вполне возможно, если бы он не находился в условиях заключения.

У каждого фрейма есть конвенциональные установления – это правила и нормы, по которым участники коммуникации в данной ситуации взаимодействуют.

Если перейти непосредственно к анализу высказываний, то здесь стоит говорить, во-первых, о синтаксисе (типы предложений, их структура, порядок слов, время, категория вида и способа действия и др.), во-вторых, об используемой лексике (обоснование выбора слов и устойчивых выражений, использования форм вежливости или их отсутствие и др.), в-третьих, о фонетике (интонация, логическое ударение, темп речи, высота тона, громкость) и, в-четвертых, о паралингвистических действиях (жесты, выражение лица, движения тела, физические контакты и др.) [Дейк 2000: 32–34].

Рассмотрим один из фреймов по данной схеме:

Фрейм: Проверка камер на наличие контрабанды (*tossing of the cells*)

Конвенциональные установки данного фрейма:

- заключенный не имеет права держать у себя в камере запрещенные уставом тюрьмы предметы;
- начальство тюрьмы устраивает проверки камер заключенных по своему усмотрению, примерно раз в месяц;

- найденные в камере заключенного запрещенные предметы подлежат изъятию, а сам заключенный при этом – наказанию.

Предшествующие действия: Группа охранников входит в тюремный корпус, оповещая проверку: *O.K., look alive! Open all tiers*. Начальник охраны (a captain of the guards) или директор тюрьмы (a warden) выбирает камеры для проверки.

Т а б л и ц а 1

Анализ речевого и неречевого поведения коммуникантов фрейма «Проверка камер на наличие контрабанды»

Речевые и неречевые действия охранников	Речевые и неречевые действия заключенного	Анализ высказываний
<i>On your feet.</i>	Выполнение предъявленного требования.	Простое, эллиптическое предложение, повелительное по цели высказывания.
<i>Face the wall.</i>	Выполнение предъявленного требования.	Простое предложение, повелительное по цели высказывания.
<i>What kind' a contraband you hiding in there, boy [Darabont]?</i>	нет	Риторический вопрос. Обращение “boy” показывает неуважительное, пренебрежительное отношение.
Охранники тщательно обыскивают камеру.	Стоит лицом к стене, не двигаясь.	нет

Исходя из данной таблицы, можно заключить, что в данном случае как речевое поведение (т. е. его отсутствие), так и неречевое поведение (точное исполнение распоряжений охраны) показывает полное осознание заключенным сложившейся ситуации и своей роли в ней, а также полное их принятие.

Чаще всего распоряжения, отдаваемые охраной, касаются всех заключенных тюрьмы, поэтому они отдаются по системе внутреннего оповещения. Примеры и их анализ даны в таблицах 2, 3 и 4.

Т а б л и ц а 2

Анализ речевого и неречевого поведения коммуникантов фрейма «Вечерняя проверка»

Высказывание	Анализ высказывания
<i>“Return to your cell blocks for evening count. All prisoners return to your cell blocks”</i> [Darabont].	1. Простое, повелительное предложение. 2. Простое предложение изъявительного наклонения. Тем не менее, подразумевает под собой приказ, необходимость выполнения действия.

Т а б л и ц а 3

Анализ речевого и неречевого поведения коммуникантов фрейма «Организация особых мероприятий»

Высказывание	Анализ высказывания
<i>“All inmates will return to cellblock after chow for further announcements”</i> [Cheever, 1991: 45].	Простое повествовательное предложение в изъявительном наклонении, распространенное. Время, используемое в предложении, показывает, что говорящий уверен в том, что его требование будет выполнено.

Т а б л и ц а 4

Анализ речевого и неречевого поведения коммуникантов фрейма «Медицинская проверка»

Высказывание	Анализ высказывания
<i>“Short arm for cellblock F in ten minutes”</i> [Cheever, 1991: 48].	Простое, повествовательное, по составу эллиптическое предложение. Больше похоже на рекламное объявление, целью которого является информирование слушателей о чем-либо.

Приведенные в данных таблицах высказывания в форме кратких объявлений, помимо раскрытия особенностей языка власти, дают понять, что несмотря на то, что взаимодействие происходит дистанционно, оно также предполагает беспрекословное следование данным распоряжениям. Также следует отметить, что адекватное восприятие подобных сообщений, требует знакомства с особенностями тюремной жизни.

Как было упомянуто ранее – это только одна из стратегий поведения заключенных (молчаливое следование указаниям). Возможен и второй вариант.

Фрейм: Приветствие начальником тюрьмы новых заключенных по их прибытию и инструктаж

Предшествующие действия: Новых заключенных (new fish), скованных ручными и ножными наручники в одну цепочку, проводят по двору тюрьмы под приветственные крики остальных. Их вводят в зал.

Т а б л и ц а 5

Анализ речевого и неречевого поведения коммуникантов фрейма  
«Приветствие начальником тюрьмы новых заключенных по их прибытию и инструктаж»

Речевые и неречевые действия охранников	Речевые и неречевые действия заключенного	Анализ высказываний
Начальник охраны: <i>Turn to the right. Eyes front.</i>	Выполнение предъявленного требования.	Простые предложения, повелительные по цели высказывания.



Директор тюрьмы: <i>This is Mr. Hadley</i> (жест в сторону начальника охраны). <i>He's Captain of the Guards. I'm Mr. Norton, the Warden. You are convicted felons. That's why they've send you to me. Rule number one: No blasphemy. I'll not have the Lord's name taken in vain in my prison. The other rules you'll figure out as you go along. Any questions?</i>	нет	Обозначение социально-статусной разницы между участниками общения: начальник охраны и директор – Mister, заключенные – convicted felons.  Риторический вопрос “ <i>Any questions?</i> ”
Директор тюрьмы смотрит на начальника охраны, как бы давая разрешение. Начальник охраны идет к заключенному, на ходу вынимая дубинку.	Один из заключенных: <i>When do we eat?</i>	Неречевое поведение директора и начальника охраны выражает неодобрение и реальную угрозу, хотя вопрос мог бы быть расценен как вполне естественный.
Начальник охраны (подойдя вплотную и буквально нависая над заключенным): <i>You eat when we say you eat! You shit when we say you shit, you piss when we say you piss. You got that, you maggot-dick motherfucker</i> [Darabont]? Удар дубинкой в живот.	нет	Тон высказывания грубый, голос повышен. Предложения сложные по структуре, но не распространенные, имеют восклицательный характер, с повелительным подтекстом. Время, используемое в предложениях, а также стилистический прием повторения призваны показать нерушимость тех требований, которые предъявляются. Обращение “ <i>maggot-dick motherfucker</i> ” является оскорбительным и отражает отношение охранников к заключенным в целом.

Раскрытый в таблице 5 второй возможный вариант поведения заключенных, предполагает, что они ведут себя еще как свободные люди, не свыкшиеся с ограничением своих прав. В то же время служащие пенитенциарной системы как своим речевым, так и неречевым поведением показывают им свою доминантность, власть.

Из вышеприведенных примеров, можно сделать вывод, что использование языка как языка социального контроля при институциональном общении в рамках пенитенциарного дискурса имеет ряд особенностей:

- использование простых предложений в повелительном наклонении;
- употребление эллиптических конструкций, что в целом характерно для устного общения, в данных условиях приобретает дополнительную функцию – увеличивать силу воздействия приказа: приказ всегда должен звучать кратко;
- использование в простых предложениях изъявительного наклонения времен Present и Future Simple, чтобы подчеркнуть уверенность говорящего в том, что требуемое действие будет совершенно в соответствии с приказом;
- использование риторических вопросов, как показатель того, что говорящий занимает более высокое статусно-социальное положение при общении;
- употребление по отношению к заключенным нецензурной лексики: *that piece of shit, this tub of shit, fat fuckin' barrel of monkey-spunk, this fucker, maggot-dick motherfucker* и др. или же использование лексики, выражающей пренебрежение: *boys, ladies* и др.
- отсутствие форм вежливости, как и любых проявлений вежливого обращения;
- придание голосу командного, холодного тона при взаимодействии с заключенными, чаще всего голос повышается почти до крика;

– жесты, выражение лица, движения тела, физические контакты больше направлены на запугивание заключенных, внушение страха, а, следовательно, и на подавления естественного стремления сопротивляться ограничениям свободы.

В заключении следует отметить, что данное исследование не стоит считать завершенным – это лишь часть более широкого рассмотрения пенитенциарного дискурса в аспекте реализации языка власти и языка сопротивления.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – Благовещенск: Типографкомплекс, 2000. – 308 с.  
 Современная энциклопедия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://enc-dic.com/enc\\_modern/Kommunikacija-5163.html](http://enc-dic.com/enc_modern/Kommunikacija-5163.html)  
 Фреймы и сценарии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yazykoznanie.ru/content/view/74/263/>  
 Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://iub.at.ua/\\_ld/0/61\\_...pdf](http://iub.at.ua/_ld/0/61_...pdf)  
 Cheever J. Falconer. – New York: Alfred A. Knopf, 1991. – 69 p.  
 Darabont F. The Shawshank Redemption. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dailyscript.com/scripts/shawshank.html>  
 King S. Rita Hayworth and Shawshank Redemption. – New York: Recorded Books Inc, 1994.

УДК 811.111: 001.8

## Кооперирующая стратегия общения в конфликтном англоязычном дискурсе

ОРЛОВА Т. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Статья обосновывает интерес к стадии рационализации конфликта, когда одна из сторон совершает попытки выйти из конфликтной ситуации, используя кооперирующую стратегию речевого поведения. Кооперирующая стратегия, направленная на разрешение конфликта, реализуется с помощью различных коммуникативных тактик: извинение, обещание, просьба, оправдание, согласие.

**Ключевые слова:** межличностное общение, единицы общения, кооперирующая стратегия поведения, речевая толерантность, конфликтная ситуация, коммуникативные тактики.

## Cooperative Strategy of Communication in Conflictual English Discourse

ORLOVA T. A.

Morodvia State University

**Abstract.** The article reveals an interest in the stage of conflict rationalization, when one of the speakers is trying to avoid a conflictual situation, using cooperative strategy of his/her verbal behavior. Cooperative strategy, aiming at conflict resolution is actualized with various communicative tactics: apology, promise, request, justification, agreement.

**Keywords:** interpersonal communication, units of communication, cooperative strategy of behavior, verbal tolerance, conflictual situation, communicative tactics.

Современные исследования в области антропоцентрической лингвистики характеризуются переходом от рассмотрения межличностного общения как способа использования языковой системы для пе-

редачи информации к научному объяснению различий в формах коммуникации. В настоящее время в центре внимания лингвистов находятся социальные и личностные факторы языкового общения. Таким образом, язык более не рассматривается как некая сущность, отдельная от человека, подтверждая идею В. Гумбольдта о том, что невозможно изучать человека без языка, а язык – без человека [Баранов 1999: 34].

Существенный вклад в теорию общения вносит лингвистическая прагматика (прагмалингвистика). В коммуникативно-прагматическом аспекте в центре внимания находятся единицы общения. Фундаментом для исследования единиц общения выступает изучение речевых актов. Нормы эффективного общения, выделенные в прагматике, отражают кооперативное общение, нацеленное на благоприятное взаимодействие коммуникантов, ведущее к согласию.

Стадия рационализации конфликта является обязательной составляющей сценария развития разрешенного конфликта. На этой стадии одна из сторон совершает попытки выйти из конфликтной ситуации, используя кооперирующую стратегию поведения.

Кооперация предполагает снисходительность, умение прощать другого человека, признание права оппонента на собственное мнение, что позволяет направить общение в дружеское русло. Проявление толерантности является наиболее эффективной стратегией разрешения конфликта. Терпимость дает возможность контролировать речевые действия: не реагировать на оскорбления, освободиться от эмоциональной вовлеченности, переступить через собственную обиду. Толерантное поведение в коммуникации проявляется в умении принимать мнения других как данность и способности не раздражаться в процессе общения.

Кооперирующая стратегия, направленная на разрешение конфликта, реализуется с помощью различных коммуникативных тактик: извинение, обещание, просьба, оправдание, согласие.

*Извинение* является наиболее эффективной тактикой гармонизации конфликтной ситуации. Извиняясь, один из собеседников признает свою вину, соглашаясь с правомерностью претензий инициатора конфликта. Данная тактика заметно снижает эмоциональность агрессора, поскольку в таком случае он достигает поставленной цели: с его претензиями согласились.

Тактика извинения имеет две иллюкативные цели: признание вины и установление контакта. Извиняющийся просит обратить вспять негативную оценку своей личности и возможный ущерб на уровне отношений, его извинения высказываются с целью поддержания гармонии между партнерами по общению. Событие, обуславливающее принятие извинения, адресант оценивает как отрицательное для адресата и, желая сгладить свою вину, приносит извинение.

Поясним вышесказанное на примере:

*"I'm sorry, I hurt you, Gina. And I'll always be sorry about it. You're the last person in the world I would want to hurt."*

*"It can't always be a honeymoon, you know."*

*"I know, I know," I said, but deep inside what I thought was – Why not? Why not?*

*"I understand all that," I said, and most of me really did. "I know it hurts. I know that what I did was wrong. But how did I suddenly go from being Mr. Wonderful to Mr. Wrong?"*

*"You're not Mr. Wrong, Harry." She shook her head, trying to stop herself from crying. "You're another guy. I can see it now. No different from the rest. I invested so much in you being special. I gave up so much for you, Harry."*

*"I know you did. That's why I want to try again."* [Parsons T., 2008: 65].

В данном примере Гарри приносит извинения своей жене Джине за супружескую измену. Герой просит о прощении (*I'm sorry; I'll always be sorry about it*). Он признает свою вину (*I know that what I did was wrong*) и пытается наладить прежние отношения с женой (*I want to try again*). Гарри выражает сочувствие и сострадание (*I know it hurts*), при этом он вынужден подавлять свои чувства (*deep inside what I thought was – Why not? Why not?*). Мы можем заметить, что извиняющаяся сторона (Гарри) часто

использует личное местоимение I, тем самым концентрируя внимание на своем чувстве вины. Обвиняющая сторона (Джина), напротив, прибегает к частому использованию местоимения you, не упуская возможности лишний раз уличить оппонента в предательстве.

Еще одна тактика толерантного поведения – *обещание*. Обещание – высказывание, в котором человек сообщает о том, что берёт на себя обязательство сделать что-либо или не делать чего-либо, а также само такое обязательство. Наиболее эффективны те обещания, которые способствуют текущим потребностям или ожиданиям человека. Как правило, говорящий заверяет партнера, что в будущем обязательно предпримет действия, совпадающие с требованиями инициатора конфликта. Данное утверждение подтверждает следующий пример:

*“Do you want to marry me or do you not?” she asked him.*

*There was an unaccustomed hardness in her voice, but it did not affect the gentleness of his reply.*

*“Of course I do. We’ll be married the very moment we find a house. By the way I’ve just heard of something that may suit us.”*

*“I don’t feel well enough to look at any more houses just yet.”*

*“Poor dear, I was afraid you were looking rather tired.” [Maugham W. S., 1988: 194].*

Затянувшиеся поиски дома наводят девушку на мысль о нежелании молодого человека жениться на ней. На вопрос девушки о его дальнейших планах молодой человек отвечает обещанием (*We’ll be married the very moment we find a house*) и предлагает еще раз осмотреть дома – единственное препятствие на пути к их свадьбе. Поскольку он принимает на себя обязательства, то используются местоимения I, we и форма глагола со значением будущности *we’ll be married*. Однако девушка настроена решительно и не собирается более откладывать свадьбу. В ее реплике *I don’t feel well enough* – «Я не намерена больше» молодой человек намеренно не замечает скрытого подтекста и выражает сочувствие по поводу ее усталости. Помимо тактики обещания в данном примере присутствует так называемая тактика избегания конфликта, целью которой является сохранение гармоничных отношений.

Рассмотрим следующую коммуникативную тактику. *Просьба* заключается в побуждении партнера к действию. Следует заметить, что побуждение носит не повелительный характер:

*“Please, please, take my hand. You have to forgive me, and forget this ever happened...” [Gaines A., 2011: 109].*

Данная тактика используется преимущественно на завершающей стадии разрешенного конфликта.

Тактика *оправдание* помогает коммуникантам прояснить недоразумения, приведшие к конфликту. Используя данную тактику, говорящий дает информацию об обстоятельствах, повлиявших на его поведение в прошлом. Оправдание может снизить уровень негативной эмоциональности партнеров и минимизировать конфликтность в ситуации межличностного общения. Оправдывающийся коммуникант пытается изменить отношение агрессивно настроенного оппонента к своему поступку:

*“And why would you do something like that?”*

*“Oh, well, actually, I thought you said that you wanted them to – ” [Weisberger L., 2006: 8].*

Такие прагматические факторы, как ролевые отношения партнеров, характер ситуации общения и индивидуальные эмоционально-психологические характеристики коммуникантов во многом определяют выбор тактики оправдания.

Нами было выявлено, что в тактике оправдания часто используются сочетания местоимения I с глаголами *think, try, want* и др.:

*“You surprised me,” he shook his head. “I never thought you would use Janey and Stephen as a weapon against me.”*

*“But I’m not. I’m just trying to do what’s best.” [Collins J., 1985: 139].*

Однако заметим, что данная тактика не всегда помогает рационализировать конфликт. В отдельных случаях попытки оправдания могут вызвать раздражение у агрессора и спровоцировать всплеск негативных эмоций.

Следующая кооперирующая тактика – *согласие*. Она представляет собой приглашение к кооперативному разрешению конфликта. Говорящий сообщает о том, что принимает позицию собеседника, вследствие чего появляются условия для гармонизации разногласий. В нижеследующем примере проиллюстрировано использование тактики согласия:

*"I cannot be so easily reconciled to myself. The recollection of what I then said of my conduct, my manners, my expressions during the whole of it - is now, and has been many months, inexpressibly painful to me. Your reproof, so well applied, I shall never forget: "Had you behaved in a more gentlemanlike manner." Those were your words. You know not, you can scarcely conceive, how they have tortured me; - though it was some time, I confess, before I was reasonable enough to allow their justice."* [Austen J., 2007: 207].

В приведенном примере мистер Дарси признает справедливость суждений Элизабет о его недостойном поведении. Пытаясь примириться с девушкой, герой соглашается с ее словами (*I was reasonable enough to allow their justice*). Мистер Дарси мучается от чувства вины (*I cannot be so easily reconciled to myself*); признавая себя неправым, он стремится наладить взаимоотношения. Его высказывание построено так, что мы не сомневаемся в искренности его слов (*they have tortured me; I confess*). Таким образом, наряду с тактикой согласия в данном примере можно проследить использование *тактики сообщения о своих чувствах*.

Сообщение о своих чувствах является словесным воспроизведением эмоционального состояния коммуниканта. Данная тактика направлена на уменьшение речевой агрессии и может быть рассмотрена как предупреждение партнеру о своем негативном эмоциональном состоянии:

*"You disappoint me. Like all Westerns you are arrogant enough to entertain only your own naive and blinkered view."* [Fielding H., 2004: 198].

Говорящий может описывать не только свое эмоциональное состояние, но и перефразировать слова партнера, анализирующие его позицию:

*"Do you realize what could have happened to your son today? How lucky we are the police found him before some lunatic did? He could have been..."*

*"But he hasn't. He wandered off. I know it's terrifying. I can imagine how you felt when that call came. But it happens."*

*"Not to me."*

*"Jackie, you've made mistakes. We all make mistakes."* [Robb M., 1998: 165].

В приведенной ситуации Люк является более рационально мыслящим коммуникантом. Он целенаправленно подбирает речевые конструкции, описывающие эмоциональное состояние Джекки, чтобы помочь ей увидеть ситуацию со стороны. Использование данной тактики носит характер психологического воздействия на партнера.

Таким образом, нами были описаны наиболее распространенные тактики толерантного поведения, реализующие стратегию гармонизации конфликта. Проведенный анализ показал, что стратегия толерантного коммуникативного поведения является мотивированным выбором говорящего с целью снижения эмоциональной вовлеченности и перехода к рациональному разрешению конфликтной ситуации.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Баранов А. Г. Когнитивные формализмы текстовой деятельности // Вестник Пятигорского лингвистического университета. – 1999. – № 2. – С. 34–37.  
Austen J. *Pride and Prejudice*. – L.: Penguin Books Ltd., 2007. – 304 p.  
Collins J. *The World is Full of Married Men*. – L.: Pan Books, 1984. – 173 p.



- Fielding H. Olivia Joules and the Overactive Imagination. – L.: Picador, 2004. – 344 p.  
 Gaines A. Her Best Friend's Wedding. – Toronto: Harlequin, 2011. – 288 p.  
 Maugham W. S. The Escape / Sixty-five short stories. – L.: Heinemann / Octopus, 1988. – 194 p.  
 Parsons T. Man and a Boy. – L.: Harper, 2008. – 345 p.  
 Robb M. Stepmom. – New York: Grand Central Publishing, 1998. – 240 p.  
 Weisberger L. The Devil Wears Prada. – L., 2006. – 392 p.

УДК 81.42

## Жанры юридического дискурса (на материале английского языка)

ПЫЖ А. М.

Самарский государственный университет (г. Самара)

**Аннотация.** В статье исследуется жанровое пространство юридического дискурса. Автором предпринимается попытка дать общие характеристики некоторых жанров юридического дискурса в плане взаимодействия специальных и неспециальных языковых средств.

**Ключевые слова:** юридический дискурс, термин, официальный жанр, жанр судебной хроники.

## Genres of Judicial Discourse: An English-Based Study

PYZH A. M.

Samara State University

**Abstract.** The article discusses different genres of legal discourse and peculiar characteristics of different genres in terms of interaction of different kinds of legalese items and terms and other types of lexical items.

**Keywords:** legal discourse, terminology, genre, court records.

Различие между языком (средством) и речью (способом) мышления и общения определяется рядом концептуальных оппозиций: виртуальное – реальное; общее – отдельное; парадигматическое – синтагматическое. Хотя язык не всецело парадигматичен, а речь не всецело синтагматична, все же это мощная тенденция в противопоставлении двух упомянутых аспектов лингвистического пространства. Язык возникает из речи в результате «оседания» в лингвистическом пространстве наиболее устоявшихся, наиболее часто употребляемых, стандартных речевых единиц, которые из индивидуальных способов выражения мысли переходят в разряд общенародных средств выражения. Этот процесс протекает в несколько этапов. Вначале речь «сгущается» в жанры, затем – в функциональные стили в рамках жанров (в то, что А. А. Реформатский назвал «фразеологией» в самом широком смысле этого термина), затем – в терминологические и квази-терминологические парадигмы. Эта шкала пересекается со шкалой Л. Ельмслева («схема – норма – узус – речевой акт»), образуя с ней многомерное лингвистическое пространство. В этой системе понятие «жанр» имеет собственную нишу.

Мы определяем речевой жанр как классическое триединство темы, стиля и композиции. Жанр представляет собой функциональную разновидность дискурса, который Н. Д. Арутюнова представляет как «речь, погруженную в жизнь» [ЛЭС 1990: 137]. Не вдаваясь в анализ альтернативных дефиниций жанра и дискурса, перечислим жанры входящие в юридический дискурс.

Прежде всего, в этом контексте следует назвать жанр юридического документа. Этот сугубо официальный, письменный жанр, изобилующий юридической терминологией, официальными оборотами речи, лишенный коннотаций, сухой и беспристрастный. Несмотря на то, что фактически его автором

выступает конкретное лицо (лица), он составлен так, как будто его автором является некая надличностная сила – судьба, божество, правительство, народ и т. п. Его характерными особенностями являются обезличенность, объективность и беспристрастность. К этому жанру относятся тексты конституций, сводов законов и иных законодательных документов (указов, постановлений и т. п.), а также словарных дефиниций в отраслевых юридических источниках и др. Подобного рода тексты составляются законодателями, дипломированными специалистами по юриспруденции и т. п. При этом они стремятся к максимальной обезличенности и самоотречению. В английской речи стиль такого рода документов тяготеет к использованию безличных оборотов, модальных глаголов долженствования, отглагольных существительных (и вообще номинативных выражений), одно- и многословных терминов, резкому ограничению (вплоть до нуля) применения эмотивно-оценочных средств выражения мысли, абстрактности и книжности. Ниже приводится образец такого стиля речи.

*«The United States shall guarantee to every state in this Union and Republican form of Government. That section of the Constitution has been held to provide that the United States shall protect each of the states against invasion; and on the application of the legislature or of the executive (when the legislature cannot be convened) against domestic violence».*

Приведем еще один пример из протокола устава Европейского суда (*Protocol on the Statute of the Court of Justice of the European Union*):

*«The Judges shall be immune from legal proceedings. After they have ceased to hold office, they shall continue to enjoy immunity of acts performed by them in their official capacity, including words spoken or written. The Court sitting as full Court, may waive the immunity.*

*Where immunity has been waived and criminal proceedings are instituted against a Judge, he shall be tried, in any of the Member States, only by the court competent to judge the members of the highest national judiciary. Articles 12 to 15 and Article 18 of the Protocol on the privileges and immunities of the European Communities shall apply to the Judges, Advocates-General, Registrar and Assistant Rapporteurs of the Court, without prejudice to the provisions relating to immunity from legal proceedings of Judges which are set out in the preceding paragraphs».*

Еще одним ярко выраженным жанром юридического дискурса является выступление участника судебного процесса (обвинителя или защитника) в соревновательном судебном процессе с участием присяжных и в присутствии публики. В этом случае цель продуцента речи несколько иная. Можно сказать, что фактор «field» (тематика коммуникации) здесь более или менее совпадает, но фактор «tenor» (социально-ролевой расклад ситуации) и фактор «mode» (целевое назначение акта общения) отличаются от предыдущего случая. Если в предыдущем случае продуцент речи (законодатель) обращался к широкой аудитории (гражданам страны), то в данном случае продуцент речи (обвинитель или защитник) обращается в первую очередь к присяжным, поскольку они суть именно те люди, которым предстоит вынести вердикт по данному судебному делу. Убедить присяжных в своей правоте – первоочередная задача обвинителя и защитника. Кроме того, они обращаются к публике, способной повлиять на решение присяжных, и представителям СМИ, способным создать или разрушить репутацию противоборствующих сторон в судебном процессе. Во всех перечисленных случаях аудитория не является профессиональной с юридической точки зрения. Одним из постулатов системы суда присяжных является то, что его члены выносят решение «на основе моральной интуиции и здравого смысла», а не на основе юридической компетенции (которой у них нет). Поэтому участники соревновательного процесса, апеллируя к здравому смыслу и нравственному чувству членов жюри, в своих выступлениях избегают чрезмерного употребления специальных юридических терминов, зато широко прибегают к использованию моральных категорий, а также средств выражения обыденных понятий. Логика здесь уступает место риторике: обвинитель и защитник прибегают к использованию стилистических приемов, эксплуатируя суггестивный материал языка в целях создать определенный имидж обвиняемого. Многое здесь

зависит от мастерства юриста: обвиняемый может предстать в глазах присяжных и публики в самых разных обликах (от злодея до жертвы обстоятельств). При этом активно задействуется коннотативный потенциал языка.

Ниже приводится образец такого вида дискурса. В данном примере из романа Харпер Ли «Убить пересмешника» проводится резкое различие между официальной речью юриста, направленной на соблюдение необходимых формальностей, и суггестивной частью его выступления, адресованной к советам присяжных:

*«Atticus was half-way through his speech to the jury...*

*«...absence of any corroborative evidence, this man was indicted on a capital charge and is now on trial for his life...»* Здесь приведено окончание официальной части выступления защитника: «[Несмотря на] отсутствие подтверждающих доказательств, этому человеку предъявлено обвинение в преступлении, караемом смертной казнью...»

Далее защитник резко меняет стиль речи в рамках жанра, переходя к неформальной части выступления, в которой он апеллирует к гражданским чувствам, гуманизму и совести тех, кому предстоит решить судьбу обвиняемого. Защитник подчеркивает этот переход невербальными знаками (он снимает пиджак, ослабляет галстук, отстегивает цепочку часов) и продолжает речь подчеркнуто обыденным тоном.

*«His voice had lost its aridity, its detachment, and he was talking to the jury as if they were folks on the post office corner.*

*‘...I have nothing but pity in the heart for the chief witness, but my pity does not extend so far as to her putting a man’s life at stake, which she had done in an effort to get rid of her own guilt...she did something every child has done – she tried to put the evidence of her offence away from her. But in this case she was no child... What did she do? She tempted a Negro... She kissed a black man. Not an old Uncle, but a strong young Negro man...».* Жанр выступления защитника и обвинителя в соревновательном судебном процессе представляет собой один из жанров аргументативного дискурса. Целью такого выступления является доказательство вины или невиновности подсудимого, и с этой целью ораторы стремятся придать своей аргументации максимальную убедительность. Последняя складывается из двух компонентов: достоверности суггестивной силы. «Достоверность доказательства – это его рациональный, объективный аспект, базирующийся на логических приемах аргументации. Суггестивная сила – это иррациональный, суггестивный аспект доказательства, базирующийся на риторических приемах. Оба эти аспекта иногда дополняют друг друга, но нередко противоречат друг другу» [Савицкий 1993: 46–47].

Судебное разбирательство нередко протекает в условиях дефицита сведений об обстоятельствах дела и высокого уровня информационной неопределенности (энтропии). В этих условиях принять адекватное и справедливое решение нелегко. Если в распоряжении прокурора или адвоката имеется недостаточно фактических данных, которые служат оптимальным средством для того, чтобы придать обвинению (или защите) нужную степень достоверности, они прибегают к логической казуистике и/или суггестивному красноречию, которые являются распространенными элементами этого жанра юридического дискурса. Казуистика – это система доказательств, основанная на скрытом нарушении законов логики, на использовании так называемых паралогизмов («дефектных» силлогизмов). Это осуществляется путем эксплуатации таких систем естественного языка, как синонимия, полисемия, паронимия, семантическая размытость, приращение смысла, коннотативность, идиоматичность, диахроническая и контекстуальная вариативность значений знаков.

Например, незаконное деяние порой «обеляется» в глазах аудитории путем подбора тематически близкого наименования, лишённого негативных коннотаций. Так, вместо слова *bribe* (взятка) употребляются наименования *present, gift, souvenir, financial aid* и т. п.; вместо *swindling* (мошенничество) или *machinations* (махинации) – нейтральные названия типа *monetary operations* и т. п. Тем самым из рассмотрения изымаются семы «незаконность» и «аморальность».

В других случаях одно и то же слово употребляется в разных контекстах с разными оттенками смысла и разными коннотациями незаметно для аудитории. Так, наименование *black person* (чернокожий), коннотативно нейтральное, употребляется в соседстве с негативно окрашенными словосочетаниями *black designs/ schemes* (черные замыслы), *black deeds* (черные дела) и т. п., и эта окраска незаметно переносится на словосочетание *black person*, что может инспирировать негативное отношение к подсудимому и в итоге повлиять на вынесение вердикта.

В ряду казуистических приемов можно назвать и ложное отождествление тематически близких, но не тождественных значений, создание псевдосинонимического ряда, например: *shyness = timidity = cowardice = desertion = marauding = crime*. Из чего следует вывод, что застенчивость сродни уголовщине. Вывод этот очевидно абсурден, но абсурдность заметна в составе лишь всего ряда, а между любыми двумя соседствующими словами она отнюдь не бросается в глаза и может остаться незамеченной. Прием заключается в том, чтобы собрать в один ряд слова, которые, в отличие от синонимов, не обладают единой общей интенциональной семой, хотя каждый последующий член ряда имеет общую сему с предыдущим.

В тот же разряд попадает игра на полисемии слов и семантической двуплановости идиом. Приведем пример.

*Counsel for the Defence: My client cannot be accused of stealing the election. I am going to produce documentary evidence of the fact that he paid spot cash for it.*

Другой пример. Глагол *to profiteer* означает «извлекать сверхвысокую прибыль в условиях товарного дефицита», что в обычных обстоятельствах считается нормальной рыночной практикой, но в чрезвычайных обстоятельствах рассматривается как противоправное деяние (ср. рус. *спекулировать*). Обвинение в деянии, называемом этим словом, может быть оспорено защитником на основании того, что в условиях свободного ценообразования, присущего рыночной экономике, возрастание цены пропорционально возрастанию спроса неподсудно, а граница между дефицитом и катастрофическим дефицитом неотчетлива. Все это есть игра на размытости семантики слов.

Помимо казуистических уловок, в аргументативном юридическом дискурсе применяются суггестивные средства. Они конструируют ораторское красноречие участника состязательного судебного процесса. Поскольку вердикт выносят не профессиональные юристы, а присяжные, избранные из народа, они зачастую руководствуются не логикой и статьями закона, а душевными побуждениями (жалостью, симпатиями и антипатиями, ксенофобией и т. п.). На это и рассчитывают обвинитель и защитник. Известны случаи, когда присяжные под влиянием красноречия адвоката оправдывали убийц и даже политических террористов (см., например, дело В. Засулич, чьим защитников выступал Ф. Кони). Стремясь воздействовать на эмоции присяжных, противоборствующие стороны живописуют негативные или же позитивные стороны личности обвиняемого, потерпевшего и других причастных к происшествию лиц, характеризуют события в нужном им ключе и в целом стараются создать требуемый модус восприятия и осмысления ситуации. Они исходят из того, что «обыденное сознание склонно выдавать желаемое за действительное, вытеснять неприятные факты в область бессознательного и острее реагировать на эмоциональную, нежели на рациональную аргументацию... Обыденному сознанию свойственно поддаваться суггестивной силе доказательства независимо от степени его достоверности» [Савицкий 1993: 46–47]. В этих целях применяется эмоциональная, прочувствованная риторика с элементами художественности. Используя аллюзии к прецедентным литературным, мифологическим и фольклорным текстам, цитаты из деклараций о правах человека, из Священного писания, идеологические лозунги, притчи, расхожие житейски сентенции, назидательные пословицы и т. п., оратор активно задействует эмотивно насыщенную лексику метафорического, аллегорического, символического характера, содержащую целый ряд коннотативно однонаправленных образов, что повышает их суггестивный потенциал по принципу резонанса. Независимо от фактов таким способом порой удается «до-

казать», что черное – это белое, а белое – это черное, хотя, разумеется, подобные средства применяются не только в демагогических, но и в праведных, социально конструктивных целях.

Выступающий использует прием прямого обращения к присяжным, например:

*«I am confident that you, gentlemen, will review without passion the evidence you have heard, come to a decision, and restore this defendant to his family. In the name of God, do your duty... In the name of God, believe him»* [Н. ЛEE «To Kill a Mockingbird»].

Говоря в целом, этот жанр юридического дискурса представляет собой комбинацию профессионального и публично-ориентированного общения. Его специфика определяется его коммуникативными и социальными целями: ближайшая – убедить присяжных и выиграть судебный процесс, дальнейшая – повысить свой профессиональный рейтинг и публичную популярность.

Несколько иные цели ставятся в рамках другого жанра, промежуточного между юридическим и журналистским дискурсами. Имеется в виду жанр судебной хроники. Его конечной целью является повышение тиража газеты. Эта цель определяет характер освещения судебных процессов. Основная задача при этом состоит в том, чтобы заинтересовать как можно больше читателей. С этой точки зрения весьма ценна сенсационность судебного репортажа. Даже если в каком-либо судебном деле нет ничего экстраординарного, репортеры подчас пытаются создать дутую сенсацию, живописуя и преувеличивая, а иногда не гнушаясь и искажением фактов (это характерно в первую очередь для «желтой» прессы). В заголовки газетного материала выносятся «леденящие душу подробности», «пикантные детали» и «жареные факты» – все, что может привлечь внимание читательской массы (по английскому образному выражению, «to catch the eye»). Заголовки обычно максимально фактографичны, они чаще всего имеют форму повествовательного предложения или производного от него словосочетания с отглагольным существительным в главенствующей роли. Ср.: «*Hackers Get 3 Years for Breaking into Main Police Computer*»; «*Axe-Killer Sentenced for Life in Milwaukee*».

Для этого жанра характерно обильное цитирование высказываний официальных лиц, причастных к освещаемому судебному делу, например: «*Ethnic Communities Council Chairman George Lekakis said yesterday the Government was «passing the buck» on the resources needed to keep community languages on offer*». При этом цитация может сопровождаться редактированием оригинала, смещением смыслового акцента с главного на второстепенное, но «выигрышное» с точки зрения подачи материала, муссированием пикантных деталей и т. п. вплоть до искажения существа дела. В этих целях используется тенденциозное истолкование слов интервьюируемого, смысловой сдвиг, который становится возможен вследствие неточности формулировок. В зале суда такие манипуляции с текстом пресекаются с помощью отработанных методов, но на страницах газет они зачастую проходят беспрепятственно, так как невозможно давать опровержения на все случаи неадекватной интерпретации.

Приведем пример. Подсудимый, обвиненный в краже, на заседании суда заявил, что он впервые предстает перед судом по такому обвинению. По этому поводу в газете была опубликована заметка, содержащая обведенную рамкой псевдоцитату: «*This is the first time I ever stole anything*», the defendant says». В данном случае газетчиками проигнорирована презумпция невиновности; подсудимому фактически приписано признание вины, которого он на самом деле не выказывал.

Поскольку судебная хроника ориентирована на широкие читательские массы, в ней, как правило, не используется узкоспециальная юридическая терминология. Материал подается доходчиво, с применением общелитературной и общеразговорной лексики и терминологии. Судебный хроникер выступает своего рода переводчиком с профессионального на общепонятный язык. Если все же он приводит какую-либо терминологическую формулировку, в репортаже она сопровождается пояснением, например: «*The convict was sentenced to a 10-year «penal seclusion», which means jailing*».

В ряде случаев истолкование терминов подается в ироническом ключе: «*An alibi... is when you prove you were in the church (where you were not) to show you were not in somebody's cash-box (where you were)* ».



Резюмируя сказанное выше, отметим, что мы рассмотрели случаи внедрения инородных элементов в юридический дискурс. В этой связи перспективным представляется проведение анализа некоторых закономерностей использования элементов юридического дискурса в инородном контексте.

#### ЛИТЕРАТУРА

Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: 1990. – 658 с.

Савицкий. В. М. Английская фразеология: проблемы моделирования. – Самара: 1993. – 172 с.

Lee H. To Kill a Mockingbird. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.readanybook.com/online/16921>

УДК 811.112.2

## Десенсибилизация массового адресата как манипулятивная стратегия ретроспективного представления медиасобытия в СМИ Германии

РЕБРИНА Л. Н.

Волгоградский государственный университет (г. Волгоград)

**Аннотация.** В статье показано, что медиасобытие представляет собой социально обусловленный, интерпретативный, интенциональный, дискурсивный феномен, при конструировании которого СМИ используют свой манипуляционный потенциал. Исследуются релевантные тактики манипулятивной стратегии десенсибилизации массового адресата по отношению к медиасобытию, используемые для нивелирования значимости события, смягчения конфликтных ситуаций, преодоления противоречивости интерпретаций.

**Ключевые слова:** манипулятивное воздействие, коммуникативные тактики, медиасобытие, адресант, адресат, языковые средства.

## Desensibilization of Mass Recipients as a Manipulative Strategy of Retrospective Media Event Presentation in German Media

REBRINA L. N.

Volgograd State University

**Abstract.** The paper shows, that media event is a socially conditioned, interpretive, intentional, discursive phenomenon. Media use their manipulation capabilities as a design tool to construct a media event. The author researches relevant manipulative tactics of the manipulating strategy of mass recipient desensitization in relation to media event used to reduce the significance of the event, contradictory interpretations, to defuse a conflict.

**Keywords:** manipulative influence, communication tactics, media event, sender, recipient, language tools.

СМИ обладают высоким манипулятивным потенциалом вследствие того, что в дискурсивных практиках СМИ осуществляется конструирование социальной реальности, формируется собственный социальный хронотоп (социальное пространство и время общности), в котором реконструируются, реинтерпретируются и подвергаются пространственно-временной трансляции смыслы; предлагаются вариативные репрезентации медиасобытий; трансляция и воздействие характеризуются динамичностью, максимально широким охватом, нормообразующей функцией; массовый адресат воспринимается адресантом (субъект) как объект воздействия и средство достижения определенной цели. Результатом использования манипулятивных стратегий и является многовариативность медиареальности, характеризующая социальное, коммуникативное пространство СМИ [Витвинчук 2013: 109].

Медиасобытие предстает как некий социально конструируемый феномен, сопряженный с селективной, интерпретативной, реверсивной деятельностью каналов общественной коммуникационной системы [Соколов 2002]. Медиасобытие становится объектом нравственной рефлексии, используемые адресантом стратегии и тактики обеспечивают эмоциональное вовлечение массового адресата в коллективное прошлое, формирование ценностного отношения к фрагменту прошлого или, напротив, могут быть нацелены на десенсибилизацию получателя сообщения по отношению к предъявляемому медиа-событию. Медиасобытие может обладать разным смысловым потенциалом, не обязательно полностью отвечает реальности, включает субъективный компонент, преломляется сквозь множество призм (современная политическая, общественная, социальная ситуация и обусловленные ею потребности социума, установки лидирующей общественной группы, политика редакции, особенности коммуникационного канала, ценностные представления общества, актуальные социальные концепты, личностные качества, система ценностей, мировоззрение и творческие способности продуцента сообщения), будучи представленным в знаковой форме, подвергается интерпретации как со стороны адресанта, так и со стороны адресата [Витвинчук 2013: 107; Мансурова 2011: 45; 2002: 87].

Вариативная ретроспективная презентация события в СМИ может преследовать разные цели: подтверждение/подкрепление национальной/групповой идентичности посредством воссоздания позитивной картины общего, объединяющего прошлого; поддержание стабильности существующего нового порядка посредством формирования негативного образа прошлого и контрастирующего позитивного образа настоящего с многочисленными «изменениями к лучшему»; контрастное предъявление отрицательно оцениваемого настоящего для аргументации конфронтации с властью; примирение противоборствующих сторон, смягчение конфликтной ситуации, преодоления противоречивой мозаичности моделируемой СМИ реальности посредством десенсибилизации массового адресата и нейтральной, лишенной оценок, отчуждающей презентации событий.

Манипулирование «публичной памятью», имеющее место в сегодняшней системе общественной коммуникации, приводит к политизации тривиализации, коммерциализации и фетишизации памяти, исторических событий [Кемеров 1998; Адорно 2005; 2011]. Манипулятивное воздействие в СМИ при презентации медиасобытия осуществляется с помощью коммуникативного действия «управление» в форме внушения или убеждения, в рамках которого происходит обращение к сознанию (логической сфере)/подсознанию (психологической сфере) адресата [Соколов 2002]. Коммуникативное действие интерпретируется нами как законченная операция смыслового взаимодействия со стороны одного из участников коммуникации. Манипуляция рассматривается нами как активный, а не интерактивный вид коммуникации (то есть без учета обратной реакции), предполагающий определенный тип речевого поведения адресанта, реализующего установку на внедрение собственных намерений, мотивов, представлений, а также собственную концепцию адресата и соответствующие коммуникативные тактики и языковые средства [Клюев 2002: 15]. Выбранные тактики и языковые средства обеспечивают инициацию заданной оценки медиасобытия.

Манипулятивное воздействие основано на изменении аксиологической и когнитивной составляющих коммуникативного пространства получателя сообщения, на тщательной, умелой «упаковке» смысла в некое предъявляемое содержание, когда стоящий за содержанием смысл присваивается как «готовое», но при этом «собственное» знание, что может быть охарактеризовано как коммуникативная агрессия [Воронцова 2009: 16; Дацок 2008]. Скрытое воздействие на массового адресата на индивидуальном уровне нацелено на редукцию критичности восприятия и анализа фактической, логической и эмоциональной аргументации [Хасуева 2011: 176–178]. Манипулятивный эффект обеспечивается применением соответствующих аргументационных и композиционных тактик, базируется на прагматическом потенциале средств языка. Используемая продуцентом сообщения в СМИ аргументация апеллирует к логическим, фактическим, психологическим (этическим / эмоциональным) доводам [Хазагеров 2005; Демьянков 1982], а композиционные тактики учитывают механизмы внимания, позволяющие

маркирование отдельных элементов, распределение и акцентирование информации структуру сообщения [Хазагеров 2005].

Материалом исследования послужил корпус текстов DWDS, содержащий публикации СМИ. Объем выборки составил 1100 контекстов, в которых продуцент сообщения использует стратегию десенсибилизации адресата по отношению к представляемому медиасобытию. Указанная стратегия нацелена не на формирование ценностного (положительного/отрицательного) отношения к прошлому событию, а, напротив, на отвлечение получателя сообщения от эмоционального переживания, противодействие его эмоциональному вовлечению, на отчужденную, дистанцированную, нивелирующую позитивные и негативные аспекты презентацию. Средства массовой информации, будучи «клишированным» способом социального контроля» [Пигалев 1991: 40], реализуют информационное давление на получателя сообщения со стороны социального института, диктуют адресату некое отчуждённое от адресата общее мнение, ценностно-нормативные клише [Кальной 1990: 67; Маркузе 1994: 15]; медиасобытие представляется как совокупность континуально реинтерпретируемых текстов, утратившее реальность и целостность. Медиасобытия сводятся к пунктам классификаций, к категориям, проявлениям/иллюстрациям общих законов и закономерностей, общеисторических процессов, тенденций развития общества, природы человека и общества, к источнику опыта, исторического знания, традиции; утрачивают статус конкретного события, собственную значимость. Тем самым они подвергаются тривиализации и фетишизации (вещное опосредование, овеществление, замена/замещение вещью в сознании адресата, которая и становится объектом эмоционального переживания /ценностного отношения, ретуализация, приводящая к обезличиванию восприятия).

Рассмотрим релевантные в рамках описанной стратегии тактики при представлении медиасобытия в германских СМИ.

**1. Нейтрализующая анонимизация.** В рамках данной тактики адресант апеллирует к абстрактным понятиям (например «судьба», «рок»), способствующим инициации обезличенного, дистанцированного, фаталистического восприятия медиасобытия, отчуждению события от его «индивидуальных особенностей», деталей, причин и следствий, взаимосвязей. Событие квалифицируется как неподвластное человеку, случайное или должное, не предполагающее положительную или отрицательную оценку. Для реализации указанной установки адресант использует лексические единицы, обозначающие объекты и явления психической сферы и абстрактную лексику.

Так, в приводимом ниже примере разделение Германии представляется как злая судьба (*Schicksal*), рок: *Seit 36 Jahren ringt Deutschlands einstige westafrikanische Musterkolonie Togo mit dem gleichen widrigen Schicksal, das heute das Land ihrer früheren Kolonialherren befallen hat: der Teilung der angestammten Heimat* [Spiegel. 27.06.1956, URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-43062616.html>].

**2. Включение в классификацию с целью преуменьшения значимости события.** Адресант, представляя медиасобытие, определяет его посредством соотнесение с родовым понятием, с явлениями более высокого уровня абстракции, указывает на место события в разных классификациях. В результате такого предъявления содержания событие утрачивает актуальность, «остроту», воспринимается как иллюстрация типологии, как элемент некоего класса или разряда. Реализации тактики способствует абстрактная лексика, лексические единицы, обозначающие процессы и объекты интеллектуальной деятельности. В анализируемом контексте в ходе рассуждений о роли Германии в европейском кризисе, позиции Германии, последних событиях в Греции и взаимоотношениях обоих государств, ситуация определяется как возвращение «немецкого вопроса», проводятся параллели, сравнения, говорится о повторении немецкой истории: *Die „deutsche Frage“ ist zurück: Der Wissenschaftler Hans Kundnani vergleicht Merkels Bundesrepublik mit dem Kaiserreich unter Bismarck. Seit einigen Jahren ist in der Politik wieder von der „deutschen Frage“ die Rede und von einer „deutschen Hegemonie“ in Europa. Solche Begriffe implizieren, dass sich Elemente der deutschen Geschichte wiederholen* [Spiegel. 04.02.2015, URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/deutschland-in-der-eurokrise-ist-merkel-wie-bismarck-a-1016336.html>].

**3. Иллюстрирующая теоретизация.** Описываемое событие предъясняется как частный случай действия глобальных законов, следствием природы человека и общества. Важность события преуменьшается, ретушируются признаки / детали самого события, основная цель адресанта – дать теоретическое объяснение ситуации. Продюцент сообщения, представляя массовому адресату собственные рассуждения, использует лексические единицы, описывающие психическую, интеллектуальную сферу, речевую деятельность.

В анализируемом примере описание последних террористических актов сопровождается теоретизацией, в рамках которой продюцент сообщения говорит о новом этапе терроризма – третьем Джихаде, указывает на его сущностные свойства и отличительные признаки двух предшествовавших этапов: *Die Jahre 2003 bis 2005 sind die Schlüsseljahre für den Terror unserer Gegenwart. Als Reaktion darauf entstand die Theorie des „dritten Dschihad“ – nach dem ersten Dschihad gegen die Sowjets in Afghanistan und dem zweiten gegen die Amerikaner im Irak nun der „Dschihad der Armen“.* ... *Der Antisemitismus von rechts und von Muslimen ist durch den Gaza-Konflikt angeheizt und wird noch zunehmen. Es ist das Ende von etwas, das wir gerade erleben, und der Anfang von etwas, das wir nicht kennen* [Spiegel. 16.01.2015, URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/attentat-in-paris-terrorverdacht-in-belgien-wie-islamisten-stoppen-a-1013287.html>].

**4. Морализующая интерпретация и метаисторическая рефлексия.** Медиасобытие предъясняется массовому адресату через призму извлечения уроков из прошлого, предостережений истории, исторического знания, которое должно обобщать опыт и помогать выживать и развиваться. Реализация данной установки может сопровождаться обращением к разделяемым нацией или общечеловеческим ценностям, этическим принципам, процессам всемирной истории, историческим параллелям, а также обобщением (заключение от частного к общему), указанием на повторяемость событий. Морализация – важный инструмент СМИ при осуществлении их основных (воспитательная, просветительская, нормообразующая) функций. Значимость события редуцируется и сводится к обучающей или иллюстрирующей функции. Реализация тактики обеспечивается использованием топонимической лексики, хронимов, лексических единиц, обозначающих логические отношения и взаимосвязи, интеллектуальную деятельность, лексем семантического поля «память».

В приводимом ниже примере речь идет об осуждении основными кредиторами (Европейский центральный банк, Еврокомиссия, Международный валютный фонд) необходимости проведения международной конференции по вопросу реструктуризации государственного долга Греции. Обсуждение не закончилось принятием единого решения, Еврогруппа отвергла данную идею. Автор проводит исторические параллели, вспоминая о конференции по вопросу о долгах и пролонгации долга в 1953 г., когда США, отказавшись от послевоенных долгов, подали пример и другим странам. Продюцент сообщения указывает на необходимость извлечения данного урока из истории (и одна страна в состоянии стимулировать единение всех сторон по какому-либо вопросу) и возможность того, чтобы Германия взяла на себя «роль США», приняла ответственность за других и выступила инициатором конференции:

*Eins zu eins wird sich eine Schuldenkonferenz nicht wiederholen lassen. Doch mindestens eine Lehre lässt sich aus der Geschichte ziehen: Ein einziges Land könnte eine Einigung herbeiführen. Auch 1953 gab es viel Widerstand gegen den Schuldenerlass, unter anderem von den Niederlanden. Am Ende aber setzten sich die Amerikaner durch, die laut Rombeck-Jaschinski „den Schlüssel zur Gesamtregelung in der Hand hielten“.* *Durch ihren eigenen Verzicht auf Nachkriegsschulden überzeugten sie andere Gläubiger, ebenfalls großzügig zu sein. Die Rolle der USA müsste heute Deutschland übernehmen, darauf pocht auch Finanzminister Varoufakis. In einem Interview mit der „Zeit“ forderte er einen „Merkel-Plan nach dem Vorbild des Marshall-Plans“ und sagte, die Bundesrepublik müsse als das mächtigste Land Europas „Verantwortung übernehmen für andere“.* [Spiegel. 04. 02. 2015, URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/griechenland-ist-eine-schuldenkonferenz-die-loesung-a-16326.html>].

**5. Перенос акцента с события на коммеморацию события.** Продюцент сообщения при предъявлении медиасобытия отказывается от его квалифицирования, ограничиваясь констатацией имеющей место традиции, связанной с данным событием. Иницируется восприятие события как повода для соответствующих коммеморативных практик, нацеленных на культивирование места памяти. При этом происходит замещение события внешним знаком, его фетишизация, «привязка» события к искусственному носителю, когда память о событии лишается личных переживаний, функционирует только в рамках этой «привязки». Коммеморация, как политическое средство, характеризуется высоким манипуляционным потенциалом, способствует коллективизации представлений, распространению стереотипов, созданию иллюзии консолидации нации, реализует селективный «менеджмент» исторического прошлого. Коммеморация искусственно опосредует событие и доступ к нему. Как показывает анализ, реализации данной тактики способствует употребление адресантом хрононимов, лексем семантического поля «Память», топонимов, лексики, описывающей психическую сферу, лексических единиц, обозначающих детали хронотопа коммеморации: *Diese Sonderbriefmarke soll an das Attentat auf Hitler vom 20. Juli 1944 erinnern, das sich in diesem Jahr zum 50. Mal jährt. Der Entwurf stammt vom Graphiker Hans Peter Hoh* [Berliner Zeitung, 12.07.1994, URL: <http://www.berliner-zeitung.de/home/10808950,10808950.html>]. В приведенном примере событие (покушение на Гитлера) представляется опосредованно, через указание на выпуск памятной марки, без инициации квалифицирования самого события.

Проведенный анализ позволяет заключить, что самой продуктивной при десенсибилизации адресата по отношению к массовому адресату тактикой является тактика переноса акцента с события на его коммеморацию (32,2%), что объясняется значительным потенциалом ее манипулятивного воздействия и существующей в современном обществе потребностью в ограничении функционирования конкурирующих смыслов, в преодолении противоречивости образов прошлого и настоящего. Тактика морализующей интерпретации и метаисторической рефлексии также является продуктивной (20,7%), поскольку связана с реализацией основных функций СМИ. Наименее частотна тактика нейтрализующей анонимизации (3,5%), что объясняется деструктивной природой объективируемой при этом позиции фатализма. Медиасобытие представляет собой интерпретативный, интенциональный, дискурсивный конструкт. Конструирование медиасобытия связано с селекцией и интеграцией опыта, осмыслением актуальных потребностей социума, формированием новых смыслов, «интериоризируемых» массовым адресатом вместе с предъявляемым содержанием.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Адорно Т. В. Что означает «проработка прошлого» // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2-3. – С. 25–32.  
 Адорно Т. В. Негативная диалектика / пер. с нем. – М.: Академический проект, 2011. – 538 с.  
 Воронцова Т. А. Коммуникативное пространство в лингвопрагматической парадигме // Вестник Удмуртского университета. – 2009. – Вып. 1. – С. 11–16.  
 Дацюк С. Коммуникативные стратегии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://xyz.org.ua/discussion/communicative\\_strategy.html](http://xyz.org.ua/discussion/communicative_strategy.html)  
 Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения: (Интерпретирующий подход к аргументации) // Изв. АН СССР. – Сер. Лит. и языка. – 1982. – Т. 41. 4. – С. 327–337.  
 Витвинчук В. В. Конструирование медиасобытия: специфика социального хронотопа // Вестник Томского гос. ун-та. – Филология. – 2013. – № 2 (22). – С. 104–110.  
 Кальной И. И. Отчуждение: истоки и современность. – Симферополь, 1990. – 287 с.  
 Кемеров В. Память коллективная // Философская энциклопедия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://terme.ru/dictionary/183/word/%CF%C0%CC%DF%D2%DC+%CA%CE%CB%CB%C5%CA%D2%C8%C2%CD%C0%DF>  
 Клюев Е. В. Речевая коммуникация: Учеб. пособие для ун-тов и ин-тов. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 237 с.  
 Мансурова В. Д. «Медийный» человек российской провинции: динамика социального взаимодействия. – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2011. – 207 с.  
 Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2002. – 237 с.



- Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: REFL-book, 1994. – 367 с.
- Пигалев А. И. Философский нигилизм и кризис культуры. – Саратов: Изд-во Саратовского гос. ун-та, 1991. – 324 с.
- Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.
- Хаззагеров Г. Г. Политическая риторика: Часть 1. Аппарат риторики // Библиотека: Теория языка. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://genhis.philol.msu.ru/article\\_115.shtml](http://genhis.philol.msu.ru/article_115.shtml).
- Хасуева М. Х. Модель политической коммуникации и роль феномена суггестии в этой модели // Вестник Пятигорского гос. лингв. ун-та. – 2011. – № 3. – С. 176–181.

УДК 811.111.23

## Практические аспекты глокализации в рамках туристического интернет-дискурса

РОМАДИНА И. Д.

Волгоградский государственный университет (г. Волгоград)

**Аннотация.** В статье рассмотрено понятие «глокализации» в контексте практических исследований туристического дискурса. Глобализирующая и локализирующая тенденции, как составляющие процесса глокализации проявляют себя в гипертекстах, размещенных на сайтах туристических агентств. Проанализированные примеры позволяют сделать выводы о характере различий между локальными и глобальными вариантами туристического дискурса.

**Ключевые слова:** туристический дискурс, глокализация, локализация, глобализация, Интернет.

## Glocalization in Tourist E-Discourse

ROMADINA I. D.

Volgograd State University

**Abstract.** The paper deals with the notion of glocalization in the scope of applied research on tourist discourse. The globalizing and localizing trends as glocalization's basic elements are revealed in hypertexts of touristic agencies websites. The analyzed examples let us make conclusion on the nature of differences between local and global tourist discourse.

**Keywords:** tourist discourse, glocalization, localization, globalization, Internet.

Активное взаимодействие национальных культур в пространстве глобализации привело к стремлению глобализирующей и локализирующей тенденций достичь равновесия, как на уровне конкретной отрасли, так и в мировом масштабе. В попытке концептуализировать данное явление был введен в употребление термин «глокализация», который стал универсальным и не принадлежит к конкретной области знаний. Впервые данный термин был использован английским социологом Роландом Робертсоном в попытке интерпретировать социальный процесс сохранения локальных черт на фоне стремления к их унификации. Глокализация – это одновременное сосуществование противоположных тенденций – тенденций к универсализации и партикуляризации [Robertson 1992]. Глокализация представляет собой феномен мирового масштаба, в соответствии с которым в контексте глобализации вместо ожидаемого исчезновения региональных отличий происходит их сохранение и усиление. Вместо унификации и стандартизации возникают и развиваются явления иного направления, такие как повышение интереса к локальным особенностям, изучение социокультурных характеристик отдельных наций и возрождение диалектов.

Туристическая сфера наиболее наглядно иллюстрирует особенности развития данного процесса. Туристические объекты имеют ценность в глазах представителей иных культур до тех пор, пока имеют свои оригинальные черты и особенности. Унификация разности потенциалов между странами и регионами привела бы к угасанию интереса к путешествиям, и международные туристические компании, как исполнители экономической глобализации, заинтересованы не только в сохранении, но даже усилении региональных отличий.

Интернет интенсифицирует процессы глобализации, открывая новые возможности для развития туристической отрасли и стирая границы между странами и народами. Как универсальный источник обмена информацией, Интернет предлагает своим пользователям все средства для успешного осуществления дистанционного коммуникативного процесса, «развивает интертекстуальность и гипертекстуальность, усиливая внутреннюю структурированность текстов и их связи между собой» [Мечковская 2009: 515]. Сайты тур-фирм занимают ведущие позиции в продвижении туристического продукта, выполняя информативную и сопряженную с ней убеждающую функцию [Митягина 2012: 273].

Весьма характерной с точки зрения феномена глокализации является информация, размещенная на многоязычном сайте международного агентства делового туризма *Carlson Wagonlit Travel*. С одной стороны, отмечается наличие глобализованной версии сайта на английском языке с соответствующей пометкой *Global site*, с другой стороны, возможен выбор страны, языка и переход на локализованные веб-страницы. Рассмотрим взаимосвязь процессов глобализации и локализации контента на примере гипертекстов разделов *Meetings & Events* и *Our Company* данного сайта туристических услуг. Международный характер деятельности выражен общими для всех адресатов сведениями на стандартном Global English:

- *We have feet on the ground in over 75 countries around the world.*
- *We bring you the local negotiating power and world meetings and events expertise you're looking for today.*
- *CWT organizes itself with a variety of products and services tailored to the specific needs of each.*
- *Our Company is a global leader specializing in business travel management.*

В данных фразах мы не находим признаков социокультурной маркированности, которые позволили бы конкретизировать этнические и лингвокультурологические характеристики целевой аудитории. Напротив, информация отражает рациональные интенции информирования «глобального» клиента и рекламирования услуг в контексте целерационального коммуникативного действия.

В локализованных иноязычных версиях находит индивидуальное отражение ключевой смысловой компонент «Local»:

- *Notre structure est présente à Paris, Lyon et Strasbourg pour plus de disponibilité et de réactivité, toujours plus près de vous.*
- *L'activité de la filiale française du groupe mondial CWT Meetings & Events n'a pas de frontières.*
- *Dirigé par Bertrand Mabillet, Carlson Wagonlit Travel France est organisé en 3 Business Units.*

Реципиент франкоязычного гипертекста получает информацию о географической локализации филиалов агентства в городах Франции, которая подчеркивает стремление к обеспечению индивидуального подхода к клиентам и удобство использования предлагаемых услуг.

В русскоязычном дискурсе данная информация также локализована, что подтверждают следующие информативные конструкции:

- *Мы готовы предложить вам сильную партнерскую поддержку в России.*
- *CWT в России сейчас – это одно из крупнейших агентств по управлению деловыми поездками, конференциями и мероприятиями.*
- *4 офиса полного спектра услуг в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре и Южно-Сахалинске.*

Интернет-дискурс сайта Российской круизной компании Инфофлот, имеющей представительство за рубежом, также интересен с точки зрения исследуемого феномена. Глобализованный англоязычный вариант дискурса отличается более кратким характером изложения в отличие от оригинального русскоязычного текста; при этом он заключает в себе наиболее важную генерализованную информацию о конкретных туристических услугах. Демонстративными являются социокультурные отличия в гипертекстах на обоих языках. В русскоязычном тексте преобладает эксплицитное обращение к жителям России, выраженное различными способами. В частности, подчеркивается удобство географического расположения и преимущества путешествий в пределах своей страны:

- *Все эти удовольствия можно получить, не уезжая «за семь морей».*
- *Поехать на дачу или оказаться в круизе, проехав несколько станций метро.*
- *Отсутствие необходимости оформлять дополнительные документы (загранпаспорта, визы), совершать длительный и затратный переезд к месту отдыха, проходить утомительный пограничный контроль.*

Очевидно, что целевая аудитория данного описания положительных характеристик ограничивается кругом российских путешественников, поскольку вышеперечисленные условия и предпосылки не окажут воздействия на практические и ценностные установки иноязычного адресата. Лингвокультурная связь между реципиентом и дискурсом также проявляет себя в употреблении словосочетания «наша страна» при описании природных объектов и акцентировании их отличительных черт, а также наличии таких реалий, как *за семь морей*, *дача* и др. В этом заключается специфический характер локализованности конкретного дискурса по сравнению с глобальным мультинаправленным текстом.

О глобализованном характере англоязычного гипертекста мы можем судить, анализируя его информативные и имплицитные аппеллятивные элементы:

- *If you want to explore a new country...*
- *A river cruise in Russia gives you a unique opportunity to get acquainted with this country.*
- *Russia has a well-developed network of internal waterways.*

Данные фразы подчеркивают взгляд на страну извне, от лица иностранных граждан.

Исследуя практические аспекты глокализации в рамках туристического дискурса, особое внимание следует уделить названиям географических объектов – топонимам. Очевидно, что их присутствие в тексте на оригинальном языке является необходимым и оправданным с точки зрения повышения степени информативности, в то время, как для глобализованной версии приемлемы два варианта развития дискурса с точки зрения обеспечения его высокого прагматического потенциала – топонимы либо дополняются описаниями, либо вовсе отсутствуют. Примерами первого сценария служат такие глобализованные географические названия, как:

- *Karelia (the region in the northwest of Russia); Ladoga (the largest lake in Europe);*
- *Abramtsevo, a Moscow Region estate;*
- *medieval city of Provins;*
- *Martinique, a French-Caribbean island;*
- *Yasnaya Polyana, estate of Leo Tolstoy.*

Подобное семантическое развитие способствует актуализации когнитивной составляющей социокоммуникативной компетенции поетнциального клиента. Кроме того, как утверждает С. Влахов, «В тех случаях, когда на данной реалии сосредоточено внимание автора (а, следовательно, и читателя), когда она несет значительную смысловую нагрузку, автор может и в самом тексте дать более детальное объяснение» [Влахов 2012: 211].

С другой стороны, употребление некоторых топонимов в глобализованном гипертексте может показаться нерелевантным. Такие названия российских рек, как *Сухона*, *Северная Двина*, *Обь*, *Лена*,

а также наименования малоизвестных регионов и поселений зачастую не находят отражения на Global English. Данная стратегия обусловлена тем фактом, что, как правило, только носители русского языка извлекут имплицитную информацию о ценности данных объектов: расположение, природные особенности, климат и т. д., т. е. привычное содержание информационно-рекламных материалов, нацеленных на совершение потенциальными клиентами конкретных действий. В рамках глобальной версии сайта, предназначенной для адресата международного уровня, данные названия останутся инокультурными топонимами, не будучи раскрытыми с прагматической точки зрения.

Изучение туристического интернет-дискурса с точки зрения глокализации позволяет понять диалектическую природу данного феномена и его значимость для исследования эволюции данного жанра дискурса в современных реалиях. Рассмотренные примеры позволяют установить существенные отличия между локальными и глобальными гипертекстами веб-сайтов туристических агентств. Первые содержат характерные признаки нацеленности на потенциальных адресатов конкретной страны – географическая локализация филиалов агентства, наличие лингвокультурных реалий и топонимов, нерелевантных с точки зрения смысловой нагрузки для иноязычных адресатов. В глобализованных версиях, напротив, подобные субъективные характеристики сглажены и заменены нейтральными информационно-рекламными сведениями. Исключением являются случаи конкретизации значений отдельных топонимов, осуществленной с целью максимального сохранения прагматики исходного текста.

В ходе сравнительного анализа гипертекстов, размещенных на указанных сайтах туристических агентств, было выявлено, что информационно-рекламные гипертексты глобальных сайтов, нацеленные на аудиторию англоязычных государств (США, Англия, Австралия, Канада и др.) являются идентичными, за исключением контактной информации в соответствующих разделах.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. – М.: Валент, 2012. – 406 с.  
Мечковская Н. Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета. – М.: Флинта-Наука, 2009. – 584 с.  
Митягина В. А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. – 356 с.  
Митягина В. А. Глобальные и этнокультурные характеристики жанров туристического дискурса в Интернете // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М.: Флинта-Наука, 2012. – С. 271–291.  
Robertson R. (1995) Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. Featherstone et al. (ed.) Global Modernities. – London: Sage. – pp. 25–44.

#### ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

- <http://www.carlsonwagonlit.com>  
<http://www.infoflot.com>  
<http://www.russian-river-cruises.com/destinations>  
<http://www.vmdpni.ru>  
<http://www.laroutedesgourmets.fr/en>  
<http://us.rendezvousenfrance.com/en>  
<http://www.bestrussiantour.com>

## Синтаксические аспекты аббревиации (на материале текстов спортивной тематики)

САВИНА Е. В., НОРКИНА Е. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В последние десятилетия спортивный перевод приобрел большое значение и внушительные объемы. Тексты спортивной тематики часто содержат различного рода аббревиации. Ведутся поиски более эффективных способов перевода аббревиатуры, возникают новые приемы ее передачи. Цель данной статьи заключается в разработке наиболее продуктивных методов и стратегий перевода французских аббревиатур спортивной тематики на русский язык. Источником для анализа послужили французские спортивные интернет-порталы и сайты.

**Ключевые слова:** аббревиатура, аббревиация, сокращение, транслитерация, транскрипция, эквивалентное сокращение, описательный и комбинированный перевод.

## Syntactical Aspects of Abbreviation: A Study of Sports Texts

SAVINA E. V., NORKINA E. A.

Mordovia State University

**Abstract.** Recently, the sports translation found great value and impressive volumes. Sports texts often contain different shortened words. It searches more effective ways of the abbreviation translation; new ways appear. The purpose of this article is to develop the most effective translation methods and strategies of French sports abbreviation into Russian. The source for the analysis is represented by the French sport Internet portals and sites.

**Keywords:** abbreviation, shortened word, transliteration, transcription, equivalent abbreviation, descriptive and combined method.

До настоящего времени остается недостаточно изученным механизм формирования значения аббревиатуры. Появляется потребность переводческой практики в эффективном и надежном решении, обеспечивающем максимально адекватный перевод аббревиатур. Наша статья – одна из попыток представить способы передачи на русский язык французской аббревиации спортивной тематики.

Аббревиатуры, как и любые языковые сокращения, появляются в словарном фонде вследствие действия «закона» языковой экономии. У людей возникает совершенно естественное и понятное стремление экономить время, энергию, нервы, усилия, бумагу, избавившись от повторения ставших трафаретными выражений. Языковая практика свидетельствует о том, что наилучшей формой реализации этого стремления является создание в языке кратких кодообразных знаков для данных словосочетаний. Этим знаком стало аббревиатурное слово [Алексеев 1978: 113–138].

Практически во всех древнеписьменных языках было зафиксировано стремление к созданию кратких языковых знаков. Это нашло отражение и в словарях. В. Даль определяет аббревиатуру, как «сокращение, укорочение и пропуски в письме; обозначение слов начальными буквами, связью, условными знаками; письмо под титлами» [Даль 1994: 39].

«Словарь иностранных слов» под редакцией И. В. Лехина, Ф. Н. Петрова предлагает такое определение: «Аббревиатура – сокращение, употребляемое в письме, в устной речи, напр. АТС (автоматическая телефонная станция)» [Словарь иностранных слов 1955: 9].

В 1971 г. словарь «Le Grand Larousse de la langue française» определяет термин l'abréviation следующим образом: 1) Suppression d'une partie d'un mot, d'une expression: *autobus* donne *bus*; 2) Groupe de lettres auquel sont réduits un mot composé, une expression abrégée: U. S. A. est l'abréviation de United States of America [цит. по: Doppagne 2007: 64].



В 1982 г. словарь «Le Grand Dictionnaire encyclopédique Larousse» уточняет значение термина: «Réduction graphique d'un mot ou d'une suite de mots; mot, suite de lettres ou lettres résultant de cette réduction: l'abréviation de «kilogramme» est «kilo»» [Le Grand Dictionnaire encyclopédique Larousse 1982: 12].

Также следует обратить внимание на неточность, из-за которой в ряде толкований отождествляются разные понятия – аббревиатура и аббревиация. Как справедливо замечает О. С. Ахманова «аббревиатура есть слово, лексическая единица, а аббревиация – процесс, образование аббревиатур» [Ахманова 1966: 128].

Современная аббревиация берет свое начало, с одной стороны, в древнеписьменных традициях, а с другой – в живом устном языке, в разговорной речи. Это процесс рациональный, потому что протекает целеустремленно и контролируется носителями языка. Каждая новая аббревиатура возникает как следствие сознательной деятельности языкового коллектива [Шадыко 2001: 87].

Основным источником синтаксической аббревиации современных русского и французского языков являются словосочетания, обозначающие предметы и явления. Словосочетание может породить аббревиатуру только при следующих условиях:

- словосочетание должно иметь единое значение;
- оно должно обладать достаточной частотностью;
- словосочетание должно быть социально значимым для лиц, употребляющих его;
- когда возникает необходимость экономить время, энергию и усилия на передачу информации

[Шеляховская 1962: 269].

Процесс сокращения слов, входящих в словосочетание, может быть различен. В зависимости от этого получаем определенные типы аббревиатур: 1) слоговые аббревиатуры; 2) инициальные аббревиатуры; 3) смешанные аббревиатуры; 4) частично–сокращенные аббревиатуры [Там же: 303].

Из практики хорошо известно, что синтаксические аббревиатуры являются одним из наиболее трудных для понимания и перевода элементов иностранных текстов. Полное понимание сокращенных лексических единиц возможно лишь при отличном знании предмета, которому посвящен конкретный текст, а также в том случае, когда переводчику заранее известно значение используемых в тексте аббревиаций. Аббревиатуры легче воспринимаются визуально, чем аудиально. Этим можно объяснить использование аббревиатур преимущественно в письменной речи и сравнительно незначительное их число в устной речи.

В результате сплошной выборки со спортивных сайтов ([www.euro-football.ru/champ/france.htm](http://www.euro-football.ru/champ/france.htm), [www.francefootball.fr](http://www.francefootball.fr), [www.lequipe.fr](http://www.lequipe.fr), [www.franceball.ru](http://www.franceball.ru), [tv5.org](http://tv5.org)) все выявленные аббревиатуры можно классифицировать таким образом:

- 1) общие спортивные аббревиатуры: *JO, CIP, CIO*;
- 2) футбол: *FIFA, UEFA, FC, LI, OL, OM, PSG, CM, VA, AS, L2, CDL, LFP, CF*;
- 3) теннис: *ATP, WTA*;
- 4) регби: *PSA, RCT, ANG, IRB, FFR*;
- 5) мотоспорт: *FI, GP, FIA, FIM, WTCC, WRC, TT, FMX*;
- 6) баскетбол: *NBA, LFB, CSP, INSEP, FFBB, FIBA*;
- 7) гольф: *PGA, LPGA, LET, USPGA, EPGA*;
- 8) легкая и тяжелая атлетика: *LD, PML, IAAF, MPM, AMA, EPF, AEA*;
- 9) хоккей: *NHL, MVP, CS, FIH*;
- 10) парусный спорт: *ESS, RSX, IDEC, ISAF*;
- 11) плавание: *FINA, DHEA, LEN, CDF*;
- 12) борьба: *FILA, EBC, FFAAA*;
- 13) конный спорт: *FEI, GCT, HDC, CSIO*;
- 14) волейбол: *CEV, PO, CI, FIVB*;

- 15) фехтование: *FIE*;
- 16) гимнастика: *FIG*;
- 17) гребля: *FISA*;
- 18) шахматы: *FFE*;
- 19) конькобежный спорт: *UIP*;
- 20) триатлон: *FFTri*.

Как показал наш анализ, наиболее часто синтаксические аббревиатуры употребляются в футбольной сфере.

Кроме того, нами выявлена одна аббревиатура-неологизм: *PML (Pascal Martinot-Lagarde)* – Паскаль Мартино-Лагард (французский легкоатлет, который специализируется в беге на 110 метров с барьерами; чемпион мира среди юниоров 2010 г.; в 2013 г. установил личный рекорд – 13, 12; в 2012–2014 гг. чемпион Франции в беге на 60 метров с барьерами).

Прежде всего, необходимо подчеркнуть, что не следует стремиться в каждом случае передавать иностранные сокращения на русском языке также сокращением. Обладая почти исключительно назывной функцией, подобно и даже в большей степени, чем термин и имя собственное, аббревиатура переводится эквивалентом – названием того же референта на ПЯ, а при отсутствии такого же – нередко названием близкого понятия. По существу, переводом это можно назвать лишь условно, поскольку аббревиатура, как правило, собственного значения не имеет, а является уменьшенным отражением значения исходной единицы – соотношение, которое должно сохраниться и в переводе на русский язык также сокращением [Рущаков 2005: 34].

В процессе перевода французской аббревиации, функционирующей на спортивных сайтах, мы прибегли к следующим способам.

1. Передача аббревиатуры эквивалентным русским сокращением: *Orphelin d'un entraîneur depuis que Christian Gourcuff avait refusé de prolonger, le FC Lorient a annoncé son successeur ce dimanche.* – После ухода тренера ФК «Лорьян» Кристиана Гуркюффа команда долго искала нового и, наконец, в воскресенье представила публике преемника (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи); *Le processus sera bouclé d'ici l'été 2015 et un choix définitif devra être rendu en septembre suivant au CIO.* – Данный процесс отложен до лета 2015 г., и в сентябре следующего года в МОК будет озвучен окончательный выбор; *Les erreurs que nous avons faites en LDC ont été analysées, nous en avons discuté avec les joueurs.* – Ошибки, совершенные в ЛЧ, были проанализированы и обсуждены с игроками.

На наш взгляд, передача французской аббревиации эквивалентной русской аббревиатурой приемлема в том случае, если аббревиатура хорошо известна в русском языке, следовательно, читатель или слушатель поймет, о чем идет речь.

2. Транслитерация – заимствование аббревиатуры с сохранением латинского написания: *Los Angeles mène 1–0 dans la finale de NHL qui l'oppose aux New York Rangers.* – В матче финала НХЛ между «Лос-Анджелес» и «Нью-Йорк Рейнджерс» 1: 0 ведет «Лос-Анджелес»; *L'homme d'affaires et propriétaire de Manchester United et des Tampa Bay Buccaneers, Malcolm Glazer, est décédé ce mercredi à l'âge de 86 ans, a annoncé la franchise de NFL.* – Как сообщает официальный источник НФЛ, в среду на 86 году жизни скончался владелец футбольных клубов «Манчестер Юнайтед» и «Тампа Бэй Баккэнирс» Малкольм Глейзер; *La FINA est la Fédération internationale de natation, fondée à Londres le 19 juillet 1908, à l'initiative des pays participants aux Olympiades de 1908: l'Allemagne, la Belgique, le Danemark, la Finlande, la France, la Grande-Bretagne, la Hongrie et la Suède.* – ФИНА – международная ассоциация плавания – основана в Лондоне 19 июля 1908 г. по инициативе стран-участников Олимпиады 1908 г. – Германии, Бельгии, Дании, Финляндии, Франции, Великобритании, Венгрии и Швеции; *La FIBA est une association indépendante, à but non lucratif, qui regroupe 213 fédérations nationales de basket-ball à travers le monde.* – ФИБА – независимая некоммерческая ассоциация, объединяющая 213 национальных баскетбольных федераций.

Итак, выше представленные аббревиатуры имеют международный статус, следовательно, известны широкой аудитории. В связи с этим при передаче данных аббревиатур мы использовали прием транслитерации.

3. Описательный перевод: *En s'imposant 3–1 sur la pelouse de Lille, le PSG a battu le record de points sur une saison établi par Lyon en 2005–2006.* – После победы в г. Лилле со счетом 3–1 французский футбольный клуб «Пари–Сен-Жермен» побил рекорд сезона по забитым мячам, установленный в г. Лионе в 2005–2006 гг.; *Le CFA est composé de 4 groupes de 18 équipes, soit 72 au total.* – На любительском чемпионате Франции по футболу участвует 4 группы, в каждой из которых по 18 команд, а всего их – 72; *La WTA signe en 1974 son premier contrat de retransmission télévisée avec CBS, jusqu'en 2012 le circuit WTA est diffusé sur Eurosport.* – В 1974 г. женская теннисная ассоциация подписывает с СИ–БИ–ЭС свой первый контракт на телевизионную ретрансляцию, а с 2012 г. уже транслируется на канале Евроспорт; *Par ailleurs, l'IRB publie chaque semaine depuis la coupe du monde 2013 un classement des équipes nationales de rugby à XV masculin qui permet d'évaluer les nations les unes par rapport aux autres.* – К тому же, в 2013 г. международный совет регби опубликовал рейтинг XV мужского кубка чемпионата мира национальных команд по регби.

Итак, к описательному переводу мы прибегли в тех случаях, когда аббревиатура в русском языке не совсем понятна читателю, а контекст не раскрывает ее семантики.

4. Комбинированный способ: *La FIE compte dans ses rangs 148 fédérations nationales reconnues dans leur pays par leur Comité national olympique.* – МФФ (Международная федерация фехтования) состоит из 148 национальных федераций, признанных Национальным олимпийским комитетом (эквивалентное соответствие + описательный перевод); *L'UIP est la fédération internationale des disciplines sportives suivantes: patinage artistique et danse sur glace, patinage synchronisé, patinage de vitesse sur longue et courte piste.* – Международный союз конькобежцев ИСУ – федерация, контролирующая следующие дисциплины: фигурное катание, танцы на льду, синхронное фигурное катание, скоростной бег на коньках на длинную и короткую дистанции (описательный перевод + эквивалентное соответствие); *La LEN supervise tous les sports comprenant de la natation en Europe: natation sportive, natation synchronisée, plongeon et water-polo.* – Европейская федерация водных видов спорта ЛЕН контролирует все водные виды спорта в Европе: спортивное плавание, синхронное плавание, дайвинг и водное поло (описательный перевод + транслитерация); *Les principaux styles que la FILA gère et développe sur le plan international sont la lutte libre, la lutte gréco-romaine, la lutte féminine, le grappling, le combat grappling, le pancrace, la lutte sur sable, la lutte à la ceinture, ainsi qu'un large éventail de styles de lutte traditionnelle pratiqués à travers le monde.* – Главными спортивными видами борьбы, которые контролирует и развивает ФИЛА (Международная федерация объединенных стилей борьбы), являются вольная борьба, греко-римская борьба, женская борьба, грэпплинг, пляжная борьба, борьба на поясах и др. (транслитерация + описательный перевод).

Поскольку появившиеся в последнее время аббревиатуры-неологизмы не нашли широкого отражения в словарях, в этом случае мы обратились к комбинированному способу их перевода с целью глубокой передачи смысла, чтобы у читателя не возникли трудности с пониманием данных аббревиатур.

Таким образом, продуктивными способами передачи французских спортивных аббревиатур на русский язык являются: эквивалентное соответствие (применяется, когда русская аббревиатура известна широкому кругу читателей/слушателей), транслитерация (используется при передаче аббревиатуры, имеющей международный статус), описательный перевод (используется для углубленного раскрытия семантики, когда аббревиатура не совсем понятна читателю/слушателю), комбинированный метод (применяется при переводе аббревиатур-неологизмов и является подробной расшифровкой французских аббревиатур для полного раскрытия их значения).

ЛИТЕРАТУРА

- Алексеев Д. И. О месте аббревиации в системе русского словообразования: Сб. науч. тр. Куйбышевского пед. ин-та. – Куйбышев, 1978, Т. 133. Актуальные вопросы словообразования, синтаксиса и стилистики современного русского языка, – 239 с.
- Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Сов. энциклопедия, 1966. – 607с.
- Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. – СПб. – М. .: Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1994. – Т. 1. 560 с.
- Словарь иностранных слов / Под ред. И. В. Лехина, Ф. Н. Петрова – М.: Госиздат иностр. и нац. словарей, 1955. – 856 с.
- Шадыко С. Аббревиатуры в русском языке: в сопоставлении с польским: Дис. ... докт. филол. наук. – Варшава, 2001. – 365 с.
- Шеляховская Л. А. Структурные типы сокращенных слов в современном русском языке // Филологический сборник. Алма-Ата, 1962. – Вып. III. – 112 с.
- Doppagne A. Majuscules, abbréviations, symboles et sigles. Paris: Hachette, 2007. – 96 p.
- Le Grand Dictionnaire encyclopédique Larousse. Paris: Hachette, 1982. – 1910 p.
- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.euro-football.ru/champ/france.htm>
- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.francefootball.fr>
- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lequipe.fr>
- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://franceball.ru>
- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tv5.org>

УДК 811.112.2'42

## Образ России и русских в заголовках немецкой прессы (на материале газеты «Bild»)

СВИНКИНА М. Ю.

Волгоградский государственный университет (г. Волгоград)

**Аннотация.** Глобальное информационное пространство может оказывать значительное влияние на формирование и репрезентацию образа страны в определенной лингвокультуре. Использование в заголовках СМИ метафор и метонимий особой стилистической окраски приводит к созданию медиаобраза уничижительного и пренебрежительного характера.

**Ключевые слова:** инокультурность, медиаобраз, моделирование действительности, метафора, метонимия.

## Media Image of Russia and Russians in the German Newspaper “Bild”

SVINKINA M. Y.

Volgograd State University

**Abstract.** The global information field may make a significant impact on the creation and the representation of country's image in the particular linguaculture. Metaphor and metonymy of some stylistic coloration create a slighting and pejorative image in the media.

**Keywords:** different culture, media image, representation of reality, metaphor, metonymy.

В последнее время размышления о глобализации мира присутствуют в трудах многих исследователей. Условно научное сообщество можно разделить на два лагеря – тех, кто рассматривает процесс глобализации исключительно негативно, и тех, кто видит в этом процессе положительные моменты. Глобализация как процесс ускорения экономической и социальной интеграции посредством технологических инноваций, торговли, финансовых операций между странами ведет к росту коммуникативных возможностей и в то же время требует глубокого осмысления новых принципов межкультурной

коммуникации. Повышенная частотность интеракций между нациями приводит к появлению социально-экономической и информационной «мировой культуры» [Шамне 2004: 75]. В этой связи опасность глобализации может заключаться в унификации культур, утрате самобытности нации. Кроме того, глобальное информационное пространство позволяет СМИ ведущих мировых держав моделировать и пропагандировать определенные образы той или иной страны, апеллировать к желаемым духовным и культурным ценностям. В основу формирования образа зачастую положено понятие инокультурности как фактора национальной идентичности, который может сплотить социальную группу перед лицом «чужого», представителя другой культуры. В рамках характеристики инокультурности особый интерес представляет анализ восприятия данного феномена через образ определенной страны.

Богатый материал для исследования представляют новостные источники зарубежных стран, изучение которых позволяет выделить основные тенденции в формировании и репрезентации образа той или иной страны в определенной лингвокультуре. В рамках статьи остановимся на анализе заголовков статей немецкоязычной прессы (на материале немецкой газеты «Bild») за период 2014 года с использованием номинативных единиц *Russen*, *Russland*.

Традиционно в СМИ Германии России, так же как и Германии в русскоязычной прессе, отводилось значительное место, что объясняется ведущими политическими ролями обеих стран на международной арене и многолетней историей российско-германских отношений в экономической и социальных сферах. Безусловно, в различные временные периоды фокус подачи информации менялся, выступая индикатором общественного мнения на происходящие в мире события. 2014 год был представлен в объективе журналистов, в первую очередь, как год проведения Зимних Олимпийских и Паралимпийских Игр в Сочи, событий в Крыму и в Украине, введения США и ЕС санкций против России и резкого изменения курсов валют.

Материалом исследования послужили публикации электронной версии газеты «Bild» без ограничений по тематике статей. Для поиска необходимых контекстов использовался метод сплошной выборки. Для анализа было отобрано 62 статьи с субстантивом *Russen* или хоронимом *Russland*. Обращение к газете «Bild» объясняется рядом причин. «Bild» – это крупнейшая ежедневная газета Германии. По данным, размещенным на официальном сайте издания, читательская аудитория газеты без учета читателей электронной версии составляет 12,1 млн. человек ежедневно. Газета «Bild» выходит в печать с 1952 г. и позиционирует себя как «Газета для всех» (*Eine Zeitung für alle*). На сайте издания можно найти красноречивое подтверждение популярности данной газеты у читателей: «Bild» читает большее количество молодежи и людей с высшим образованием, чем «Frankfurter Allgemeine Zeitung», большее число женщин отдают свое предпочтение газете «Bild», нежели женскому журналу «Brigitte». В 2004 г. издание было удостоено премии в номинации «Честное журналистское расследование», а в 2006 получило награду за уникальный стиль в подаче материала в номинации «Лучшие заголовки».

Заголовок является самой главной частью новости. Именно притягательность и броскость заголовка определяют, будет ли данная статья прочитана аудиторией. Кроме того общепризнано, что в большинстве случаев само новостное сообщение не читают, а получают представление о происходящем по заголовкам. По мнению известного социолога Т. М. Дридзе, заглавие выступает концентрированным выражением смысла сообщения, заполняя лакуны с недостающими битами информации [Дридзе 1984: 145]. С точки зрения А. В. Ламзиной, заглавие – это первый знак сообщения, благодаря которому у читателя появляются представления о тексте и предпонимание его интерпретации [Ламзина 1999: 97]. Каждый заголовок, представляя собой тщательно сконструированное высказывание, способен вести мыслительную деятельность реципиента «по строго заданному пути», выполняя как информативную, так и манипулятивную функции. Хороший заголовок должен оказывать влияние на читателя, передавать экспрессию текста и задавать эмоционально оценочную доминанту.

В зависимости от выбранного в СМИ фокуса подачи материала читатель зачастую неосознанно воспринимает реальность только с предложенной ему стороны. При этом реальность задается опре-



деленными понятийными рамками с использованием клише и штампов, которые, по мнению журналиста, хочет услышать публика. Обращение к клише объясняется поиском уже известных граней действительности, которые уже однажды были восприняты читателем, и есть шанс, что публика «заглотнет наживку» еще раз.

В коммуникативистике отбор информационных сообщений для публикации, в особенности освещение событий за рубежом объясняет теория новостной ценности (*die Nachrichtenwert-Theorie*). В рамках этой концепции анализируются параметры события, на которые опираются журналисты в своем выборе, а также на основании которых произошедшее приобретает достаточную значимость того, чтобы об этом сообщить. Если событие будет соответствовать определенным критериям, то оно сможет преодолеть новостной барьер и приобрести «новостную ценность» (термин введен У. Липманом). Концепция новостных факторов была подробно разработана в 1960-х гг. норвежскими экспертами Й. Гальтунгом и М. Руге [Kunczik, Zipfel 2005: 245]. Они изучили мировые новости и определили, благодаря каким критериям те или иные события попали в заголовки СМИ. К этим критериям можно отнести негативизм, неожиданность произошедшего, значимость события и его прямых последствий для жизненной ситуации реципиентов, созвучие ожиданиям и пожеланиям публики, персонификация. Что касается критерии такого параметра, как объективность СМИ, то немецкий философ и журналист Ф. Альт отмечает, что объективность – это то, что нравится, что играет на руку, что охотно слышат, то, что подтверждает собственное мнение. Необъективным у зрителей, предпринимателей и активных граждан, у правых и левых считается то, что не нравится, то, что вредит собственным интересам, что неохотно слушают, то, что подвергают сомнению [Kunczik, Zipfel 2005: 257].

Как сообщает немецкий исследовательский центр Forsa, по итогам 2007 года 84% немцев считают, что образ России в СМИ Германии представлен через призму стереотипов. 49% отметили, что СМИ сообщают необъективную информацию о РФ, 44% опрошенных признали, что в СМИ целенаправленно создается негативный образ России [Forsa 2007]. Исследования Института демоскопии в Алленсбахе 2014 года показали, что образ России в прессе Германии значительно ухудшился. 55% немцев видят в лице России угрозу, и лишь 10% – надежного партнера для сотрудничества. 75% считают, что взаимоотношения между двумя странами испорчены. В то же время опрос не дает права говорить об образе России только с отрицательной коннотацией. Большое количество немцев отмечает политическую значимость России, богатые культурные традиции, патриотизм и гостеприимство со стороны россиян [IfD Allensbach 2014].

Проанализированные заголовки публикаций газеты «Bild» позволяют сделать вывод о формировании скорее негативного образа России в зеркале немецкой общественности. Об этом свидетельствуют такие заголовки, как *Wer stoppt Russland?*, *Warum Putin mit einem brutalen Feldzug ein neues Imperium erschaffen will*, *Was will der Russen-Minister von den Schwaben?* и др.

Рассмотрим языковые приемы и средства моделирования образа России и россиян на страницах «Bild».

**1. Заголовки с хоронимом *Russland*.** Как известно, выделение какого-либо аспекта или элемента события в заголовке иногда обусловлено прагматическими целями автора текста, направленными на усиление интереса читателя к заголовку.

В заголовке *Poroschenko: „Russland hält sich an keine Absprachen“* (Порошенко: Россия не сдерживает никаких обещаний) содержится прямая отрицательная характеристика России как страны, на которую нельзя положиться. Подзаголовок *Ukraine-Präsident warnt bei BILD vor „totalem Krieg“* – «Президент Украины предостерегает о начале “тотальной войны”» указывает на Россию как потенциальную угрозу, причем в глобальных масштабах. Данную модель заголовка можно охарактеризовать как *заголовок-утверждение*.

Одной из излюбленных стратегий «бульварной прессы» является обращение к авторитету, именуемое *argumentum ad verecundiam*. В качестве авторитетной персоны журналистами «Bild» был вы-

бран М. Б. Ходорковский, чье мнение по поводу нынешней социально-политической ситуации в России было представлено в статье под заголовком *Russland ist eine Räuberhöhle* – «Россия – это бандитский притон». Примечательно, что данная метафора употребляется без кавычек, указывая на необходимость трактовать высказывание буквально. По определению Н. Д. Арутюновой [1990: 146], «метафора – это приговор без суда». Метафора очень эффективна при воспроизведении образа, передаче прагматической установки. Данный факт позволяет классифицировать приведенный пример как *заголовок-оценка*.

**2. Заголовки с субстантивом *Russen*.** Большая часть публикаций «Bild» со ссылкой на события в России в качестве названия транслирует субстантив *Russen*. Например, *Was will der Russen-Minister von den Schwaben?* – «Что нужно министру русских от швабов?»; *Putin schickt Russen-Bomber an Obamas Grenze* – «Путин послал бомбардировщик русских на границу с Обамой»; *Zebbras fliehen vor 400 Russen-Models* – «Зебры (немецкий футбольный клуб «Дуйсбург») сбежали от 400 русских моделей»; *Russen-Rebellen lassen Gefangene frei* – «Русские повстанцы отпустили пленных» и др.

Грамматически корректнее в такого рода контекстах было бы употребление прилагательного *russisch* в сочетании с используемыми существительными. Об этом свидетельствует, в частности, словарь Duden, указывая на большую частотность употребления *russisch* в подобных конструкциях [Duden – online]. Мы можем предположить, что данный компонент был выбран «Bild» неслучайно. Субстантив *Russen* в переводе соответствует субстантивированному существительному *русские*, а не *россияне* в смысле гражданской, государственной принадлежности. В результате создается определенная стилистическая окраска уничижительного, пренебрежительного характера. Россия предстает не как многонациональное государство, а как страна – угроза мировой безопасности, где зло исходит от русских как представителей конкретной национальности, представляющей основное население России. Даже смену погодных условий журналисты связывают с циклоном, надвигающимся со стороны России: *Russen-Kralle trennt Deutschland. Dann dreht der Wind auf östliche Richtungen, kommt aus Russland. Da gibt es jetzt schon Dauerfrost und jede Menge Schnee. Dann dreht der Wind auf östliche Richtungen, kommt aus Russland. Da gibt es jetzt schon Dauerfrost und jede Menge Schnee. Diese eisige Russen-Kralle streckt sich nach Deutschland aus und trennt das Land in kalt und warm* – «Русский циклон разделит Германию. Ветер придет из России и принесет за собой продолжительное похолодание и обильные снежные осадки. Ледяное дыхание России достигнет Германии и разделит страну на теплую и холодную части».

В данном случае моделирование негативного медиаобраза России осуществляется за счет употребления метафоры *Russen-Kralle* – русский коготь (букв.). Подобную модель можно охарактеризовать как *заголовок-оценка*.

**3. Имя собственное в заголовке как синоним России.** В последние годы имя В. В. Путина все чаще можно встретить в заголовках зарубежных СМИ. Семантическое пространство гиперонима *Путин* включает в себя дополнительные семантические области – русский народ, российская армия, правительство РФ и саму страну Россия. Например: *Das ist der neue Putin-Panzer* – «Это новый танк Путина»; *Krise in der Ukraine: Putins zerstörerisches Werk* – «Кризис на Украине: разрушительное деяние Путина»; *PUTINOCCHIO: Wie der Kreml-Chef die Welt belügt* – «Путиноchio или как кремлевский шеф обманывает мир». Подобная метонимия (Путин – российское государство) выступает одним из наиболее употребительных языковых средств скрытого воздействия на адресата в силу возможности имплицитного навязывания автором статьи мнения, воспринимаемого реципиентом как естественное и свое собственное. В проанализированных заголовках фигура Путина отражает образ политика-диктатора, который готов на любые меры для осуществления задуманного.

Образное моделирование того или иного феномена широко представлено в средствах массовой коммуникации, особенно яркие примеры дают нам заголовки. При этом степень осознанности и воплощенности образов в представлениях говорящего субъекта все время варьируется. Образные проекции могут как мелькать на подсознательном уровне, так и ярко выступать на поверхность, определяя перспективу всего окружающего смыслового ландшафта. Медиаобраз как особый способ представления

реальности сквозь проекцию СМИ отличает переменная сфокусированность на более релевантных для автора событиях. Посредством тактики акцентирования негативной информации, тактики обращения к эмоциям адресата за счет употреблений в информационных текстах СМИ языковых тропов, таких как метафора и метонимия, происходит моделирование заданного образа страны.

Анализ заголовков статей в газете «Bild» как одно из возможных направлений исследования формирования в СМИ образа страны показал, что употребление журналистами таких номинативных единиц, как *Russen* и *Russland* выступает своего рода способом привлечения внимания читателя к внешне-политическим проблемам, а также является средством навязывания определенного политического мнения широким массам читателей.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д. Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.
- Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. – М.: Наука, 1984. – 267 с.
- Ламзина, А. В. Заглавие // Введение в литературоведение. Литературное произведение: Основные понятия и термины: учебн. для филол. спец. вузов. – М., 1999. – 556 с.
- Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: уч. пособие. – Свердловск: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1990. – 172с.
- Шамне Н. Л. Межкультурная и транскультурная коммуникация: к определению понятий // Вестник Волгогр. гос. ун-та. – Серия 2. Языкознание. – Вып. 4. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. – С. 73–80.
- Duden – online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.duden.de/>
- F. A. Z. Institutes Prime: Zunehmende Entfremdung. IfD Allensbach – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx\\_reportsdocs/FAZ\\_April\\_2014\\_Russland.pdf](http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsdocs/FAZ_April_2014_Russland.pdf)
- Kunczik M., Zipfel A. / Publizistik. Ein Studienbuch. 2., durchges. und aktualisierte Aufl. – Köln: Böhlau, 2005. – 348 S.

УДК 81'42=111

## Виды диалогичности неперсонажных поэтических текстов на английском языке

СОЛОВЬЁВА Е. А.

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)*

**Аннотация.** Диалогические основы неперсонажных текстов проявляются в обращении автора к читателю, поскольку ни одно из высказываний не может строиться без какой-либо направленности на реципиента.

**Ключевые слова:** диалогичность, поэтический текст, читатель.

## Types of Dialogueness of Non-Character Poetic Texts in English

SOLOVYOVA E. A.

*Mordovia State University*

**Abstract.** Dialogueness of non-character poetic texts reveals in writer addressing a reader, because no single statement couldn't be without addressing to the recipient.

**Keywords:** dialogueness, poetic texts, reader.

Все поэтические тексты принято разделять по степени проявления в нем авторского голоса. Если стихотворение целиком состоит из авторской речи, то это несомненно указывает на особый тип

текстовой диалогичности, поскольку в этом случае налицо единообразная стратегия текстопостроения, исходящая только от автора, являющегося единственным говорящим лицом в тексте. Такие тексты мы называем неперсонажными. Напротив, в том случае, когда автор вводит в текст каких-либо персонажей и предоставляет им возможность высказаться через персонажную речь, мы имеем дело с полифонией голосов, когда автор, строя свое произведение, обращается к читателю не только через собственную речь, но и через речь других лиц – собственных героев. Диалогические основы неперсонажных текстов раскрываются следующим образом.

Самым явным типом диалогичности является обращение автора к читателю, для которого он и создает свое произведение. Примечательно, что среди поэтических текстов XVII–XXI веков, включенные в текст обращения к читателю единичны. Из этого факта следует, что роль других типов диалогичности в англоязычном поэтическом тексте значительно выше, чем непосредственное обращение к читателю, что очень показательно для характеристики его природы.

Обращения к читателю варьируются по форме. Слово «reader» всегда соединяется с местоимением *you* иногда сопровождается эпитетами, иногда появляется в тексте многократно, а иногда представлено во множественном числе и сопровождается повелительным наклонением. Обращение к читателю при помощи слова *reader* может сопровождаться некоторой беседой с ним, в ходе которой автор старается выяснить его настроение, мысли, чувства и пытается установить с ним более тесный контакт:

*My gentle reader, I perceive / How patiently you've waited, / And I'm afraid that you expect / Some tale will be related. / "Simon Lee" [Wordsworth б/г: 6];*

Диалогичность текста переплетается с диалогичностью заголовка в случае со стихотворением «The Reader Over My Shoulder»:

*You, reading over my shoulder; peering beneath / My writing arm – I suddenly feel your breath / Hot on my hand or on my nape [Graves 1961: 99].*

Слово «reader» несомненно просматривается в глаголе «to read», что в полной мере реализуется в произведении “An Atlas of the Difficult World” XIII (Dedications) (Adrienne Rich), где фраза *I know you are reading this poem* 12 раз повторяется в тексте стихотворения, которое не обращено к кому-либо конкретно [Anthology... 2000: 954].

Помимо обращения к читателю посредством слова *reader* отмечается случай, когда автор представляет себе читателя вполне определенно и обращается к нему при помощи лексических единиц, конкретизирующих читателя:

*Children of the future age, / Reading this indignant page, / Know that in a former time, / Love, sweet Love, was thought a crime!*  
“A Little Girl Lost” [Blake 1982: 196].

Следует обратить внимание, что обращение к читателю набрано другим шрифтом, является значимым для воспринимающего текст зрительно.

Особый тип текстовой диалогичности просматривается в использовании местоимений второго лица, которые представляют обезличенного адресата, хотя и содержат определенные вариации в его выражении. Наиболее общий случай, когда местоимение второго лица фактически идентично местоимению *one*, можно проиллюстрировать таким примером:

*When you are old and grey and full of sleep,  
And nodding by the fire, take down this book,  
And slowly read, and dream of the soft look  
Your eyes had once, and of their shadows deep;  
“When You Are Old and Grey” (Yeats) [Английская... 1984: 654].*

Одним из характерных типов выражения диалогичности в поэтическом тексте является авторское обращение к конкретному человеку. Этот человек производит впечатление непосредственного адресата, которым в нижеследующем примере оказывается некий мистер Флэксмен, обозначенный в заголовке:

*I mock thee not, though I by thee am mocked; / Thou call'st me madman, but I call thee blockhead.*  
 "To F[laxman]" [Blake 1982: 276].

Однако, оставаясь в русле проблемы «автор – читатель», естественно заключить, что и в процитированном выше примере реальным адресатом по-прежнему является читатель как некий обязательный реципиент, без ориентации на которого порождение связных высказываний является невозможным. Конкретное лицо как своеобразный посредник вклинивается в оппозицию «автор – читатель» и создает впечатление непосредственного адресата, но при этом он лишь усложняет диалогику поэтического текста. Вместе с тем интересно отметить, что в некоторых ситуациях читатель как реципиент текста (допустимой представляется его идентификация с массовым читателем) настолько тесно сближается с конкретным адресатом-посредником, что практически замещается им. Следует упомянуть так называемые альбомные стихи, которые в прошлые столетия записывались в альбом какого-либо лица, как правило, дамы, и ей же адресовались. Если иметь в виду неопубликованные альбомные стихи, которые, несомненно, существуют, то однозначно можно заключить, что они имеют только одного конкретного адресата. Отвлеченный (или широкий) читатель проявляется в них лишь в стратегии текстопостроения, поскольку ни одно из высказываний вообще не может строиться без какой-либо направленности на реципиента.

Таким образом, особый вид диалогичности может быть выделен на базе альбомных стихов (типа пушкинских и лермонтовских адресаций, как «В альбом N»), бывших принадлежностью определенной эпохи, когда для определенного круга стихов не предполагался широкий читатель. На материале английского языка в ходе анализа было обнаружено только три примера альбомных стихов, которые были опубликованы. Если учесть, что определенное число (а, возможно, основная масса) таких стихов осталась неопубликованной, то можно сделать вывод, что читатель (как второй элемент дихотомии «автор – читатель») в этом случае оказался идентичным вполне конкретному лицу – адресату стихотворения. В качестве примера можно привести одно из стихотворений Вордсворта, адресованное маленькой девочке: «To a Child» (written at her Album). Категория читателя в данном случае сужена до одного лица, но она может и расшириться, если такого рода стихи со временем становятся опубликованными. Если такие стихи сразу же предполагались для публикации, то их диалогичность ничем не отличается от диалогичности отмеченных выше типов с той же поправкой на известность и неизвестность их адресата широкому читателю.

Здесь можно упомянуть и альбомные стихи Байрона «Lines written in an Album, at Malta» [Byron 1979: 108], записанные в альбом миссис Спенсер Смит, крупной международной авантюристки и жены английского дипломата Джона Спенсера Смита, с которой Байрон познакомился на Мальте в 1809 г. По свидетельству современницы Байрона мисс Э. Б. Пиго, стихотворение «Fragment, Written Shortly After The Marriage of Miss Chaworth» было написано экспромтом в альбом в 1805 году, а впервые опубликовано лишь в 1830 г. Достоянием широкого читателя стихи из альбомов стали только после их публикации. Любопытно отметить, что в XX веке в качестве альбома, в который были записаны стихи, фигурирует уже фотоальбом: «Lines on a Young Lady's Photograph Album» (Philip Larkin) [Английская... 1984: 488–492].

Когда дружеское, любовное, интимное стихотворение, по заглавию и смыслу как бы обращенное к одному единственному лицу, публикуется в книге или журнале и, следовательно, меняет аудиторию, адресуясь любому читателю, оно превращается из личного послания – факта личной жизни – в факт искусства. Смена аудитории влечет собой смену объема общей памяти у текста и его адресатов. В художественном тексте, содержащем конкретно-биографическое обращение, создается двойная адре-



сация: с одной стороны, имитируется обращенность к какому-то единственному адресату, требующая интимности, с другой, текст адресован к любому читателю, что требует, по выражению Ю. М. Лотмана, расширенного объема памяти [Лотман 2000: 204].

Конкретное лицо, являющееся непосредственным адресатом стихотворения и дополняющее категорию массового читателя, присутствует в англоязычном поэтическом тексте в различных вариациях. Это может быть здравствующий человек в момент написания стихотворения, знакомый или незнакомый автору, с которым поэт как бы ведет беседу, хотя при этом и создается впечатление, что это стихотворение является своего рода открытым письмом, также рассчитанным на массового читателя. Такая ситуация наблюдается в стихотворении Аллена Гинзберга «A Supermarket in California» [Американская... 1983: 462–464], где автор беседует с американским поэтом Уитменом. Исключительно интересным кажется тот факт, что согласно мнению некоторых критиков, в своей значительной части американская поэзия конца прошлого века представляет собой диалог с Уитменом: “It has been said repeatedly, with some considerable justice, that much of twentieth – century poetry is a dialogue with Walt Whitman. Sometimes the dialogue takes place through resistance, especially among those who reject his open forms, his prophetic stance, his long lines and broad cultural ambitions, his frank sexuality, his incantatory lists, and his search for a representative and unifying American selfhood. But often the relationship is enacted by poets who adapt Whitman’s expansive techniques to new historical context.” [Anthology... 2000: 1].

Многие поэты подчеркивали значимость Уитмена для своего творчества: “Mainly, I was trying to do what Whitman does and offer a first-person speaker as a proxy for all humanity” (David Kirby) [Anthology... 2000: 228]. Диалог с Уитменом ведет и Эзра Паунд (Ezra Pound) в своем стихотворении «A Pact», написанном в 1913 г.:

*I make a pact with you, Walt Whitman –  
I have detested you long enough.  
I come to you as a grown child  
Who has had a pig-headed father;  
I am old enough to make friends.  
It was you that broke the knew wood,  
Now is a time for carving.  
We have one sap and one root-  
Let there be commerce between us.  
[Anthology... 2000: 204]*

Авторы-поэты могут обращаться к разным личностям, как живым, так и умершим, как знаменитым, так и неизвестным. Выбор лица для обращения определяется самыми различными неязыковыми факторами: личностью поэта, историческим моментом, назревшей необходимостью и т.д. Встречаются варианты обращения поэта к коллегам по перу без какой-либо конкретной идентификации, когда автор называет воображаемого собеседника словом poet. У. Б. Йейтс в стихотворении «Church and State» предлагает поэту обратиться к насущной для его времени проблеме соотношения церкви и государства:

*Here is fresh matter, poet,  
Matter for old age meet;  
Might of the Church and the State,  
Their mobs put under their feet.  
[Yeats 1963: 281]*

Обращения поэтов друг к другу на базе поэтических произведений весьма многочисленны.

Таким образом, можно выделить соответствующий подтип авторского обращения к некоему конкретному лицу, представляющему собой личность, известную широкому читателю. Последнее обстоятельство представляется чрезвычайно важным, поскольку читатель может достаточно легко ориен-

тироваться в тексте стихотворения и текстовая диалогичность в этом случае, проявившая себя через включение в текст некоего условного коммуниканта, легко и естественно выходит на основного адресата текста – читателя. Важно также отметить, что лицо, введенное в текст произведения оказывается определяющим фактором для всего текстового содержания.

Гораздо сложнее читателю ориентироваться в том случае, если поэт обращается к неизвестным читателю лицам: своим родственникам, друзьям, няне и прочим лицам из собственного окружения, отдельные из которых, однако, впоследствии приобрели известность благодаря имени поэта. Случаи такого рода достаточно многочисленны, но, тем не менее, легко поддаются типизации. Любой текст такого рода разделяет читательскую аудиторию на две группы: крайне малочисленную, которой текст понятен благодаря знакомству с внетекстовыми деталями обстоятельств, пережитых совместно с автором, и основную массу читателей, которые чувствуют какой-то намек, но расшифровать его не в силах. В этом случае чрезвычайно полезным является выход в гипертекст, роль которого в книжном издании стихов играют разнообразные примечания, хотя и с их помощью не удастся преодолеть то чувство отчужденности от окружения поэта, которого лишены люди, входящее в это окружение.

Как показал анализ, категория диалогичности в неперсонажных поэтических текстах на английском языке имеет следующую характерную особенность: автор, излагающий такой текст от собственного лица (и, соответственно, в форме авторской речи) полностью определяет все контуры поэтической диалогичности своего произведения.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Американская поэзия в русских переводах. XIX – XX вв. / Сост. С. Б. Джимбинов. На англ. яз. с параллельным русским текстом. – М.: Радуга, 1983. – 672 с.
- Английская поэзия в русских переводах. XX век / Сост. Л. М. Аринштейн, Н. К. Сидорина, В. А. Скороденко. На англ. и русск. яз. – М.: Радуга, 1984. – 848 с.
- Байрон, Джордж Гордон. Избранное. На английском языке. – М.: Progress Publishers. 1979. – 520 p.
- Блейк У. Избранные стихи. Сборник / Сост. А. М. Зверев. На англ. и русск. яз. – М.: Прогресс, 1982. – 558 с.
- Лотман Ю. М. Об искусстве. – СПб.: Искусство, 2000. – 704 с.
- Anthology of Modern American Poetry / Edited by Cary Nelson. – New York: Oxford University Press, 2000. – 1249 p.
- Anthology of Modern American Poetry / Edited by Cary Nelson. – New York: Oxford University Press, 2000. – 1249 p.
- Graves R. Collected Poems. – New York: Doubleday & Company, Inc., 1961. – 358 p.
- The Collected Poems of W. B. Yeats. Definitive edition, with the Author's Final Revision. – New York: The Macmillan Company, 1963. – 480 p.
- Wordsworth W. Poems. – Edinburgh: Thomas Nelson and Sons Ltd., б/г. – 438 p.

УДК 81'37'42:1

## Специфика семантико-стилистической структуры философских текстов как разновидности научных (по книге Эриха Фромма «Бегство от свободы»)

СОМКИН А. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье рассматриваются специфика семантико-стилистической и логической структур научных философских текстов и особенности их перевода.

**Ключевые слова:** перевод, научный текст, стиль, семантика, философия.

## Specifics of the Semantic and Stylistic Structure of Philosophical Texts as a Type of Scientific (Based on the Book “Escape from Freedom” by Erich Fromm)

SOMKIN A. A.

Mordovia State University

**Abstract.** *The author of the article discusses the specifics of semantic and stylistic and logical structures of scientific and philosophical texts the peculiarities of their translation.*

**Keywords:** *translation, scientific text, style, semantics, philosophy.*

Становление языка философских текстов как особого стиля произошло не сразу. Поэтому, прежде чем приступить к его современной характеристике, необходимо обратиться к вопросу о правомерности деления научного языка на подязыки.

Выделение научного стиля (в том или ином виде) безоговорочно принимается большинством исследователей (Ю. Л. Васильев, В. Н. Комиссаров, В. Л. Наер, А. Нойберт, Л. К. Чикина и др.). Однако нет единого мнения по вопросу о его монолитности.

Одни считают невозможным его дальнейшее членение (Р. А. Будагов, М. Н. Кожина, О. А. Лаптева, Е. С. Троянская и др.), другие предполагают в нем существование *подстилей* (В. А. Аврорин, Ф. Беер, П. И. Копанев, В. М. Мурат, Д. Э. Розенталь).

Вторая точка зрения представляется нам более обоснованной. Это находит своё выражение во всё усиливающейся специализации общенаучного языка по отраслям науки и техники.

«Интенсивно формируются и функционируют отдельные подязыки, в том числе и подязык философии, обладающий особыми терминами и терминоподобными словами и клише» [Семёнов 2008: 121], который «представляет собой единицу предметного универсального кода» [Попова, Стернин 2007: 69].

Исходя из вышеизложенного вполне правомерно дифференцирование среди общественно-научных текстов их особого подвида – философских, релевантных этой сфере познания.

В связи с этим необходимо ответить на вопрос о том, является ли философия наукой? Если да, то каковы критерии её научности? И существуют ли они вообще?

Ряд исследователей (П. В. Алексеев, А. В. Панин, Д. Е. Фролов и др.) выделяют следующие критерии научности философии:

- 1) сущностная направленность при изучении явлений природы;
- 2) ориентация на раскрытие внутреннего духовного мира при изучении человека и личности;
- 3) объективность;
- 4) ответственная вменяемость исследователя;
- 5) рационалистическая доказательность;
- 6) рационалистическая системность;
- 7) проверяемость [Фролов 1990, 14].

Данные критерии являются общезначимыми для любой философской концепции. Мы разделяем эту точку зрения.

Обратимся теперь непосредственно к философским текстам, которые выступают составной частью научных и обладают специфическими чертами последних. Они имеют ряд *особенностей*, вытекающих из самого концепта «философия»:

- 1) социальная актуальность;
- 2) публицистичность;
- 3) индивидуально-личностный эмоциональный характер;

4) объективность и ответственная вменяемость (независимость исследователя от его социально-классовой и партийной принадлежности);

5) гуманитарность;

6) оценочная критичность (раскрытие автором своего отношения к окружающему миру, формам деятельности, её целям и результатам) [Сомкин 2009: 152].

Перечисленные сущностные характеристики репрезентированы в *лексике, стилистике и синтаксисе* и выступают основой, детерминирующей специфичность философских работ.

Подобное своеобразие определяется прагматической установкой данного типа коммуникации – стремлением уточнить и конкретизировать существующую систему научного философского знания.

Анализ содержательно-языковой структуры ряда работ отечественных и зарубежных авторов (М. М. Бахтин, Н. А. Бердяев, А. Ф. Лосев, В. Соловьёв, Л. Франк, А. Дж. Баам, К. Гюнцль, Э. Фромм, К. Ясперс и др.) показывает, что философский текст имеет свои особенные формы построения.

Вследствие невозможности подробного рассмотрения работ всех названных авторов остановили свой выбор на монографии Э. Фромма «Бегство от свободы» как наиболее типичной, на наш взгляд.

Развертывание семантической структуры в исследуемом тексте строится по принципу «перевернутой пирамиды», когда информация располагается по мере постепенного перехода от рассмотрения частных философских проблем к глобальным, охватывающим всё мировое сообщество.

Это находит своё отражение в делении книги на главы, что обеспечивает последовательность изложения и ориентирует читателя на *логическое восприятие текста*:

I Является ли свобода психологической проблемой;

II Индивидуум, его обособленность и двойственный характер свободы;

III Свобода и эпоха Реформации;

IV Два аспекта свободы в жизни современного человека;

V Механизмы «бегства»;

VI Психология нацизма;

VII Свобода и демократия;

Приложение. Личность и социальные процессы в современном обществе.

Главная тема работы формируется в заголовке: «Бегство от свободы», который является важной единицей коммуникации, не только называющей озаглавленный им текст, но и кратко информирующий о его содержании [Павловская 2001: 65].

Основное содержание работы предваряется вступительной статьёй автора (Предисловие к 1-му изд.), где со всей определённой излагается *цель* предпринятого труда:

«Книга, которую Вы сейчас держите в руках, является частью широкого исследования, всецело посвящённого многогранному изучению психики современного человека, а также проблемам взаимодействия между психологическими и социологическими факторами общественного развития...» [Fromm 1994: 4].

Таким вступлением автор обращает внимание читателя на нужные ему позиции. После вступления следует основная часть, где в отдельных главах *детально* рассматриваются, анализируются и обосновываются выдвинутые положения.

Основной композиционно-речевой формой, использованной учёным в процессе создания текста, было *«рассуждение»* в широком смысле слова. Использование именной этой речевой формы для выражения научного содержания в жанре монографии детерминировано характером мыслительного процесса, где одним из основных актов является суждение.

«Это форма мышления является, по существу, обязательным элементом всякого познания, в особенности связанного с процессами рассуждения, с осуществлением выводов и построением доказательств» (Войшвилло, Дегтярёв 2001: 277). То есть, в «рассуждении» не только утверждается истинность высказываемого *суждения*, но вместе с тем указываются *основания*, в силу которых это суждение должно быть признано истинным.

В частности, Э. Фромм обосновывает вывод о том, что социальное стимулирование внутренней потребности гораздо более действенно для мобилизации всех сил человека, нежели какое-либо внешнее давление. Любое внешнее принуждение всегда вызывает психологическое противодействие, которое снижает производительность труда и мешает людям сконцентрироваться для решения поставленных задач, требующих умственного напряжения, инициативы и ответственного подхода [Fromm 1994: 108].

На семантическом уровне анализ текста данного произведения как последовательности предложений позволяет выявить макротему, которая обеспечивает когерентность текста. Смысловая целостность исследуемого текста проявляется в присутствии *понятия «свобода»*, вокруг которого разворачивается весь процесс рассуждения.

В данном типе текста преобладает принцип линейной связанности содержания, согласно которому действительность представлена в виде *последовательной цепи действий и явлений*, вытекающих друг из друга, уточняющих друг друга и взаимообуславливающих [Гальперин 2006, 27]. Поэтому такие слова, как человек, свобода, существование, организация жизни, индивид, общество и др., также наделяются связующей функцией.

Рассматриваемый нами текст рассчитан на достаточно широкую публику, и поэтому его язык носит черты, присущие научно-популярному стилю изложения. Характерны *чёткость синтаксиса*, стремление избежать длинных и сложных предложений и перегруженности специальными научными терминами.

Социально-психологическая терминология наряду с общеупотребительными словами, составляет здесь *лексическую основу*. Она представлена в следующих понятиях: индивидуализация, фрустрация, антагонизм, сознание идентичность, сублимация, бессознательное, психоанализ, авторитаризм и т. д.

Употребление данных дефиниций, кроме необходимой точности и ясности в выражении мысли, придает определённый *стилистический колорит*: строгость, выдержанность и лаконизм терминованной речи.

Стилеобразующим фактором также являются необходимость *доходчивости* и логической последовательности изложения сложного материала, большая традиционность. Это предопределяет широкое использование автором текстовых структур типа А есть Б:

«Процесс индивидуализации – это процесс развития и обогащения личности человека» [Fromm 1994: 39]; «Эгоизм в современном понимании – это жадность» [Fromm 1994: 139]; «Подобный тип разрушительности – это естественная реакция» [Fromm 1994: 201].

Важную роль в раскрытии логической структуры целого играет деление на абзацы. Каждый абзац в исследуемом тексте начинается с ключевого предложения, излагающего основную мысль:

«Теперь является очевидным тот факт, что процесс развития свободы человека имеет тот же диалектический характер, какой мы обнаружили в процессе индивидуального развития человеческого существа...» [Fromm 1994: 45].

«Как мы смогли уже заметить, новые веяния свободы, дарованной человеку капиталистическими отношениями, еще более усугубили последствия, порождённые воздействием религиозной свободы протестантизма...» [Fromm 1994: 144].

Авторская речь построена *в первом лице множественного числа*: «Как мы смогли уже заметить...»; «Мы обнаружили некоторое противоречие...»; «Прежде чем мы продолжим наш анализ...» и т. д.

Это «мы» имеет важное значение. Во-первых, Э. Фромм подчеркивает, что он принадлежит к большому коллективу учёных, работающих в данной области науки и, что в своих суждениях он опирается и на их мысли и мнения. И, во-вторых, «лекторское “мы”» вовлекает слушателей и, соответственно, читателей в процесс рассуждения и доказательства [Рождественский 2006: 227].

Экспрессивность в научном тексте не исключается, но она специфична. В рассматриваемом тексте преобладает *образная экспрессивность*: «чрезмерное иррациональное восхваление и поклонение



ние», «ярчайшее выражение», «волшебный помощник», «непреодолимое желание», «страстное стремление» и т.д.

Общая характеристика лексического состава данного научного текста выражается в том, что слова употребляются либо в основных прямых, либо в специально-терминологических значениях, реже – в экспрессивно-образных.

Даже беглый анализ книги Э. Фромма позволяет увидеть многие характерные черты философского текста. Хотя несомненно, что неповторимая индивидуальность выдающегося учёного сказывается на языке, уменьшает его стереотипность, приближая текст к художественному.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Войшвилло Е. К., Дегтярев М. Г. Логика. – М.: ВЛАДОС–ПРЕСС, 2001. – 528 с.  
 Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – Изд. 4-е, стереотип. – М.: Комкнига, 2006. – 144 с.  
 Павловская И. Ю. Фоносемантический анализ речи. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2001. – 292 с.  
 Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. – Воронеж: Истоки, 2007. – 250 с.  
 Рождественский Ю. В. Теория риторики. – М.: Флинта, 2006. – 512 с.  
 Семёнов А. Л. Основы общей теории перевода и переводческой деятельности. – М.: Академия, 2008. – 160 с.  
 Сомкин А. А. Специфика интегративной функции социальной философии в современном социогуманитарном познании // Вестник ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2009. – Т. 2. – № 2. – С. 149–157.  
 Фролов Д. Е. Программа по курсу философии с кратким изложением ключевых понятий и положений. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1990. – 46 с.  
 Fromm E. Escape from Freedom. – Henry Holt and Company, 1994. – 320 p.

УДК 81'42:811:111

## Языковое манипулирование в религиозном и предвыборном дискурсах

СОРОКИНА А. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В центре внимания исследования находится рассмотрение религиозного и предвыборного типов дискурса и фактов языкового манипулирования в каждом из них. Основные выводы строятся на выявлении приемов и тактик языкового манипулирования и их применения на конкретных примерах.

**Ключевые слова:** манипулирование, политический дискурс, предвыборный дискурс, религиозный дискурс, тактики и средства языкового манипулирования.

## Language Manipulation in Religious and Election Discourse

SOROKINA A. A.

Mordovia State University

**Abstract.** The article reveals the content of the concept “language manipulation” and its realization in the religious and political discourses. The primary attention pays to the concepts “discourse” and “manipulation” tractation. An integral part of the research – types of discourse and some facts of language manipulation found – are also under consideration. The main conclusions are based upon language manipulation tactics and their

**Keywords:** manipulation, political discourse, election discourse, religious discourse, tactics and means of language manipulation.

Политический дискурс сближает с религиозным прежде всего то, что религиозный дискурс построен на внушении, под которым в психологии понимается возможность навязывать определенные действия или состояния. По мнению Л. П. Крысина, в религиозно-проповедническом стиле значителен агитационный момент [Крысин 1996: 135]. Основной функцией религиозного общения является объединение в вере [Вовк 1995: 21]. Не случайно М. Эдельман со ссылкой на К. Берка назвал политическую риторику «светской молитвой» (*secular prayer*) [Edelman 1988: 43]. Точкой соприкосновения религиозного и политического дискурсов является мифологизация сознания, вера в магию слов, роль лидера-Божества, использование приемов манипулятивного воздействия, ритуализация коммуникации.

Язык политических речей – это во многом язык обещаний; политики, так же, как и проповедники, обещают своей «пастве» светлое будущее, в котором царит мир и всеобщее процветание. Воспринятые некритичным сознанием и подкрепленные верой в авторитет вождя (царя земного или небесного), политические лозунги становятся постулатами политической религии. Безусловно, правы ученые, считающие, что ритуальный политический язык советского общества выполнял функцию, сходную с магической, заклинательной функцией языка в первобытных обществах [Баранов 1997: 108]. Мифологичность политического дискурса в условиях культа вождя подкрепляется соответствующей атрибутикой, сходной с религиозной: уставы партии, гимны; иконография представлена многочисленными изображениями вождей в живописи, скульптуре, кинофильмах и пьесах; таинства съездов, демонстраций и шествий соотносятся с символическими ритуальными действиями. Скандирование лозунгов, так же, как коллективное исполнение молитв и песнопений, служит эффективным средством создания нужной языковой реальности [Шейгал 2004: 67].

Религиозный дискурс – это конвенциональная манипуляция, основанная на эксплуатации «конвенциональной силы (норм, правил, ритуалов и т. п.)» [Доценко 2000: 34], с помощью которой создаются нужные манипулятору ситуации, направляющие объект манипуляции по готовым образцам. Как пишет В. П. Шейнов, ритуалы «упрощают прогнозирование, предсказуемость наших действий в стандартных ситуациях. Облегчая нашу жизнь, они одновременно дают потенциальным манипуляторам рычаги скрытого управления нами» [Шейнов 2001: 38].

Предметно остановимся на проповеди священника из Браунсвилля Мелвина Ньюланда, озабоченного проблемой увеличения числа разводов среди молодых пар. С самого начала он вводит в свою речь прием манипулирования, называемый «плюрализацией», характеризуемый как «неопределенность, нереферентность при названии деятеля или действия»: *I'm told*, которая обычно «маскируется» под «ссылку на авторитет» [Быкова 1999: 100] *I'm told that if you go into some of the jewelry stores in Reno, Nevada, once known as the «wedding & divorce capitol of the nation,» that you'll find a sign like this being prominently displayed, «Wedding Rings for Rent.» Now I suppose that most people who see that sign for the first time probably read it with amazement. Then some may even think, “Hm, that's an interesting idea. It certainly would be cheaper to rent than to buy!”*

Далее, мы встречаем специфическое для идеологических текстов нарочитое использование слов без точного понятийно-логического содержания слов: *contemporary*, которое каждым может быть понято по-своему. А. К. Михальская называет это приемом «размывания смысла». *«Sad to say, in our contemporary society, among an awful lot of couples, it really might be much more practical to rent their wedding rings for a period of time»* [Михальская 1996: 32].

В этом отрывке речи, мы встречаем характерный прием умолчания, которые Р. Харрис называет «псевдонаучными заявлениями» [Харрис 2002: 46]: *1 out of every 3 marriages ends in divorce*, из этого получается, что результаты основаны на мнении всего трех людей: *«Nationwide, 1 out of every 3 marriages ends in divorce. On college campuses the question arises, “Is it right to impose a 50-year contract on two 20-year olds?” Is it really fair to insist that two youngsters, hardly dry behind the ears, should pledge themselves each to the other for the rest of their lives?»*

«Those are not new questions. The world has always questioned the need for such commitment between two people. The world has seen unhappy marriages - it has seen domestic conflicts - it has seen spiraling divorce rates. This is not new & it is not unique to our times». Вышеприведенные предложения изобилуют избыточными повторами слов и словосочетаний, что с точки зрения стилистики является анафорой. Очевидно, что проповедник использует данный прием, сначала, чтобы привлечь внимание к актуальности вопроса, а затем (It has seen) для усиления тактики анализ-«минус», которая наблюдается и в следующем отрывке: «I'm somewhat surprised when I hear about a non-Christian couple who has a happy marriage because they are working against tremendous odds. Most people who fall into their category have made shipwreck of their marriages. One out of three marriages ends in divorce».

«But did you know that a study made a few years ago discovered that church going families - where both husband & wife professed a strong personal faith in Christ & went to church together - experienced only 1 divorce for every 55 marriages? It really is true that "Families that pray together, stay together". Здесь мы наблюдаем очевидное «передергивание информации» (1 divorce for every 55 marriages), а пословица, приведенная священником в конце, усиливает тактику анализ-«плюс».

В двух вышеприведенных параграфах четко прослеживается тактика размежевания (выявления различий в позициях и мнениях). Проповедник проводит грань между парами, верящими в бога и посещающими церковь, к чьей стороне он причисляет и себя, и неверующими.

Далее священнослужитель вводит тактику предупреждения (предостережения): «But I'm worried today because I'm afraid that many church-going people have gotten in step with the world & have come to believe that the sanctity of marriage is not all that important. Some are packing their bags & going in different directions without any twinge of guilt, believing that marriage is something you try out for a while, & then just leave by the wayside if it doesn't seem to be working out».

Как итог проповеди, ее автор приводит нас приему, называемому «замкнутый круг»: Бог существует потому, что так написано в Библии, а мы знаем, что написанное в Библии истинно, поскольку это слово Господне [Желтухина 2003: 39]: «Marriage is not an invention of man. It is God's creation. So it seems to me that our great need is to dust off the instruction book & find out what God has to say about His creation».

По ходу текста встречаются приемы так называемой «аттракции» – повествования о чем-либо «от себя»: рассказ, «сопровожденный «личными» замечаниями, оценками и впечатлениями, «цепляет» внимание увереннее и надежнее, чем все другие, иной манипулятивной окраски способы» [Таранов 2002: 58]: I suppose, Sad to say.

Теперь обратимся к политическому дискурсу, важной особенностью которого является то, что политики часто пытаются завуалировать свои цели, используя номинализацию, эллипсис, метафоризацию, особую интонацию и другие приемы воздействия на сознание электората и оппонентов [Попова 1995: 11].

Широкий подход к анализу политики и политической коммуникации представлен, в частности, точкой зрения В. В. Зеленского, который разграничивает два уровня в определении политики: политика как набор некоторых действий, направленных на распределение власти и экономических ресурсов в какой-либо стране или в мире между странами и личностный уровень политики, который представляет собой сам способ, которым первый уровень актуализируется в индивидуальном сознании, как он проявляется в личности, в семье, во взаимоотношениях людей, в профессиональной деятельности, а также в восприятии человеком произведений литературы и искусства [Зеленский 1996: 368].

Решающим критерием квалификации коммуникации как политической является ее содержание и цель [Schudson 1997: 311]. Цель политической коммуникации, как уже отмечалось, – борьба за власть. Характерными чертами политического дискурса являются ведущая роль прескриптивно-побудительной и воздействующей функции в иерархии функций политического языка, манипулятивность, стрем-

ление спасти лицо, потребность избегать конфликтности в общении, стремление избежать контроля за своими действиями [Шейгал 2004: 87].

В качестве примера рассмотрим интервью Брета Байера с Бараком Обамой от 17 марта 2010 года. Обменявшись приветствиями, телеведущий начинает интервью на тему повсеместно обсуждаемой в Америке реформы здравоохранения, предложенной президентом, и сразу же применяет тактику анализ-«минус»: «You have said at least four times in the past two weeks: «the United States Congress owes the American people a final up or down vote on health care.» So do you support the use of this Slaughter rule? The deem and pass rule, so that Democrats avoid a straight up or down vote on the Senate bill?» На что Обама незамедлительно применяет тактику презентации своего закона: «Here's what I think is going to happen and what should happen. You now have a proposal from me that will be in legislation, that has the toughest insurance reforms in history, makes sure that people are able to get insurance even if they've got preexisting conditions, makes sure that we are reducing costs for families and small businesses, by allowing them to buy into a pool, the same kind of pool that members of Congress have». Наибольший эффект достигается благодаря использованию оратором эпитета the toughest, повторов makes sure и метафоры to buy into a pool, которая подчеркивает возможное сближение простого народа и высокопоставленных политиков. Выражения I think и what should happen, а также I can tell, встречаемые в дальнейшем, являются приемами аттракции: рассказ, «сопровожденный «личными» замечаниями, оценками и впечатлениями, «цепляет» внимание увереннее и надежнее, чем все другие. Сюда же включен и один из способов манипулирования информацией – селекция, так как Обама перечисляет лишь положительные стороны законопроекта, умалчивая о его негативных сторонах.

На последующее утверждение журналиста о том, что он не вдается в детали проекта, глава государства пользуется тактикой информирования, где также отчетливо прослеживается тактика анализ-«плюс», с использованием многочисленных повторов слова vote, целью которого, является побудить адресата к действию (тактика побуждения, т.е. принятия какой-либо точки зрения): «What I can tell you is that the vote that's taken in the House will be a vote for health care reform. And if people vote yes, whatever form that takes, that is going to be a vote for health care reform. And I don't think we should pretend otherwise... If they vote against, then they're going to be voting against health care reform and they're going to be voting in favor of the status quo...»

Однако Байер продолжает имплицитное выражение отрицательного отношения к описываемому, зачитывая вопросы простых американцев, при этом применяя тактику иронизирования, употребляя конструкции с if, выстраивая антитезу между определением хороший закон и уничижительными эпитетами: «“If the bill is so good for all of us, why all the intimidation, arm twisting, seedy deals, and parliamentary trickery necessary to pass a bill, when you have an overwhelming majority in both houses and the presidency?” или “If the health care bill is so wonderful, why do you have to bribe Congress to pass it?” Барак Обама ничего не остается, как обратиться к тактике самооправдания: «Bret, I get 40,000 letters or e-mails a day... I could read the exact same e-mail →». Ответ является апогеем иронизирования: «These are people. It's not just Washington punditry».

Исходя из утверждения президента: «The key is to make sure that we vote – we have a vote on whether or not we're going to maintain the status quo, or whether we're going to reform the system» Байер пытается «поймать» гостя: «So you support the deem and pass rule?» Наиболее уместным Обама считает способ умолчания: «I am not →» – Байер: «You're saying that's that vote» – тактика обличения. Здесь президент опять вынужден применить тактику самооправдания: «What I'm saying is whatever they end up voting on – and I hope it's going to be sometime this week – that it is going to be a vote for or against my health care proposal. That's what matters. That's what ultimately people are going to judge this on», с помощью повторов делая упор на основные положения своего высказывания, «If people don't believe in health care reform – and I think there are definitely a lot of people who are worried about whether or not these changes are, in some

fashion, going to affect them adversely. And I think those are legitimate concerns on the substance – then somebody who votes for this bill, they’re going to be judged at the polls. And the same is going to be true if they vote against it». Последний абзац является ярким примером тактики предостережения

Baier: «You said a few times as Senator Obama that if a president has to eke out a victory of 50 plus one, that on something as important as health care, “you can’t govern.” But now you’re embracing a 50 plus one reconciliation process in the Senate, so do you feel like you can govern after this?» при ответе на заданный вопрос Обама использует прием, в различных источниках называемый «коммуникативный саботаж», «тематическое переключение» [Кузин 2000: 92], «логическая диверсия» [Доценко 2000: 78]. Его суть состоит в том, что «предыдущая реплика игнорируется, а в ответ вводится новое содержание: «Well, Bret, the – I think what we’ve seen during the course of this year is that we have come up with a bill that basically tracks the recommendations of Tom Daschle, former Democratic senator and ... The ideas embodied in this legislation are not left, they’re not right, they are – »

Таким образом, наше исследование подтверждает известный факт наличия языкового манипулирования в религиозном и политическом дискурсах. Однако мы можем выделить наиболее характерные приемы языкового воздействия в каждом из них. В религиозном дискурсе используются приемы: «плюрализации», «размывания смысла», «замкнутый круг», «передергивание информации», тактика размежевания. В политическом дискурсе наиболее употребимы такие приемы как селекция, «коммуникативный саботаж», тактика информирования, иронизирования, обличения, самооправдания, способ умолчания. В обоих дискурсах мы можем встретить приемы «аттракции», тактики анализ – «минус» и анализ – «плюс», тактику предупреждения. Следовательно, можно утверждать, что сформированные в дискурсе стратегии, а также рассмотренные нами стилистические и речевые приемы языкового манипулирования, в разных дискурсах, имеют тенденцию к совпадению.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Баранов А. Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом // Человек. – М.: Наука, 1997. – С. 108–118.
- Быкова О. Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации. – М.: Красноярск, 1999. – С. 99–103.
- Вовк В. Монологизм сознания и язык политики. – М.: Политическая мысль, 1995. 276 с.
- Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо; Изд-во МГУ, 2000. – 344 с.
- Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. – Волгоград, 2003. – 246 с.
- Зеленский В. В. Послесловие к книге: В. Одайник. Психология политики. Психологические и социальные идеи Карла Густава Юнга. – СПб.: Ювента, 1996. – С. 368–380.
- Крысин Л. П. Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. Памяти Т. Г. Винокур. – М.: Наука, 1996. – 234 с.
- Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. – М.: Ось-89, 2000. – 97 с.
- Михальская А. К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике: Учеб. пособие для студентов гуманитарных факультетов. – М.: Academia, 1996. – 192 с.
- Попова Е. А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью): дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 1995. – 187 с.
- Таранов П. С. Приемы влияния на людей. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 213 с.
- Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. 176 с.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
- Шейнов В. П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования). Минск: Харвест, 2001. – 842 с.
- Edelman M. Constructing the Political Spectacle. – Chicago: University of Chicago Press, 1988. – 137 p.
- Schudson M. Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s // Media, Culture and Society. – London, 1997. – 518 p.



УДК 81'42:004.738.5

## Стратегемно-тактическая организация гипертекстового пространства интернет-сайтов ресторанов британской национальной кухни

ТЕРЕНТЬЕВА Е. Б.

Волгоградский государственный университет (г. Волгоград)

**Аннотация.** В статье обоснована необходимость отграничения понятия ресторанный дискурс от ряда смежных понятий, показана важность исследования ресторанного интернет-дискурса с позиций лингво-прагматики. Автором установлены доминирующие стратегии и реализующие их специфические тактики, характеризующие гипертекстовое пространство интернет-сайтов ресторанов британской национальной кухни.

**Ключевые слова:** ресторанный дискурс, интернет-сайт, гипертекст, стратегия, тактика.

## Stratagemic and Tactical Organization of Hypertext Space of British National Cuisine Restaurants Websites

TERENTYIEVA E. B.

Volgograd State University

**Abstract.** The article grounds the necessity to separate the concept of restaurant discourse from a number of related concepts; it also shows the importance of restaurant internet discourse study from the perspective of linguopragmatics. The author determines in the article the dominant strategies and its specific tactics that characterize the hypertext space of British national cuisine restaurants websites.

**Keywords:** restaurant discourse, website, hypertext, strategy, tactics.

Интернет-коммуникация давно находится в центре внимания исследователей, о чем свидетельствуют обобщающие работы [Интернет-коммуникация 2012]. Имеется обширная научная литература, посвященная анализу различных типов дискурсов в пространстве электронного текстового континуума [Шамне, Лиховидова 2012; Ширяева 2007], появляются новые исследования, в которых разновидности интернет-дискурса рассматриваются с позиции теории институционального дискурса [Лиховидова 2011; Темботова 2012; Шилина 2012].

Институциональный подход к анализу различных типов дискурсов, предложенный В. И. Карасиком [2000], представляется весьма плодотворным в связи с тем, что позволяет предложить научное описание феномена коммуникации по единым основаниям, экстраполировать предложенную типологию на интернет-коммуникацию, расширить имеющуюся типологию, поскольку «общественные институты исторически изменчивы» [Там же: 5]. Очевидно, что ресторанный дискурс, связанный с такой важной профессиональной сферой деятельности, как ресторанный бизнес, должен занять свое место в типологии институциональных дискурсов [Козько, Пожидаева 2012]. Мы присоединяемся к тем исследователям, которые отграничивают ресторанный дискурс от различных видов так называемых кулинарно-гастрономических и пищевых дискурсов (см. работы: [Буркова 2004; Головницкая 2007; Олянич 2003; Савельева 2006; Ундрицкая 2012]) на том основании, что в нем реализуется дискурсивная практика особого экспертно-профессионального сообщества (рестораторов, работников ресторанного бизнеса и ресторанных критиков) [Кацунова 2012; Кацунова, Егорова 2012; Davis 2009]. Несмотря на обширный фактический материал, представляющий большой исследовательский интерес, ресторанный интернет-дискурс, реализованный в виде разнообразных дискурсивных практик, еще не становился пред-

методом специального изучения. Кроме того, пока отсутствуют комплексные исследования, изучающие интернет-сайт ресторана в качестве особого гипертекста с позиций лингвопрагматики.

Целью данной статьи является установление доминирующих стратегий и реализующих их специфических тактик, характеризующих гипертекстовое пространство интернет-сайтов ресторанов британской кухни. Обращение к сайтам ресторанов британской кухни объясняется тем, что традиционная британская кухня, особенно представленная ресторанным меню, переживает определенный подъем, которому способствует глобальный туризм, повышающий спрос на национальный пищевой дискурс [Ильин 2008].

Материалом для исследования послужили интернет-сайты наиболее известных лондонских ресторанов, ориентированных на классическое английское меню: *Rules*, *Cheneston's Restaurant*, *The St. JOHN*, *Dinner*, *The Wolseley*, *Corrigan's*, *The Gilbert Scot* (<http://www.rules.co.uk/restaurant>; <http://www.chenestons-restaurant>; <https://www.stjohnsgroup.uk.com>; <http://www.dinnerbyheston.com>; <https://www.the-wolseley.com>; <http://www.corrigansmayfair.co.uk>; <http://www.thegilbertscott.co.uk>). Сайты ресторанов представляют собой информационное пространство объемом до 35 страниц, связанных между собой гиперссылками. Важными структурными составляющими сайта ресторана являются: название/заголовок логотип, корпус текста, включающий такие позиции, как местоположение, меню, новости, заказ столиков, средний счет, услуги, специальные предложения, 3D-экскурсия, контакты.

Весьма плодотворным, в том числе и для анализа интернет-коммуникации, является функциональный подход к анализу стратегий и тактик речевого поведения. В соответствии с этим подходом принято выделять доминирующие и вспомогательные стратегии [Иссерс 2006: 106–108]. Основные стратегии устанавливаются на основе их наибольшей значимости с точки зрения иерархии мотивов и целей коммуникации [Шамне, Карякин 2011].

Как любое текстовое пространство, гипертекст сайта ресторана организован определенным набором стратегий и тактик. Под стратегией мы понимаем комплекс речевых приемов, целью которых является эффективное воздействие на потенциальную аудиторию. Каждая коммуникативная стратегия характеризуется набором определенных тактик, представляющих собой совокупность практических способов реализации коммуникативного намерения в процессе речевого взаимодействия.

Среди целей создания сайта ресторана можно назвать формирование имиджа заведения, повышение уровня доверия клиентов и их активности, создание акцента на преимуществах. Важным средством достижения этих иллюкутивных целей становится реализация доминирующих стратегий *создания положительного эмоционального настроения, создания привлекательного имиджа заведения, повышения активности клиента*.

Рассмотрим названные доминирующие стратегии и практические способы их реализации.

Как показал анализ интернет-сайтов наиболее известных лондонских ресторанов, стратегия создания положительного эмоционального настроения реализуется следующим набором тактик: *актуализации национального колорита, детализации, ожидания наслаждения*.

Тактика актуализации национального колорита предполагает фиксацию внимания клиента на кулинаруном историческом наследии Британии: *Rules a heritage restaurant* ([www.rules.co.uk/restaurant](http://www.rules.co.uk/restaurant)), на известнейших периодах британской истории: *a dish from the courts of the Tudors; Our menus are a showcase of the historical British cuisine for which Dinner has become renowned* (<http://www.dinnerbyheston.com>), на предложении традиционных британских блюд, ставших классикой: *We specialise in classic game cookery, oysters, pies and puddings; Our private dining menus reflect the rich array of British specialities available at Rules; the finest game, meat and fish dishes as well as wonderful puddings and desserts* ([www.rules.co.uk/restaurant](http://www.rules.co.uk/restaurant)). *Come to The Gilbert Scott for the classic British roast* ([www.thegilbertscott.co.uk](http://www.thegilbertscott.co.uk)).

Анализ показал, что тактика актуализации национального колорита как правило поддерживается тактикой детализации. Опора на фоновые знания потенциального клиента должна вызывать у него положительные ассоциации, создавать приятный эмоциональный фон, ощущение психологического

комфорта и предвкушения радостного времяпрепровождения в приятной атмосфере. Детализированному описанию могут подвергаться разные группы объектов, представленные в гипертекстовом пространстве сайта ресторана. Например, сайты ресторанов британской кухни «Rules», «*The Gilbert Scott*» и демонстрируют детализацию дизайнерских решений и интерьеров: *From the moment you step through the door at Rules, you feel you are in a place that exudes history, understated luxury and warmth; our elegant and discreet private dining rooms epitomise this feeling. Dedicated to literary figures of distinction, novelist Graham Greene and Poet Laureate Sir John Betjeman, both these rooms are wood panelled with red leather chairs and Sketch Victorian artwork, offering charming spaces which are ideal for a variety of events from corporate dinners to wedding breakfasts* (www.rules.co.uk/restaurant); *The mahogany oval table can seat up to 10 guests with large, comfortable chairs sumptuously covered in rich, blue velvet. This elegant and adaptable space offers a luxurious setting for an exclusive, private celebration or corporate event* (www.dinnerbyheston.com). Дизайнерская идея стеклянных стен от пола до потолка, позволяющих видеть посетителям приготовление уникальных блюд, подробно описывается на сайте ресторана «*Dinner*»: *The dining room features floor-to-ceiling glass walls, giving diners a view of the kitchen and its unique pulley system* (www.dinnerbyheston.com)

Для реализации стратегии создания положительного эмоционального настроения широко применяются тактика ожидания наслаждения: *Situated in the heart of Covent Garden, our unique private dining rooms offer elegant and charming surroundings ideal for entertaining clients and colleagues and for celebrating with family and friends; you can comfortably sit and enjoy the lunchtime market menu at the bar, or indeed the bar menu which focuses on small plates of deliciousness* (www.rules.co.uk/restaurant); *The Gilbert Scott dining room creates a sense of grandeur in a relaxed and informal brasserie-like setting. High ceilings and gilded frames exude a sense of magical charm whilst you enjoy our vast offerings. The ethos is a relaxed, friendly and knowledgeable service to put you at ease at any time of the day* (www.thegilbertscott.co.uk); *Weekends are all about enjoying time with friends, family and loved ones; Our lively Kitchen Table is the ideal place to share a relaxed afternoon or evening with friends* (www.thegilbertscott.co.uk).

Для закрепления воздействия используются тактика усиления с помощью эмоционально-оценочной лексики со значительным прагматическим эффектом, например: *Chris Lacey's...cocktails have a certain soft, lingering flavour. It is hard to describe, but utterly delicious; With our large menu offering we hope to be able to satisfy all tastes and preferences with our take on British classics as well as interesting seasonal choices*, а также тактика скрытого комплимента: *For those in the know, Rules bar has become one of the places to drink cocktails in London* (www.rules.co.uk/restaurant).

Стратегия создания привлекательного имиджа заведения реализуется тактикой акцентирования приоритета оригинальной концепции заведения, например: *Rules a heritage restaurant. There is a demand for the best in life as we are confronted with so much mediocrity. In an age when everyone is deluged with homogeneous brands, we like to create the special* (www.rules.co.uk/restaurant).

Основатель ресторана «*Dinner*» Хестон Блюменталь на странице сайта специально комментирует идею названия своего ресторана, делая акцент на любви англичан к традициям, их фоновых знаниях истории Британии и ее кулинарной истории, особом чувстве юмора: *It is never easy naming a restaurant. On this occasion, I wanted something that represented our menu that is inspired by historic British gastronomy, so I searched for a name that had a bit of history, but was also fun. Even today, depending where you are in the British Isles, 'dinner' might be served at lunchtime, supertime or, indeed, dinnertime!* (www.dinnerbyheston.com).

Необходимо подчеркнуть, что для ресторанов британской национальной кухни при создании привлекательного имиджа важной является тактика акцентирования приоритета традиций, что особенно ярко проявляется в гипертекстовом пространстве сайта ресторана «Rules» и реализуется под общей идеей «*A Star-Studded Past*». На различных страничках сайта потенциальному клиенту сообщается: *We serve the traditional food of this country at its best – and at affordable prices; Rules still flourishes, the*

*oldest restaurant in London and one of the most celebrated in the world, a макже: The late John Betjeman, then Poet Laureate, described the ground floor interior as “unique and irreplaceable, and part of literary and theatrical London”* ([www.rules.co.uk/restaurant](http://www.rules.co.uk/restaurant)). Вдохновляющее начало традиций подчеркивается и на сайте ресторана «The Gilbert Scot»: *Inspired by the wondrous history within the building our menu reflects British tradition and great British produce.*

Стратегия создания привлекательного имиджа может реализовываться и тактикой акцентирования приоритета современных тенденций. Особенно активно эта тактика используется на сайтах ресторанов, представляющих авторскую идею основателя заведения. Так, интерьер ресторана «Dinner» позиционируется как изящный портрет, в котором первенство отдается инновациям, созданным на основе традиций: *The restaurant interior has been conceived as a subtle, elegant portrait – contemporary and innovative, yet mindful of tradition.* Эта же идея реализуется и в меню: *His creative eye for detail coupled with a great enthusiasm for research and British ingredients have enabled him to create the unique menu of historically inspired British dishes with Heston Blumenthal for the new restaurant.*

Гипертекстовое пространство сайта ресторана обязательно организуется на основе стратегии повышения активности клиента, которая представлена тактиками приглашения (*Welcome to St. JOHN; Come to The Gilbert Scott for the classic British roast*); побуждения (*As our availability changes daily, if you are unable to find a suitable time online please feel free to call us for any last minute requests or for assistance with amendments of existing reservations.*), совета или рекомендации (*To enjoy the full experience we recommend joining us for lunch at 12: 30 and for dinner at 19: 30, as we do estimate the dining experience to last approximately 4 hours*).

Названная стратегия реализуется также через тактики специального предложения, например: *Special Events. Rules First Annual Whisky Dinner Thursday, 13th November 2014 7. 30 pm – 10. 30 pm Hosted by Colin Dunn, Whisky Specialist Venue: Grahame Greene Room, Rules Restaurant Price £200 per person* ([www.rules.co.uk/restaurant](http://www.rules.co.uk/restaurant)); *The chef’s table at Dinner by Heston Blumenthal provides the ultimate culinary front-row seat; We have the perfect romantic spot for an unforgettable Valentine’s Day Experience* ([www.dinnerbyheston.com](http://www.dinnerbyheston.com)).

Таким образом, проведенный анализ показал, что в гипертекстовом пространстве интернет-сайтов ресторанов британской кухни представлены следующие доминирующие стратегии: *создания положительного эмоционального настроения; создания привлекательного имиджа заведения; повышения активности клиента.* Каждая из названных стратегий реализуется набором специальных тактик, что дает необходимый прагматический эффект, вызывает у потенциального клиента желание откликнуться на приглашение, сделать заказ, стимулирует к выполнению действия, запрограммированного адресантом сайта.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Буркова П. П. Кулинарный рецепт как особый тип текста (на материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2007. – 29 с.
- Головницкая Н. П. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2007. – 25 с.
- Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Е. И. Горошко, Е. Н. Галичкина, М. С. Рыжков и др.; науч. ред.: Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 323 с.
- Ильин И. В. Потребление как дискурс: учебное пособие. – СПб.: Интерсоцис, 2008. – 446 с.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Эдиториал УРСС, 2006. – 284 с.
- Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
- Кацунова Н. Н. К вопросу о «синонимизации» дискурса // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 2 (18). – С. 187–191.
- Кацунова Н. Н., Егорова Т. О. Отклонение как нарушение сценария ресторанного дискурса (на материале английского языка) // Вестник гуманитарного научного образования. – 2012. – № 7 (21). – С. 17–19.



- Козько Н. А., Пожидаева Е. В. Современный британский ресторанный дискурс // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. Серия Филология. – 2012. – № 4. – Том 1. – С. 166–175.
- Лиховидова Е. П. Авторские стратегии построения гипертекстового пространства англоязычных интернет-сайтов отелей: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2011. – 21 с.
- Олянич А. В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации (семантико-семиотические характеристики) // Массовая культура на рубеже XX – XXI веков: Человек и его дискурс / РАНЮ Ин-т языкознания. – М., 2003. – С. 267–261.
- Савельева О. Г. Концепт «еда» как фрагмент языковой картины мира: лексико-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты (на материале русского и английского языков): дис. ... докт. филол. наук. – Краснодар, 2006. – 270 с.
- Темботова Е. С. Конфессиональный интернет-дискурс : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Нальчик, 2012. – 21 с.
- Ундрицкая М. В. Гастрономический дискурс: лингвокультурологические и переводческие аспекты // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. – № 2. – 2012. – С. 86–91.
- Шамне Н. Л., Карякин А. В. Речевая агрессия как нарушение экологичности политического дискурса // Вестник ВолГУ. Сер. 2. Языкознание. – 2011. – № 1 (13). – С. 204–208.
- Шамне Н. Л., Лиховидова Е. П. Современные интернет-технологии в социально-культурной сфере // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы современной филологии: межвуз. сб. ст. – Киров: Изд-во ВятГТУ, 2012. – С. 109–115.
- Шилина М. Г. Инновационный дискурс и институциональная коммуникация: к вопросу формирования новых направлений и методологии исследований. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1109>.
- Ширяева Т. А. Институциональные и общекультурные особенности дискурса // Гуманитарные науки: теория и методология. – 2007. – № 4. – С. 103–108.
- Davis M. A. Taste for New York: Restaurant Reviews, Food Discourse and the Field of Gastronomy in America. – N.Y.: New York University, 2009. – 292 p.

УДК 81'42=133.1

## Изогеотема «зима» и ее роль в художественной когнитии (на базе текста русской и французской новеллы)

ТОРГОВКИНА Т. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** Географический фактор, репрезентированный в художественном тексте, не только отличается способами языкового выражения, но также оказывает влияние на формирование самой ментальности языковой общности. Единицей измерения частотности обращения к ГФ при создании художественных текстов может, в перспективе, явиться изогеотема, т. е. своеобразный «маркер» на лингвистической карте, обозначающий распространение тем, связанных с тем или иным географическим фактором.

**Ключевые слова:** языковая картина мира, художественный текст, географический фактор, изогеотема «зима».

## Izogeotheme “Winter” and Its Role in Bêlles-Lêttres Cognition (Based on Russian and French Short Story)

TORGOVKINA T. A.

Mordovia State University

**Abstract.** Geographic factor (GF) represented in a short story not only differs by the means of language form and expression, but also has a significant influence over the mentality of language structure. The izogeotheme may be considered as GF term frequency in the texts of fiction as it represents a certain “marker on linguistic map” that identifies the themes of different geographic facts.

**Keywords:** linguistic worldview, fiction, geographic factor, izogeotheme “winter”.



Языковая картина мира и способы ее выражения являются, в последнее время, одной из популярных тем в лингвистических научных публикациях. Данный факт можно объяснить тем потенциалом, которым обладают язык и мышление, образуя плоды их взаимодействия (например, концепты), порождающие, в свою очередь, безграничное количество комбинаций, по-разному называющихся и изучающихся с разных позиций.

Одним из богатейших материалов для исследования языковой картины мира является художественный текст, в котором, с одной стороны, отражен концептуальный пласт определенной языковой общности, с другой – субъективное восприятие мира, выраженное в индивидуальном авторском «Я». Существует мнение, что универсальные понятия, существующие в разных языковых ментальностях, различаются лишь способами их лексико-семантической репрезентации. Есть, однако, сфера, которая, по-нашему мнению, не только отличается способами языкового выражения, но также оказывает влияние на формирование самой ментальности языковой общности. К этой области относится так называемый географический фактор (ГФ). ГФ в нашем случае понимается как совокупность нерукотворных природных объектов и явлений окружающей действительности, отраженных в языке (художественном тексте, в частности) с разной функциональной значимостью. Единицей измерения частотности обращения к ГФ при создании художественных текстов может, в перспективе, явиться *изогеотема*, т.е. своеобразный «маркер» на лингвистической карте, обозначающий распространение тем, связанных с тем или иным географическим фактором.

Географический фактор в художественном тексте может явиться объектом изучения лингвогеографии, которая, сама по себе с языкознанием не связана, но дает в перспективе возможность соединения некоторых отраслей лингвистики с ней. Одним из элементов географического фактора, максимально разнообразно выраженных в языке, являются различные погодные явления. Несмотря на универсальность своей сущности, погодные явления по-разному воспринимаются, и соответственно, отражаются в разных языковых интерпретациях, в том числе в художественных произведениях. В данной статье представлены результаты исследования в заданном направлении художественных текстов французской и русской языковых культур, где объектом явилась изогеотема «зима», а предметом – ее роль и способы передачи в текстах новелл И. А. Бунина и Ги де Мопассана.

Проведенный анализ показал, что изогеотема «зима» имеет большое значение в новеллистической прозе русского и французского авторов. Если прибегнуть к количественному анализу, становится очевидным, что оба писателя довольно часто обращались к данной изогеотеке при построении сюжетов своих новелл (см. табл.).

Зима в текстах новелл	И. А. Бунин	Ги де Мопассан
Встречается слово «зима»	46,3%	19,1%
Зима используется как временной индикатор, указание на календарный период	18,7%	15,3%
Действие новелл происходит зимой	24,8%	5,5%
Зима составляет основу сюжета	2%	2 %

Преломление авторской индивидуальности начинается с частотности обращения к тому или иному ГФ. Из приведенной выше таблицы становится очевидным, что у И. А. Бунина зима встречается чаще, и, следовательно, играет большую роль в когнитивном сознании автора. Так, помимо того, что связь с данным временем года встречается в почти в половине из общего количества новелл писателя, есть среди них и такие, в которых данная изогеотема является основополагающей.

Возьмем, для примера, новеллу И. А. Бунина «Сверчок». Композиционно текст новеллы разделен на две части, где в первой описывается бытовой уклад шорников и которая является фоном для введения

второй – рассказа про трагическую гибель сына одного из персонажей новеллы по прозвищу Сверчок. Уже в первой части изогеотема представлена рядом лексических репрезентатов, носящих негативную коннотацию: *темный и грязный ноябрь, зима все не налаживалась, несло непроглядной мокрой вьюгой, на черных стеклах сверкал и резко белел липкий, мокрый снег, сквозь шум метели, господя, залепленные белыми хлопьями, с мокрыми лицами и блестками на волосах и на одежде* и др. Во второй части функцию одного из главных персонажей в новелле выполняет такое погодное явление как туман, но не в традиционном общем понимании, а именно как одно из явлений, характерных для русской зимы. Лексическое поле «зима» представлено в данном тексте рядом слов: *стыдь, туман, туча, иней, мга, мороз, темь, холод, снег, ветер, метель* и др. Трагичность тону новеллы придают различные стилистические приемы, использованные автором. Суровости погодного явления противопоставляется жертвенность русского человека. (По сюжету Сверчок, будучи старым человеком, пытается безуспешно спасти своего замерзающего зимней ночью сына – молодого здорового парня). Желание спасти человека придает герою рассказа сверхъестественные силы в борьбе с природными явлениями. Подобный феномен часто встречается в бунинских новеллах, который, для демонстрации русского характера, прибегает к приему «борьба природы и человека», где человек не всегда оказывается победителем, но всегда проявляет феноменальную силу духа, свойственную, по мнению автора, русскому человеку. Еще одним доказательством этому утверждению может служить новелла «Перевал», которая представляет собой аллгорию человеческих бед и страданий на протяжении всего жизненного пути, где опять основными объектами ГФ выступает *зима, холод, горный перевал*. В критической литературе И. А. Бунин представлен как мастер художественной прозы, который наиболее реалистично и проникновенно смог передать весь трагизм жизни, обреченность человека, живущего в постреволюционной России, особенно в русской деревне. Примечательно, что большинство новелл, подходящих под вышеприведенные характеристики, связаны именно с *зимой* как временем года, которая не только создает фон этому трагизму и обреченности, но и как бы является причиной всех происходящих с человеком бед.

Если обратиться к анализу лексических полей, связанных с концептом «зима», представленном в новеллах И. А. Бунина, то выявляется весь спектр понятий, которые, вне контекста, с данным концептом не связаны или связаны опосредованно: *ветер, холодный туман, сумерки, темь (темнота), ночь, глубина, сырость, пустынность, отчаяние, чистый воздух, непогожие сумерки, тень, свежесть; холод, распутица, сухой мерзлый снег, студено, морозило, иней* и др. Концепт «зима», представленный в художественной ментальности И. А. Бунина, передается эмоциональными состояниями героя: *безлюдность, отчаяние, напряжение, усталость, однообразие, одиночество, скука* и др. Немаловажное значение имеет цветовая гамма вербального выражения зимы: *туманно-голубой, черный, синеватый, холодный, посиневший, белый, синий, темный, серый, бледно-желтый* и др. Негативную коннотацию несут в себе употребляемые в тексте глаголы действия и состояния: *уставать, дрогнуть, падать, дрожать, пронизывать насквозь, горбиться, валить с ног, стиснуть зубы, спотыкаться*. Что касается метафор и олицетворений, то в ряде случаев они достаточно клишированные и вряд ли их можно причислить к индивидуальному языку автора: *ветер несет туман длинными космами; свист ветра; заснуть мертвым сном; морозная ночная муть; от холода стынут ноги и кончик носа; крякать с мороза; завейный ночной поземкой; нежные и чистые краски северного утра; ослепительное сверканье на парче снега; блестящие отшлифованные, как слоновою костью; неслась над ней вьюга и стояли мутные сумерки; ветер стал кидать снегом в лицо и размахивать и отбрасывать обмерзший воротник* и др.

Зима у Мопассана, как и у И. А. Бунина, часто описывается как негативное явление, оказывающее влияние на образ жизни человека, на его состояние и поведение. Примером может служить ряд новелл, где зима представлена различной «негативной» лексикой, составляющей лексическое поле «hiver»: *la vaste pièce était triste, un peu froide, pénétrée par l'hiver* (большая комната казалась мрачной, холодной, как будто и на ней лежала печать зимы); *l'âpre rigueur de l'air et le souffle du vent, glacé par le tapis de neige étendu sur la terre* (земля была покрыта снежной пеленой, дул резкий ледяной ветер); *sous le*

*frisson de l'armosphère de mort, dont cet hiver enveloppait la France (от мертващего холода зимы, той ужасной зимы, которая нависла над Францией); Oh! l'affreux hiver, hiver de fin du monde qui détruisait un pays entier (О, эта ужасная зима, зима, предвещающая конец света, разорившая целую страну)* и др.

Суровые зимние условия, определяющие сюжет новеллы и составляющие его основу встречаются в шести из общего количества проанализированных новелл Мопассана (287). Одна из них – новелла «L'auberge» («Гостиница»), где действие происходит в Альпах, «au pied des glaciers» («у подножья ледников») и где автор показывает слабость и бессилие человека перед лицом природной стихии – зимой в заснеженных Альпах. Согласно сюжету, один из героев новеллы погибает, а другой – сходит с ума, проведя зиму в гостинице, расположенной в горах. Композиция другой новеллы – «Blanc et bleu» («Белое и синее») – построена на противопоставлении моря (синее) и снега (белое). Море, морской берег передает в рассказе положительный образ, а снег – отрицательный. Снег, в понимании Мопассана – страшное, ужасающее явление, в отличие от ласкового моря и теплого берега. Интересным, в этом отношении является сопоставление лексических полей, передающих образы моря и снега: *la mer – calme, calme, endormie, épaisse et bleue aussi (море спокойно дремлющее, глубокое и синее); bleue d'un bleu transparent, liquide (прозрачная жидкая синевы); la lumière coulait, la lumière bleue, jusqu'aux roches du fond (и свет, такой же синий, пронизывал ее до самых скал на дне); l'air tiède, l'air immobile, endormi sur la mer, l'air bleu (теплый голубой воздух, неподвижно застывший над морем); la neige – l'immense montagne blanche (огромные белые горы); sa grande muraille de neige, sa haute muraille luisante, enfermant d'une légère ceinture de sommets glacés, de sommets blancs, aigus comme des pyramides (величественная снеговая стена, высокая и сверкающая, опоясывающая берег легкой цепью белоснежных ледяных вершин, то острых, как пирамиды, то округленных, как спина); elle semblait si voisine la neige, si proche, si épaisse, si menaçante que j'en avais peur, j'en avais froid (снега казались столь близкими и глубокими, столь ощутимыми и грозными, что мне стало страшно, стало холодно); les Alpes géantes avec leur lourd manteau de neiges (исполинные Альпы под тяжелым снеговым покровом)* и др. Географический фактор, представленный в данной новелле описанием моря, морского берега, снежных Альп, не только «строит» текст, но также составляет основу той интенции, которую автор хочет донести до читателя: человек бессилен перед природными явлениями.

В отличие от бунинского восприятия зимы, где русский человек противостоит, если не телом, то духом суровости природы, у Мопассана же зима и ее природные проявления чаще ложатся в основу трагических сюжетов его рассказов, где человек покоряется силе природы и не способен противостоять ей. Так, в новелле «Première neige» («Первый снег») героиня предпочитает умереть, чем жить в суровых климатических условиях в Нормандии: *Mais elle vivait maintenant avec la peur de guérir, avec la peur des longs hivers de Normandie; et sitôt qu'elle allait mieux, elle ouvrait, la nuit, sa fenêtre, en songeant aux doux rivages de la Méditerranée. A présent, elle va mourir, elle le sait. Elle est heureuse. (Но она жила там в вечном страхе поправиться, в страхе перед долгой нормандской зимой, и как только ей становилось лучше, она ночью раскрывала окно, мечтая о ласковом побережье Средиземного моря. Теперь она скоро умрет, она это знает. И она счастлива!)*

В новелле «L'aveugle» («Слепой») зима является причиной гибели слепого нищего старика. Композиция текста, как и в предыдущих представленных новеллах, построена на противопоставлении зимы и весны, тепла и холода, аллегорически передающих противопоставление добра и зла. Сюжет новеллы основан на описании бесчеловечного обращения со слепым человеком, которого ближайшие родственники выгнали зимой просить милостыню. Также как и в бунинском «Сверчке» слепой пытается найти дорогу и замерзает в пути, однако в мопассановской новелле главной идеей является не жертвенность человека во имя спасения других, но, напротив, человеческая жестокость. Зима в данной новелле является как бы аллегорией человеческого цинизма и равнодушия по отношению к чужим страданиям. Духовная деградация, вызванная суровостью климата и нищетой, составляет основу новеллы «Un réveillon» («Сочельник»), где сюжет разворачивается на севере Франции, в Нормандии, и где описыва-

ется образ жизни бедных крестьян, доведенный до безумного цинизма по отношению к умершему родственнику.

У И. А. Бунина описание природы неразрывно связано с выражением эмоционального состояния героя, а подчас оно заменяет описание чувств и эмоций, как бы имплицитно говорит о том, что испытывает герой. Эмоции, вызываемые созерцанием природы, ощущением окружающей среды, являются, очевидно, универсальными и читатель сам догадывается об эмоциональном настрое героя, без дополнительных лексических средств. Так, лексика, связанная с природой заменяется лексикой, характеризующую чувства и впечатления: *«Она становилась сомнамбулична, шла, клоня голову на мое плечо. Черный пруд, вековые деревья, уходящие в звездное небо... Заколдованно—светлая ночь, бесконечно—безмолвная, с бесконечно—длинными тенями деревьев на серебряных полянах, похожих на озера»* — через природное описание передается эмоциональное состояние героини — меланхолия, бесцельность, мистическое восприятие, некая отрешенность. («Муза»).

Что касается разной функциональной значимости, то здесь роль ГФ в художественном текстопостроении фактически неисчерпаема. При этом ГФ смыкается с когнитивными текстопостроительными процессами и демонстрирует, в конечном счете, всю глубину текстового антропоцентризма. Авторы, будучи представителями разных ареальных культур, по-разному учитывают объекты географической среды и по-разному преломляют их для текстопостроения. Нерешенными, таким образом, остаются вопросы терминологии, набора приемов и методов исследования текстового фактора в лингвогеографии, индивидуальности автора в когнитивном восприятии мира и другие не менее важные вопросы, открывающие перспективы подобного исследования.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Maupassant Guy de. Contes et nouvelles. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://maupassant.free.fr/contes3.htm>  
Бунин И. А. Собрание сочинений. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://az.lib.ru/b/bunin\\_i\\_a/](http://az.lib.ru/b/bunin_i_a/)  
Мопассан Ги де. Полное собрание сочинений. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mopassan.krossw.ru/>

УДК 81'42: 34

## Юридический текст и его языковая специфика

ТРЕТЬЯКОВА И. В., ЧУБАРОВА Ю. Е.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье рассматривается юридический текст как лингвистический феномен. На основе анализа текстов немецких законов выявляются их лексические, грамматические и стилистические особенности и определяется языковая специфика юридического текста жанра «закон».

**Ключевые слова:** юридический текст, законодательный текст, лингвостилистический анализ текста, языковая специфика, лексические, грамматические и стилистические особенности.

## Legal Text and Its Linguistic Peculiarities

TRETYAKOVA I. V., CHUBAROVA Yu. E.

Mordovia State University

**Abstract.** The article deals with the legal text as a linguistic phenomenon. Based on the analysis of texts of German laws, their lexical, grammatical and stylistic features of the language are revealed and the peculiarities of the legal text (belonging to “law” genre) is determined.



**Keywords:** *legal text, legislative text, linguistic and stylistic analyses, linguistic peculiarities, lexical, grammatical and stylistic features.*

Возрастающее значение в жизни современного общества такого явления, как правовая культура, привлекает все большее внимание ученых к изучению юридического текста. В отечественной науке даже появилась такая дисциплина, как «юридическая лингвистика», в немецкой терминологии – “Rechtslinguistik” (правовая лингвистика), определяемая как «совокупность всех методов и результатов исследований, которые касаются вопросов связи языка и правовых норм и отвечают требованиям современной лингвистики» [Podlech 1976: 106].

Целью данной статьи является выявление специфики юридического текста как особого жанра юридического подстиля официально-делового стиля речи на основе анализа его языковых особенностей.

Под юридическим текстом понимается «сообщение, содержащее правовую информацию, объективированное в виде письменного документа, имеющее модальный характер и прагматическую установку, и состоящее из определенных единств, которые включают в себя разные типы лексической, грамматической и логической связи» [Широбокова 2007: 7].

Письменный юридический текст подразделяется на несколько видов: педагогический, академический, судебный, законодательный [Комина 1990: 122]. Каждый из видов юридического текста имеет свою функционально-коммуникативную направленность и языковую специфику.

Проанализировав ряд немецких законодательных текстов из Основного Закона ФРГ, Гражданского и Уголовного кодексов ФРГ (всего 20 законов), мы пришли к выводу, что языковая специфика юридического текста жанра «закон» находит свое выражение в преобладании в нем следующих языковых средств лексического, грамматического и стилистического уровней, используемых для успешного решения текстом его коммуникативной задачи.

Из особенностей лексического оформления законодательного текста нами были выявлены следующие: глаголы со значением долженствования, приказания, побуждения; глаголы социальной деятельности и социальных отношений; отглагольные существительные и существительные женского рода с абстрактным значением; одушевленные существительные мужского рода с суффиксом -ег, существительные мужского и женского рода с суффиксом -е и с нулевым суффиксом, а также «субстантивированные прилагательные и причастия, обозначающие субъекты правовых отношений, которые часто выступают как антонимические пары» [Денисова 2006: 7]; имена прилагательные и наречия, а также причастия, характеризующие действия, процессы, предметы и явления; термины, терминологические сочетания и аббревиатуры, характерные для текста закона.

Приведем в качестве примера термины, терминологические сочетания и аббревиатуры: *die Freiheitsentziehung, die Insolvenz, das Sperrjahr, der Annahmeverzug, die notarielle Beurkundung, BGH (Bundesgerichtshof), BVerfGE (Bundesverfassungsgericht), StPO (Strafprozessordnung)*.

Грамматическое оформление немецкого законодательного текста представлено следующими особенностями: конструкции “haben/sein+zu+Infinitiv”; конструкции “модальный глагол + Infinitiv / Infinitiv Passiv”; формы сослагательного наклонения; глаголы настоящего времени активного и пассивного залога, глаголы в перфекте; распространенное определение с причастием II; инфинитивные обороты “um / ohne / statt + zu + Infinitiv”; предикативные прилагательные/причастия + zu + Infinitiv; нанизывание генитивов; придаточные предложения различных типов, среди них условные, определительные, дополнительные, придаточные предложения цели, причины и образа действия, а также нанизывание придаточных предложений.

Рассмотрим в качестве примера конструкции “модальный глагол + Infinitiv / Infinitiv Passiv”, предикативные прилагательные/причастия + zu + Infinitiv и нанизывание генитивов:

– *Das Grundgesetz kann nur durch ein Gesetz geändert werden, das den Wortlaut des Grundgesetzes ausdrücklich ändert oder ergänzt* [Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, эл. pec.].



- *Der Mieter ist verpflichtet, dem Vermieter die vereinbarte Miete zu entrichten* [Bürgerliches Gesetzbuch, эл. pec.].
- *Findet ein Antrag des Bundeskanzlers, ihm das Vertrauen auszusprechen, nicht die Zustimmung der Mehrheit der Mitglieder des Bundestages, so kann der Bundespräsident auf Vorschlag des Bundeskanzlers binnen einundzwanzig Tagen den Bundestag auflösen* [Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, эл. pec.].

Следует также обратить внимание на стилистическое оформление законодательного текста. Таковыми характерными чертами являются: директивность и официальность; логическая полнота и завершенность текста; точность и определенность формулировок; максимальная экономичность, оптимальная емкость, компактность законодательных формулировок; бесстрастность, лаконичность и конкретность; объективность изложения; шаблонизированные обороты и клише; широко употребительны повторы существительных; исключено обращение к тропам; недопустима метафоричность [Третьякова 2012: 50].

Проиллюстрируем примерами директивность формулировок, клише и шаблонизированные обороты, а также повторы существительных:

- *Die Wehrgesetze haben auch die Gliederung des Bundes in Länder und ihre besonderen landsmannschaftlichen Verhältnisse zu berücksichtigen* [Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, эл. pec.].
- *In besonders schweren Fällen ist auf Freiheitsstrafe nicht unter einem Jahr zu erkennen* [Strafgesetzbuch, эл. pecypc].
- *Der Besitzer darf sich verbotener Eigenmacht mit Gewalt erwehren. Wird eine bewegliche Sache dem Besitzer mittels verbotener Eigenmacht weggenommen, so darf der Besitzer sie dem auf frischer Tat betroffenen oder verfolgten Täter mit Gewalt wieder abnehmen* [Bürgerliches Gesetzbuch, эл. pec.].

На основе выявленной языковой специфики законодательного текста проведем лингвостилистический анализ текста немецкого закона из Гражданского кодекса ФРГ.

#### § 1684 Umgang des Kindes mit den Eltern

- (1) Das Kind hat das Recht auf Umgang mit jedem Elternteil; jeder Elternteil ist zum Umgang mit dem Kind verpflichtet und berechtigt.
- (2) Die Eltern haben alles zu unterlassen, was das Verhältnis des Kindes zum jeweils anderen Elternteil beeinträchtigt oder die Erziehung erschwert. Entsprechendes gilt, wenn sich das Kind in der Obhut einer anderen Person befindet.
- (3) Das Familiengericht kann über den Umfang des Umgangsrechts entscheiden und seine Ausübung, auch gegenüber Dritten, näher regeln. Es kann die Beteiligten durch Anordnungen zur Erfüllung der in Absatz 2 geregelten Pflicht anhalten. Wird die Pflicht nach Absatz 2 dauerhaft oder wiederholt erheblich verletzt, kann das Familiengericht auch eine Pflegschaft für die Durchführung des Umgangs anordnen (Umgangspflegschaft). Die Umgangspflegschaft umfasst das Recht, die Herausgabe des Kindes zur Durchführung des Umgangs zu verlangen und für die Dauer des Umgangs dessen Aufenthalt zu bestimmen. Die Anordnung ist zu befristen. Für den Ersatz von Aufwendungen und die Vergütung des Umgangspflegers gilt § 277 des Gesetzes über das Verfahren in Familiensachen und in den Angelegenheiten der freiwilligen Gerichtsbarkeit entsprechend.
- (4) Das Familiengericht kann das Umgangsrecht oder den Vollzug früherer Entscheidungen über das Umgangsrecht einschränken oder ausschließen, soweit dies zum Wohl des Kindes erforderlich ist. Eine Entscheidung, die das Umgangsrecht oder seinen Vollzug für längere Zeit oder auf Dauer einschränkt oder ausschließt, kann nur ergehen, wenn andernfalls das Wohl des Kindes gefährdet wäre. Das Familiengericht kann insbesondere anordnen, dass der Umgang nur stattfinden darf, wenn ein mitwirkungsbereiter Dritter anwesend ist. Dritter kann auch ein Träger der Jugendhilfe oder ein Verein sein; dieser bestimmt dann jeweils, welche Einzelperson die Aufgabe wahrnimmt (Bürgerliches Gesetzbuch, Buch 4, Abschnitt 2, Titel 5) [Bürgerliches Gesetzbuch, эл. pec.].

#### Лексические особенности:

1) глаголы со значением приказания, побуждения, долженствования, глаголы социальной деятельности и социальных отношений: *unterlassen, beeinträchtigen, entscheiden, regeln, anordnen, verlangen, bestimmen, einschränken, gefährden, wahrnehmen, ausschließen*;

2) существительные женского рода с абстрактным значением: *Die Anordnung, die Erfüllung, die Erziehung, die Durchführung, die Aufwendung, die Angelegenheit, die Entscheidung, die Ausübung, die Pflegschaft, die Gerichtsbarkeit, die Vergütung*;

3) одушевленные существительные мужского рода с суффиксом -er и с нулевым суффиксом, субстантивированные прилагательные и причастия, обозначающие субъекты правовых отношений: *der Elternteil, der Umgangspfleger, die Beteiligten*;

4) термины и терминологические сочетания: *das Umgangsrecht, das Familiengericht, die Umgangspflegschaft*;

5) имена прилагательные и наречия качества/свойства: *dauerhaft, freiwillig, erheblich, mitwirkungsbereit*.

#### Грамматические особенности:

1) конструкции “haben / sein + zu + Infinitiv”: – *Die Eltern haben alles zu unterlassen, was das Verhältnis des Kindes zum jeweils anderen Elternteil beeinträchtigt oder die Erziehung erschwert*; – *Die Anordnung ist zu befristen*.

2) конструкции “модальный глагол + Infinitiv / Infinitiv Passiv”: – *Das Familiengericht kann über den Umfang des Umgangsrechts entscheiden und seine Ausübung, auch gegenüber Dritten, näher regeln*; – *Es kann die Beteiligten durch Anordnungen zur Erfüllung der in Absatz 2 geregelten Pflicht anhalten*; – *(...) kann das Familiengericht auch eine Pflegschaft für die Durchführung des Umgangs anordnen*; – *Das Familiengericht kann das Umgangsrecht oder den Vollzug früherer Entscheidungen über das Umgangsrecht einschränken oder ausschließen (...)*; – *Eine Entscheidung (...) kann nur ergehen, wenn (...)*; – *Das Familiengericht kann insbesondere anordnen, dass der Umgang nur stattfinden darf, (...)*; – *Dritter kann auch ein Träger der Jugendhilfe oder ein Verein sein (...)*.

3) формы сослагательного наклонения: – *Eine Entscheidung (...) wenn andernfalls das Wohl des Kindes gefährdet wäre*.

4) глаголы настоящего времени активного и пассивного залога: – *Das Kind hat das Recht auf Umgang mit jedem Elternteil*; – *Die Eltern haben alles zu unterlassen, was das Verhältnis des Kindes zum jeweils anderen Elternteil beeinträchtigt oder die Erziehung erschwert*; – *Die Umgangspflegschaft umfasst das Recht (...)*; – *Eine Entscheidung, die das Umgangsrecht oder seinen Vollzug für längere Zeit oder auf Dauer einschränkt oder ausschließt (...)*; – *(...) dieser bestimmt dann jeweils, welche Einzelperson die Aufgabe wahrnimmt*; – *Wird die Pflicht nach Absatz 2 dauerhaft oder wiederholt erheblich verletzt (...)*.

5) распространенное определение с причастием II: – *Es kann die Beteiligten durch Anordnungen zur Erfüllung der in Absatz 2 geregelten Pflicht anhalten*.

6) придаточные предложения различных типов:

а) условные: *Entsprechendes gilt, wenn sich das Kind in der Obhut einer anderen Person befindet*.

б) бессоюзные условные: *Wird die Pflicht nach Absatz 2 dauerhaft oder wiederholt erheblich verletzt, kann das (...)*.

в) определительные: *Eine Entscheidung, die das Umgangsrecht oder seinen Vollzug für längere Zeit oder auf Dauer einschränkt oder ausschließt, kann nur ergehen (...)*.

г) дополнительные: *Das Familiengericht kann insbesondere anordnen, dass der Umgang nur stattfinden darf, wenn ein mitwirkungsbereiter Dritter anwesend ist*.

#### Стилистические особенности:

1) директивность формулировок: – *Die Eltern haben alles zu unterlassen, was das Verhältnis des Kindes zum jeweils anderen Elternteil beeinträchtigt oder die Erziehung erschwert*.

2) клише и шаблонизированные обороты: – *Entsprechendes gilt, wenn sich das Kind in der Obhut einer anderen Person befindet*; – *Wird die Pflicht nach Absatz 2 dauerhaft oder wiederholt erheblich verletzt, kann das Familiengericht (...)*.

3) повтор существительных: *Das Familiengericht kann das Umgangsrecht oder den Vollzug früherer Entscheidungen über das Umgangsrecht einschränken oder ausschließen(...). Eine Entscheidung, die das Umgangsrecht oder seinen Vollzug für längere Zeit oder auf Dauer einschränkt oder ausschließt, kann nur ergehen (...).*

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что юридический текст обладает особым набором языковых средств лексического, грамматического и стилистического уровней, которые отличают его от текстов других жанров и определяют его специфику.

Представленный анализ языковых особенностей немецкого законодательного текста может послужить основой для исследования других жанров юридического текста, а также для изучения текстов иных жанров официально-делового стиля. Результаты анализа могут быть использованы в курсе стилистики, теории и практики перевода, на семинарах для студентов направления подготовки «Юриспруденция», а также в практике перевода юридических текстов.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Денисова Г. И. Национально-культурная специфика языковой объективации концепта «власть» в немецких ФЕ // Актуальные проблемы устной и письменной коммуникации: теоретические и прикладные аспекты: межвуз. сб. науч. тр. – Саранск: Тип. «Крас. Окт. », 2006. – С. 4–8.
- Комина К. А. Интерактивный принцип обучения английскому языку студентов-юристов // Язык. Дискурс. Личность: сб. науч. тр. – Тверь: Изд-во ТГУ, 1990. – С. 118–123.
- Третьякова И. В., Крайнова О. В. «Закон» как жанр юридических текстов // Вопросы теории текста и литературоведения: сб. науч. ст. – Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун–т, 2012. – С. 47–51.
- Широбокова Л. П. Юридические тексты: опыт грамматико-типологического исследования (на примере немецкого и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 19 с.
- Bürgerliches Gesetzbuch (BGB). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/index.html>.
- Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (GG). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gesetze-im-internet.de/gg/index.html>.
- Podlech A. Rechtslinguistik // Rechtswissenschaft und Nachbarwissenschaften. – München, 1976. – S. 105–110.
- Strafgesetzbuch (StGB). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gesetze-im-internet.de/stgb/index.html>

УДК 81'342: 82-146=811.111

## Сравнительный анализ фонетических средств создания игрового смысла в текстах языковых шуток и лимериков (на материале английского языка)

ХРАМОВА Е. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье выявляются и сравниваются сегментные фонетические средства английского языка, участвующие в создании интенсифицированного плана выражения языковых шуток и лимериков. За счет усложнения отношений между фонетическими формами в компрессированном семантическом пространстве данных мини-текстов возникают уникальные ассоциативные игровые смыслы. Номенклатура, комбинаторика и концентрация фонетических средств языковой игры определяются как общими свойствами мини-текста, так и его жанровой принадлежностью.

**Ключевые слова:** игровой смысл, источник игрового смысла, фонетическое средство создания игрового смысла, игровой мини-текст, языковая шутка, лимерик.

## Comparative Analysis of Phonetic Means of Creating Ludic Meaning in Poetic Jokes and Limericks: An English-Based Study

KHRAMOVA E. A.

*Mordovia State University*

**Abstract.** *The paper deals with revealing and comparing those segment phonetic means of the English language which create the intensified plane of expression in poetic jokes and limericks. The complicated relation between phonetic forms in the confined semantic space of such mini-texts provides the emergence of unique associative ludic meanings. The nomenclature, combination and concentration of phonetic means of language play are determined by both the general properties of the mini-text and its genre.*

**Keywords:** *ludic meaning, ludic meaning source, phonetic means of creating ludic meaning, ludic mini-text, poetic joke, limerick.*

Данная статья посвящена сравнению средств фонетической языковой игры в таких видах англоязычного игрового дискурса, как языковая шутка и лимерик. В задачи исследования входит выявление и сопоставление номенклатуры и комбинаторики фонетических средств создания игрового смысла в разных видах компрессированного семантического пространства. Работа выполнена на материале 283 языковых шуток и 168 лимериков, выделенных методом сплошной выборки из специализированного словаря «The Penguin Dictionary of Jokes, Wisecracks, Quips and Quotes» и антологии «The Mammoth Book of Limericks» [Metcalf 2009; The Mammoth Book of Limericks, 2008].

Прежде чем обратиться к анализу наиболее репрезентативных примеров, представляется целесообразным определить базовые понятия исследования: «игровой смысл» и «игровой мини-текст».

Процессы создания и декодирования игрового смысла подразумевают «программирование» особого неузуального, но системно оправданного распределения языковых единиц в семантическом пространстве текста и понимание, осмысление этого интенсифицированного плана выражения.

Игровой дискурс реализуется в текстах с интенсифицированным планом выражения и относительно низкой степенью информативности. Смещение акцента с передаваемого содержания на специфическое языковое оформление обозримо и репрезентативно представлено в текстах малого объема, которые имеют разную жанровую и функционально-стилистическую направленность. В компрессированном семантическом пространстве данных мини-текстов возникают уникальные ассоциативные игровые смыслы, что обусловлено спецификой усложненных контекстуальных связей.

Под игровым мини-текстом понимается текст протяженностью от одного до приблизительно 800 слов, характеризуемый следующими свойствами: 1) нарушенная когерентность (целостность) и высокая напряженность, которые устраняются посредством восстановления логико-семантической когезии; 2) приоритетное положение категории адресатности по отношению к категории интенциональности; 3) существование в виде организованного семантического пространства, в котором возникают не фиксируемые системой «скрытые» ассоциативные смыслы.

Такой тип мини-текста, как языковая шутка, универсален для разных языков и лингвокультур, поскольку является традиционным «проводником» различных видов комического содержания (юмора, сатиры, иронии и т. п.). Данный тезис подтверждается итогами анализа креативного использования фонетических средств в англоязычных произведениях подобного рода. Чаще всего игровой смысл создается с помощью эксплуатации асимметрии языкового знака (71%), что предполагает обеспечение взаимодействия в одном контексте двух лексических значений, материализующихся одинаковыми акустическими образами, имеющими как идентичные (полисеманты, полисемантические фразы, омонимы), так и различающиеся (омофоны; лексические единицы, связанные антономастическими отношениями) графические формы. К другим частотным средствам реализации игровой функции языка относятся па-

ронимическая аттракция (10%) (намеренное сближение частично совпадающих акустических образов) и переразложение границ слов в потоке связной речи (9%).

Источник игрового смысла языковой шутки, как правило, состоит из двух элементов – двух лексических значений, воплощенных в идентичных или частично совпадающих фонетических формах, которые различаются фонемным составом (паронимическая аттракция) или фонетическим оформлением (переразложение границ слов). Данные элементы могут быть представлены эксплицитно, в обозримой линейной последовательности (синтагматический мини-текст), имплицитно, что требует от реципиента ассоциативного поиска второго компонента (парадигматический мини-текст), а также двумя названными способами (синтагматико-парадигматический мини-текст). Перед адресатом стоит лингвистическая задача осознания раздвоенности плана содержания, успешное решение которой приводит к реализации комического эффекта.

### Пример 1.

*Do you **summer** in the country?*

*No, I **simmer** in the city* [Metcalf 2009: 278].

В данном примере глаголы «summer» ['sʌmə] (spend the summer in a particular place – проводить лето) и «simmer» ['sɪmə] (stay just below boiling point while bubbling gently – кипеть на медленном огне) представлены эксплицитно, что облегчает декодирование игрового смысла [BWED 2014]. Кроме того, продемонстрированное различие в звуках [ʌ] и [ɪ] переходит на последующие слова реплики-стимула и реплики-реакции (ср.: country ['kʌntri] – city ['sɪti]) [BWED 2014]. Следует отметить, что синтагматический мини-текст, содержащий не полностью, а частично совпадающие акустические образы, отличается менее интенсифицированным планом выражения при устном воспроизведении языковой шутки.

### Пример 2.

*My election result reminded me of the earth – I was **fattened** at the **polls*** [Metcalf 2009: 96].

В языковой шутке 2 происходит наложение двух планов содержания, которое подготавливается еще в первой части предложения с помощью абсурдного сравнения результатов выборов с планетой Земля. Затем комический эффект обеспечивается за счет взаимодействия различных значений полисемантического глагола «flatten» ['flætən] и омофоничной пары «polls [pɒlz] – poles [pəʊlz]»: в контексте выборов «flatten» имеет неформальное переносное значение «defeat heavily in a contest» (сокрушить), а «polls» обозначает «the process of voting in an election» (голосование); в контексте Земли «flatten» реализует прямое значение «make or become flat» (сплющивать), а подходящей лексической единицей с акустическим образом [pɒlz] оказывается форма множественного числа существительного «pole» со значением «either of the two locations on the surface of the earth which are the northern and southern ends of the axis of rotation» (полюс) [BWED 2014].

### Пример 3.

*Q: Where are the **Seychelles**?*

*A: On the **Sey** shore!* [Metcalf 2009: 290].

В языковой шутке 3 показана ошибочная интерпретация топонима «Seychelles» [sei'ʃelz] (Сейшельские острова) как комбинации элемента данного географического названия «Sey» [sei], эксплицитно представленного в реплике-реакции, и формы множественного числа существительного «shell» (the hard protective outer case of a mollusc or crustacean – ракушка) – «shells» [ʃelz], которая выводится из контекста посредством ассоциативной связи с сочетанием «Sey shore» [Jones 2011: 445; BWED 2014]. Реализации комического эффекта способствует обращение к известной скороговорке, часто используемой для постановки английского произношения: «She sells **sea shells** by the **sea shore**» [Learn English Kids 2014]. Согласно приведенной фоновой информации, создание игрового смысла в анализируемом мини-тексте также предполагает частичное совпадение фонетических форм (ср. Sey [sei] – sea [si:]) [Jones 2011: 439, 445].



Лимерик является игровым произведением с ярко выраженной идиоэтнической составляющей. Проведенное исследование позволило выявить некоторые специфические особенности игрового функционирования фонетических элементов в англоязычном нонсене: 1) конвенциональная форма лимерика обуславливает использование оригинальных фонетических средств, связанных с особенностями ритма и рифмы данного стихотворения; 2) разнообразие и неоднозначность графических воплощений акустических образов в английском языке эксплуатируется с целью создания «зрительной» рифмы; 3) источник игрового смысла отличается разным количеством составляющих, среди которых присутствуют окказиональные элементы; 4) большее значение приобретает озвучивание и слуховое восприятие игрового мини-текста, что обусловлено высокой концентрацией омонимов, омофонов и частично совпадающих по звучанию лексических единиц; 5) акцент на письменной презентации произведения при сближении написаний рифмующихся слов и усечении графических форм.

#### Пример 4.

*A **tutor** who taught on the flute  
Tried to teach **two** young **tooters** to toot;  
Said the **two** to the **tutor**:  
«Is it harder **to toot**, or*

***To tutor two tooters to toot**» [TMBOL 2008: 246].*

Приведенный лимерик подразумевает следование одному из американских вариантов произнесения слова «tutor» – [ˈtu: . tɪə] (a private teacher; work as a tutor – учитель, дающий частные уроки; давать частные уроки), что обуславливает омофонические отношения с лексической единицей «tooter» [ˈtu: . tɪə] (om toot – to make a short, sharp sound – зд. флейтист), обладающей аналогичным фонетическим оформлением [Jones 2011: 497, 507; BWED 2014]. Помимо двукратного повторения «tooters» и трехкратного употребления «tutor» (в том числе в качестве омонимов с близкими лексическими значениями и одинаковыми основными формами), мини-текст насыщен частично совпадающими акустическими образами, которые отличаются лишь отсутствием определенных конечных звуков или качеством гласного (ср.: [ˈtu: . tɪə] – tutor, tooter; [tu: t] – toot; [tu: ] – two; [tə] – to) [Jones 2011: 496, 497, 507, 508]. Таким образом, при устной реализации лимерик вновь больше напоминает скороговорку, нацеленную на выработку правильной артикуляции звуков [t] и [u: ], чем содержательное сообщение.

#### Пример 5.

*There was a young man named **Colquhoun**  
Who kept, as a pet, a **babuhoun**;  
His mother said: «**Cholmondley**,  
I don't think it **commondeley**  
That you feed your baboon with a **spuhoun**!» [TMBOL 2008: 253].*

В качестве ведущих компонентов данного лимерика выступают имена собственные «Colquhoun» и «Cholmondley», которые отличаются сложной орфографией. Согласно словарю, они имеют фонетические формы [kəˈhu: n] и [ˈtʃlɒm. li] [Jones 2011: 88, 99]. Следовательно, окказиональные лексические единицы, завершающие вторую и пятую строки, должны обладать акустическими образами [bəˈbu: n] и [spru: n], тогда как последнее несуществующее слово четвертой строки следует произносить [ˈklɒm. li]. Выведенные звуковые воплощения присущи англоязычным словам с написаниями «baboon», «comely» и «spoon» [Jones 2011: 40, 99, 463].

В сравнении с языковыми шутками, лимерики характеризуются более высокой напряженностью и, соответственно, более интенсифицированным планом выражения. Это достигается с помощью как увеличения количества источников игрового смысла, так и усложнения их структурно-семантического рисунка (больше компонентов в источнике игрового смысла; сложное игровое взаимодействие акустических образов, обусловленное особенностями их графического воплощения). Кроме того, рассмотренные тексты нонсенса в большей степени подразумевают интерактивное восприятие, что означает ре-

шение лингвистических задач разного рода: 1) корректного озвучивания (мини-текста со «зрительной» рифмой) одним реципиентом; 2) адекватного слухового восприятия (мини-текста с высокой концентрацией омонимов, омофонов или частично созвучных слов) данного озвучивания другим адресатом.

Таким образом, по сравнению с языковыми шутками, в лимериках демонстрируется более выраженное и специфическое проявление креативного потенциала английского языка и его носителей, что объясняется формальными особенностями данной стихотворной формы, а также большим количеством и разнообразием языковых элементов, участвующих в создании игрового смысла.

#### ЛИТЕРАТУРА

- British & World English Dictionary. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oxforddictionaries.com>  
Jones D. Cambridge English Pronouncing Dictionary; edited by Peter Roach, Jane Setter & John Esling. – 18th edition. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011. – 580 p.  
Learn English Kids: Tongue Twisters. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://learnenglishkids.britishcouncil.org/en/tongue-twisters>  
Metcalf F. The Penguin Dictionary of Jokes, Wisecracks, Quips and Quotes. – London : Penguin Books, 2009. – 310 p.  
The Mammoth Book of Limericks / edited by G. Rees. – London, Philadelphia: Running Press, 2008. – 589 p.

УДК 81'27:811.111

## Языковая репрезентация эмоционального состояния гнева в кинематографическом дискурсе

ЦЫБИНА Л. В.

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева (г. Саранск)

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию языковых средств актуализации эмоции гнева у собеседников одной гендерной группы. В работе представлены результаты аудио-визуального анализа средств репрезентации исследуемой эмоции в рамках кинематографического дискурса и выявлены константные и окказиональные характеристики мужского и женского исполнения.

**Ключевые слова:** эмоция гнева, кинематографический дискурс, лексические единицы, грамматические структуры, симметричная ситуация, гендер.

## Linguistic Representation of the Emotion of Anger in the Cinematographic Discourse

TSYBINA L. V.

Mordovia State University

**Abstract.** This article is devoted to the investigation of the emotional part of speech. It gives a detailed analysis of linguistic means of expressing of emotion anger in gender symmetrical situations. The results of audio-visual analyses of cinematographic discourse are represented in the article. It is concluded that male and female speech is characterized by both constant and occasional characteristics.

**Keywords:** emotion of anger, cinematographic discourse, lexical units, grammar structures, symmetrical situation, gender.

Для выражения различных эмоциональных состояний коммуниканты использует широкий спектр как лингвистических, так и паралингвистических средств. В данной работе внимание уделяется эмоциональному состоянию гнева, при выражении которого также фиксируются разнообразные средства

его актуализации. Доминирующее положение при передаче исследуемого комплекса эмоций в симметричном дискурсе (женщина + женщина) занимают эмоционально окрашенные существительные семой отрицательной оценки: *bitch, fool, cretin, brute* и т.д., являющиеся абсолютно дифференцирующим маркером гневного дискурса. Часто к этим существительным с отрицательной оценкой добавляются эмоционально окрашенные прилагательные с положительной оценкой. Данные лексические единицы являются окказиональной характеристикой женского исполнения.

- Juliana: – *Kimmy, Kimmy, Kimmy! I know that you are here. The guard saw you came in.*  
 Kimmy: – *Just leave me, a lovely bitch.*  
 Juliana: – *Kimmy*  
 Kimmy: – *Who the hold thing you are? You came here pretending to be my friend and I made you to be my ...*  
 Juliana: – *Who asked you to do that? You know me what? 8 minutes?*  
 Kimmy: – *Michael trusted you, so I trusted you.*  
 Juliana: – *You wanted to be with me close. You didn't trust me for a second.*  
 Kimmy: – *I was right.*  
 Juliana: – *Of course, you right, that's not my fault.*  
 Kimmy: – *You kissed him in my parents' house on my wedding day.*  
 Juliana: – *What a brute I was.*  
 Kimmy: – *Shut up! I love this man and there is no way that I'll give him up for some two-faced, red-haired fool cretin.*  
 Juliana: – *All right, all right. I kissed him. I tried to steal him. I lost. He doesn't love me. He loves you. Kimmy! I have done some blunders for last three days. I'd like to take you to the church so you can walk up to the altar and marry the man of our dreams, because he wants to marry you.*

(My Best Friend's Wedding)

В данном дискурсе коммуникантами являются две молодые девушки. Одна из них (Джулия) зарабатывает на жизнь собственным трудом, другая (Кимми) не работает, так как ее отцу принадлежит крупная солидная фирма. Это очень уравновешенные и уверенные в себе девушки. У Кимми должна была состояться свадьба, но Джулия сделала все возможное чтобы ее отменили. Она попросила Майкла (жениха Кимми) поцеловать себя прощальным дружеским поцелуем и постаралась чтобы Кимми это увидела. Увидев эту картину, невеста приняла решение не выходить замуж за этого человека. Дружеские отношения между девушками стали антагонистическими. Джулия, которая должна была стать подружкой невесты стала первым врагом Кимми. Данный дискурс имеет место в женской уборной, куда убежала невеста со слезами на глазах. Кимми обвиняет Джулию в предательстве, Джулия пытается убедить ее вернуться в церковь, так как Майкл любит только Кимми и хочет жениться на ней, а не на Джулии. Раздражение в этом случае тесно связано с таким эмоциональным состоянием как раскаяние, отчаяние. Девушка называет себя тварью, животным (*brute*) за то, что поссорила своего друга с его любимой. Грамматические структуры, в которых выражается отрицательная самооценка, представлены субстантивными конструкциями инвертированного характера, выдвигающими на передний план не грамматическое, а психологическое подлежащее – коммуникативный центр высказывания, «прагматическое ядро» [Зоммерфельд 1975: 11]. Второй коммуникант (Кимми), узнав о предательстве Джулии обрушивает на нее все свое негодование, используя при этом широкий спектр лексических средств: *a lovely bitch, two-faced, red-haired fool, cretin*. Более ярко эмоциональное состояние гнева в данном женском дискурсе помогают выразить повелительные предложения – *Just leave me! Shut up!*, инвертированная конструкция – *Who the hold thing you are?* и параллельная конструкция – *Michael trusted you, so I trusted you*. Все выше перечисленные синтаксические конструкции являются относительно дифференцирующими признаками гневного дискурса.

В симметричном дискурсе в мужском исполнении были зафиксированы такие эмоционально окрашенные существительные как: *bastard, devil, duffer* и т.д. Более того, именно в симметричном дискурсе

мужское исполнение характеризуется большим количеством слов, которые относятся к слэнгу: *funky* – лох, *kisser* – харя, *pushy* – хамло, *rick, cock* – мужские половые органы, *yuk* – дерьмо, *schlemiel* – шестерка, *guy* – чувак, парень. Использование сленга свидетельствует о вульгаризации мужского дискурса. Вульгаризация мужского исполнения в симметричном дискурсе является константной характеристикой. Кроме того, вульгаризмы относятся к абсолютно дифференцирующим маркерам гневного дискурса.

- Restone: – *Hello,*  
 Paul Witty: – *Hello,*  
 Restone: – *How are things going?*  
 Paul Witty: – *Not good, not good. Who did it with the friend of mine tried to do it with me and now I am full of feelings. I'm trying ...*  
 Restone: – *What feelings?*  
 Paul Witty: – *I'm very angry. I'm feeling very angry about that. I'm really I am in rage, I am, I am ... I'm feeling very, very malice about that.*  
 Restone: – *Yes, why are you telling me?*  
 Paul Witty: – *Why I'm telling you? But don't you have sense to?*  
 Restone: – *I don't understand what you are talking.*  
 Paul Witty: – *I just try tell you about my feelings that I am angry, and my angry is black wish I look forward to see you next week at that thing and then I won't suppress my black wish and I hope ... if you try to touch me once more, you, fucker, I'll cut your prick and shove in your fucking arse. I'll, fucker, bury you. I'll put out your eyes and give them to your fucking family that they'll eat them for dessert! Do you understand me?*  
 Restone: – *You ...*  
 Paul Witty: – *What?*  
 Restone: – *Fuck you!*

Коммуникантами в данном дискурсе являются двое мужчин. Они принадлежат к преступному миру и являются важными фигурами в мафиозной структуре города. Мужчины очень негативно относятся друг к другу, так как каждый из них желает занять более высокое место, чем его партнер в преступной иерархии. Они постоянно доказывают свое превосходство друг над другом и это коммуникативное событие, в котором присутствует конфликт, является продолжением их постоянного противостояния и взаимных обвинений. Мистер Витти желает выяснить, почему его партнер некорректно обошелся с его другом. Целью Пола Витти является запугать собеседника и показать свое превосходство. Что касается личностных характеристик, этот мужчина вспыльчив импульсивен, слаб. Разговор происходит по телефону, рядом с мистером Витти находится его лечащий психиатр, который на протяжении всего разговора пытается удержать своего пациента от бурного выражения эмоций. В начале диалога коммуникант открыто заявляет о своих чувствах, желая показать собеседнику, что он раздражен и очень недоволен (*I'm very angry. I'm feeling very angry about that. I'm really I am in rage, I am, I am ... I'm feeling very, very malice about that*), т. е. в начальных репликах представлена эмоция раздражения. К концу телефонного разговора эмоциональная насыщенность увеличивается и раздражение переходит в гнев, а затем в ярость. В данном дискурсе используются существительные, относящиеся к слэнгу (*prick, fucking arse, fucker*), причем одно из вульгаризмов (*fucker*) используется как обращение к собеседнику. При выражении наивысшей степени выражения гнева – ярости для мужского исполнения в симметричном дискурсе характерны не только бранные слова, но угрозы и проклятия. Они являются неотъемлемой частью самовыражения агрессивно настроенного человека. Как правило, в мужском исполнении, в отличие от женского, участник коммуникативного события обращает свои ругательства, проклятия в адрес своих недругов. Он не занимается самобичеванием. Как показывают результаты исследования, угрозы и проклятия часто выражаются при помощи сложноподчиненных предложений с придаточным условия. Большую насыщенность эмоциональному высказыванию придает наполнение этих предложений нецензурной, лексикой (*If you try to touch me once more, you, fucker, I'll cut your prick and shove in*

*your fucking arse. I'll, fucker, bury you. I'll put out your eyes and give them to your fucking family that they'll eat them for dessert!).*

Для женского исполнения, напротив свойственна негативная самооценка персонажа.

*Carolyn: Shut up! Stop it! You weak. Weak. Baby. Shut up! Shut up! (American Beauty)*

Данное коммуникативное событие происходит в гараже. У Кэрولين, по ее мнению, наступила «черная полоса» в жизни. У нее нет работы, нет взаимопонимания со взрослой дочерью, прохладные отношения с мужем. Однообразие ее жизни очень угнетает женщину, и она очень недовольна собой. Что касается личностных характеристик Кэрولين, то она неуверенная в себе женщина, очень эгоистичная и раздражительная. В данном дискурсе женщина пытается остановить свою истерику, она раздражена, называет себя при этом слабой, ребенком. В приведенном выше примере используется лексический повтор (*Weak, Shut up!*), эллипсис (*You weak*) и восклицательные предложения повелительного характера (*Shut up! Stop it!*). Все используемые в данном дискурсе средства эмоционализации являются относительно дифференцирующими маркерами гнева.

В симметричном дискурсе гнев часто находит свое выражение в собственно восклицательных предложениях следующих конструкций:

- 1) What + N;
- 2) How + Adj + N (Prn) + V.

Данные конструкции являются относительно дифференцирующими маркерами гневного дискурса. Первая конструкция является окказиональной характеристикой женского исполнения, вторая наиболее часто фиксируется в мужском исполнении. Также для выражения гнева в мужском исполнении очень часто используется отрицательная форма повелительного наклонения с предшествующими междометиями, обращениями, разговорными выражениями *For Goodness sake, for Heaven's sake, for God's sake*, что также является окказиональной характеристикой.

Father: – *Alfred, she is your brother's wife.*

Alfred: – *Yes, his wife. But you should remind him of that fact.*

Father: – *How idiotic you are! He isn't able now to defend himself.*

Alfred: – *No, he is not, but I see you are here to defend him if it is known he abandoned her and you. And I won't even speak whom else he abandoned.*

Father: – *For Goodness sake, don't blame my son in Samuel's death! Samuel was a soldier and as a soldier died. Samuel was sent to the war by the government, parasites like you. Damn you! Get out of my*

Alfred: *house!*

Alfred: – *Why? Because I want to serve my country as you did or because like you I love a woman who doesn't love me. He used her and he deserted her your darling Tristan.*

Father: – *I loved her. I love her still. he stole her from me and you know the truth he stole her from Samuel before the war.*

– *God help me, I'll kill you.*

(Legends of the Fall)

Данное коммуникативное событие происходит в доме отца. Коммуникантами являются отец и сын. В доме отца остались жить будущая жена его младшего сына и средний сын Альфред. Младший и старший сыновья были призваны на войну, где один из них (Самуэль) погиб. Зная, что эта война лишь игра правительства, отцу еще больше сознавать, что его сыновья участвуют в бесконечной и бесполезной битве. Его пессимистическое настроение и долгие ожидания разделяет с ним и его невестка. Она любит младшего сына и ждет с нетерпением его возвращения. Девушка очень расстроена долгим отсутствием своего любимого. Альфред, который любит эту девушку, пытается утешить ее. Отец напоминает ему, что она принадлежит другому и обвиняет сына в связи с правительством, которое послало Тристана на войну. Целью отца является защитить светлую память погибшего сына, Альфред старается объяснить



отцу, что эта девушка дорога ему и безразлична Тристану. Конфликт возникает в начальных репликах дискурса, когда Альфред впервые обвиняет своего младшего брата в том, что он оставил и забыл свою невесту. Гнев выражается в данном мужском дискурсе уже упомянутыми выше отрицательной формой повелительного наклонения с предшествующим разговорным выражением (*For Goodness sake, don't blame my son in Samuel's death!*), конструкцией How + Adj + N (Prn) + V (*How idiotic you are!*), а также наблюдается ряд сравнений, придающих большую эмоциональную насыщенность данному дискурсу (*as a soldier, died parasites like you, to serve my country as you did*), предложение с модальным оттенком со значением повелевания (*you should remind him of that fact*), повелительное предложение (*Get out of my house!*), проклятия (*Damn you!*), угрозы (*I'll kill you*), единичные повторы (*wife*).

В мужском и женском исполнении в симметричном дискурсе слабая и средняя степень исследуемой эмоции, т.е. раздражение и гнев передаются при помощи единичных, расчлененных ответно-воспроизводящих повторов. Расширение повтора за счет повторяющихся ключевых слов, употребление двойного (тройного) повтора используется для передачи сильного эмоционального состояния – ярости.

Steven: – *No it's clear why Emily is drawn to.*

David: – *And what's that?*

Steven: – *Your works. They are trashy.*

David: – *Trashy? So she said?*

Steven: – *Your angry. It's very controlled.*

David: – *Am I angry?*

Steven: – *Angry in your work. The colour of despair I wonder from where is it?*

David: – *Inside.*

Steven: – *Inside, did.*

David: – *You know I envy you.*

Steven: – *Envy me?*

David: – *You should be flattered. I'm not from envy persons. It is a pathetic emotion speaks upon you, like a cancer. Now I'm a gudgeon and you know why.*

Steven: – *No*

David: – *No question, do it's stupendous sensation in life. That's a hummer!*

Steven: – *What?*

David: – *Fucking my wife.*

Steven: – *Mr. Talor, I.*

David: – *May be it's time to call me Steven.*

Steven: – *I love, sir.*

David: – *That's it. That's it?*

Steven: – *You steal the ground jewel of my sole and if even it is true, that's not good enough.*

David: – *Why not enough?*

Steven: – *She is in love, but you are in a business.*

David: – *What are you saying.*

Steven: – *I'm saying you do not meet my wife by chance, I'm saying you didn't study at Birkly, I am saying you learned to paint in state prison for a leaving a widow in San-Francisco offering life saving. Your second conviction, if I'm not mistaken. Your real name is Winston Lagrandge. You were born on a rubbish dump in Barstoy, California. You were under the judicial ward ship from age of ten. You were pickpocket, lifted cars and then found out another way – with the softy sex. Life your completely consisted of dirty tricks till now.*

David: – *How have you known?*

Steven: – *Everything is on sale. Devil take it, you are somebody like the brusher.*

(Perfect Murder)

Участниками этого коммуникативного события являются два молодых человека: Стивен и Дэвид. Стивен, муж Эмили, узнает, что она встречается с молодым художником. На самом деле, ни тот, ни

другой не любят девушку, интерес для них обоих представляет только ее наследство. Муж девушки очень недоволен тем, что молодой художник пытается завоевать ее. В данном дискурсе прослеживается весь комплекс исследуемой эмоции от раздражения до ярости. Здесь повторяются как целые синтаксические единства, так и отдельные элементы высказывания, наиболее значимые для коммуниканта. Раздражение передается ответно воспроизводящими повторами, которые встречаются на протяжении всего коммуникативного события, при нарастании эмоционального напряжения, т. е. переходе эмоции раздражения в гнев, а затем в ярость фиксируется использование параллельных конструкций. Гнев Стивена, который разоблачает художника и раскрывает все его прошлое, передается посредством ритмико-мелодической акцентуации, выделяющей определенные элементы фразы, благодаря четкой позиции в структуре повторяющихся предложений (*I'm saying you do not meet my wife by chance, I'm saying you didn't study at Birkly, I am saying you learned to paint in state prison for a leaving a widow in San-Francisco offering life saving*). Это одна параллель повторов. Другая имеет то же назначение – способствует более насыщенному и яркому выражению исследуемой эмоции (*You were born on a rubbish dump in Barstoy, California. You were under the judicial ward ship from age of ten. You were pickpocket, lifted cars and then found out another way – with the softy sex*). Подобного рода средства эмоционализации используются в яркой насыщенной речи, то есть там, где коммуникант передает «напряжение, эмфатическую приподнятость чувств, полемическую страстность, высокое эффектное состояние [Карпов 1987: 36]. Повторные номинации способствуют лучшему проникновению в психику адресата.

Итак, в данной статье был представлен анализ лексико-грамматических средств в мужском и женском исполнении в симметричном дискурсе. Отметим, что мужскому исполнению в симметричном дискурсе при выражении эмоции гнев присущи как константные, так и окказиональные характеристики. Так к константным характеристикам можно отнести использование вульгаризмов, а окказиональными характеристиками мужского исполнения в симметричном дискурсе являются:

- 1) сложноподчиненные предложения с придаточными условия;
- 2) отрицательная форма повелительного наклонения с предшествующими междометиями, обращениями, разговорными выражениями *For Goodness sake, for Heaven's sake, for God's sake*;
- 3) конструкция How + Adj + N (Prn) + V.

В женском исполнении при передаче эмоционального состояния гнева лексико-грамматическими средствами в симметричном дискурсе константных характеристик не выявлено, но наблюдаются следующие окказиональные характеристики:

- 1) эмоционально окрашенных существительных с семой отрицательной оценки в сочетании с прилагательным с семой положительной оценки;
- 2) конструкции What + N.

Общим для женского и мужского исполнения в симметричном дискурсе при выражении различных оттенков гнева характерно употребление лексических повторов, единично ответно-воспроизводящих повторов, параллельных конструкций, повелительных предложений.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Зоммерфельд К. Э. К вопросу о минимуме предложения (Валентность и ситуативная завершенность) // ИЯШ. – 1975. – № 1. – С. 10–19.
- Карпов А. Н. Контекстная экспрессия поликомпонентных единств с идентичными элементами. – Тула: Тульский ГПИ, 1987. – 88 с.
- Цыбина Л. В. Языковые и неязыковые средства актуализации эмоции «гнев» в кинематографическом дискурсе (гендерный аспект): на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – Саранск, 2005. – 197 с.

УДК 398.6(=511.152)(=161. 1)

## Русский и немецкий концепты 'свеча'/'Kerze': лингвокультурные коды

ШЕСТЁРКИНА Н. В.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье речь идет о лингвокультурных кодах русского и немецкого концептов 'свеча'/'Kerze' на материале русских и немецких народных загадок. Коды выделяются на основании метафорических моделей.

**Ключевые слова:** культура, культурные смыслы, лингвокультурология, концепт, загадка, русский и немецкий языки.

## Russian and German Concepts 'свеча' (candle) / 'Kerze': Lingua-Cultural Codes

SHESTERKINA N. V.

Mordovia State University

**Abstract.** In the article it is said about lingua-cultural codes of Russian and German concepts 'свеча' (candle) / 'Kerze' based on Russian and German traditional riddles. The codes are distinguished depending on their metaphorical models.

**Keywords:** culture, cultural senses, lingua-culturology, concept, riddle, Russian and German languages.

Как термин семиотики, *код* означает закон соответствия между планом выражения и планом содержания знака; кодом задается значимость знака, а интерпретатор эту значимость «расшифровывает». Значимость некоторого элемента системы имеет содержание, которое может быть оценено пользователями системы по некоторой шкале. Код вырабатывается и осуществляет свою функцию в культуре. *Культура* – семиотическая система, в которой синтезируются знаки и смыслы: знак является носителем того, что было выработано человеком в процессе миропонимания. По М. Л. Ковшовой, культура определяется как *пространство культурных смыслов*, или ценностного содержания, вырабатываемого человеком в процессе миропонимания, и *кодов* – вторичных знаковых систем, в которых используются разные материальные и формальные средства для означивания культурных смыслов. Кодированное ценностное содержание в культуре образует *систему кодов культуры* и составляет в целом картину мира, которая раскрывает мировоззрение того или иного социума [Ковшова: 169–170].

Раскрытие информации, закодированной в языковых единицах, способствует выявлению «облика предшествующего “далекого” периода, не относящегося к обыденному научному знанию» [Николаева 2002: 26]. Стремление осмыслить проявления культуры в языке, чтобы понять современного человека, невозможны без «попытки проникнуть в тайны (языкового) сознания, без осмысления базовых позиций культуры, соотносимых с архетипическими представлениями» [Красных 2003: 63]. Одна из точек сопряжения языка и культуры, по мнению лингвокультурологов [Телия 1998; Иванова 2007], может быть обнаружена при изучении вербализованных культурных кодов. Код культуры, по мнению В. Н. Телия, – это таксономический субстрат ее текстов. Этот субстрат представляет собой ту или иную совокупность окультуренных представлений о картине мира некоторого социума – о входящих в нее природных объектах, артефактах, явлениях, выделяемых в ней действиях и событиях, ментефактах и присущих этим сущностям их пространственно-временных или качественно-количественных изменений [Телия 1998: 21].

Лингвисты и лингвокультурологи считают, что есть концепты, отражающие специфическую логику носителей определенной лингвокультуры, «своеобразные коды – ключи к пониманию этой культу-

ры, условий жизни людей, стереотипов их поведения» [Карасик 2004: 137]. В. В. Красных определяет «культурный код» как «сетку», которую культура набрасывает на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает [Красных 2002: 232]. Коды культуры универсальны и свойственны человеку как *homo sapiens*, но их проявления, удельный вес каждого из них в определенной культуре, а также метафоры, в которых они реализуются, всегда национально детерминированы и обусловлены конкретной культурой. Под «кодом культуры» в рамках языкового кода понимается совокупность разных кодов: природно-ландшафтного, зооморфного, временного, количественного, цветового, соматического, вещного и др.

Цель данной статьи – анализ культурных кодов русских и немецких концептов ‘свеча’ – ‘*Kerze*’ в материале народных загадок. Согласно автору древних латинских загадок Альдхельму, в *Свече* идейно и образно продолжается тема огня. Происхождение рукотворной восковой свечи восходит в загадке к льняному фитилю (*linamentum* – свечильня) и «цветочной» производной деятельности пчел. Истекая жгучими слезами, восковая свеча разгоняет мрак ночи (*Sic tamen horrendas noctis extinguo latebras*) [Сазонова 2010: 336].

Номинация *свеча* относится к фонду общеславянских сакральных слов (дериват от праслав. \**svět*), являющихся ключевыми в языке народной культуры. По употреблению в речи и по смысловой нагрузке лексема демонстрирует совмещение языческого и христианского в духовно-обрядовой сфере. Богатый семантический потенциал этого слова делает возможным его использование в православных, языческих ритуалах и смешанных народно-христианских обрядах. Обозначаемые корнем \**svět*- реалии, действия, характеристики образуют одно из ядер акциональной стороны духовной жизни славян [Седакова 2003: 534].

В толковом словаре основное значение номинации *свеча* – «Палочка из жирового вещества с фитилем внутри, служащая примитивным источником освещения. *Стеариновая свеча. Зажечь свечу*» [Ожегов 1987: 573]. На основании этого значения вычленим базовый слой концептуальных признаков (КП) одноименного концепта, это: 1) примитивный источник освещения; 2) приспособление для воспламенения. Однако развитие концепта и его узус говорят о том, что за этой номинацией стоит намного больше КП, чем в его конкретном основном значении. Некоторые европейские языки соотносят лексему со значением «свеча» с инд.-евр. корнем \**ker-* «гореть», «зажигать». В частности, нем. *Kerze* соотносится с лат. *charta* “Papyrusblatt, Schreibmaterial, Schriftstück”. М. М. Маковский объясняет это тем, что долгое время свечи изготавливались из пропитанной маслом и свернутой в трубочку березовой коры. Так как кору использовали и для письма, существует связь между значениями «материал для письма» и «свеча». С другой стороны, существует возможность заимствования из лат. (*candela*) *cerata* “Wachslight”: ср. лат. *cerare* “mit Wachs überziehen” [Маковский 2004: 262–263].

Выявить дополнительные КП концепта ‘свеча’ и метафорическое использование слова помогает этнографический материал и фольклорные тексты, в частности, загадки. Однокоренные номинации *свет* и *свеча* родственны др.-инд. *ṣvētás* «светлый, белый» [Фасмер, 3: 575–576]. Исходная семантика корня развивает семантические оппозиции *светлый* – *темный*, *божественный* – *человеческий*, *сакральный* – *мирской* и т. д. Корень несет в себе множество значений, служит названием разных предметов, входящих в сферу сакрального, церковного и языческо-бытового [Седакова 2003: 541]. Как образ духовного света во тьме невежества, свеча является эмблемой Христа, Церкви, Благодати, Веры [Тресиддер 1999: 324]. В христианстве свеча – материальный образ *молитвы*, возносящейся к *Богу* [ССЗ 2006: 177]. Об этом свидетельствует и материал пословиц: *Свет в храме от свечи, а в душе от молитвы* [Даль 1957: 40]. Свет – это жизнь, счастье, здоровье, будущее, а горящая свеча – яркое воплощение жизненной символики. Во многих культурных традициях свеча – символ индивидуального существования человека. По отношению к божественному светочу, источнику зажегшего ее огня, свеча может уподобиться микрокосму, берущему начало в макрокосме и являющемуся его образом и подобием [ССЗ 2006: 177].



В частном смысле свеча краткостью своего существования символизирует *одинокую трепетную человеческую душу*. Таково значение свечей на религиозных натюрмортах и в широко распространенном обычае ставить свечи вокруг гроба. Задувание свечей на именинном пироге символизирует жизненное дыхание – доказательство существования прошедших лет [Тресиддер 1999: 324].

КП «краткость человеческого существования» заключен в загадке *День спит, ночь глядит, утром умирает, другой сменяет* [Даль 2004: 371], где свеча имеет ярко выраженные **биоморфные** признаки через глаголы *спать, глядеть, умирать*. В былинных текстах свеча выступает как сравнение при создании идеального портрета или оружия, где актуализируется не ценностное, а эстетическое значение слова. В нем реализуется поэтическая параллель: *свеча – человеческая жизнь, угасание свечи – смерть героя* [Хроленко 2005: 136]. Анализ фольклорных песенных текстов позволил автору ассоциировать свечу с девическим *ожиданием возлюбленного*, свеча вкупе с винцом олицетворяет *взаимную любовь и веселье*. Развивается смысловая связь *свеча – расставание*: милый ушел – свеча погасла [Там же: 136–137]. В народной лирике свеча – предмет религиозной обрядности, причем, по В. Далю, домашнюю свечу можно *зажечь, засветить, погасить и потушить*, а церковную – *затеплить и сократить*. Свеча – неперемный атрибут совершения многих действий. В ней есть несоразмерно *большая сила* (многое в малом), что может явствовать из загадки *Летит зверок через божий домик, говорит «Моя сила горит»* (Пчела, Церковь, Свеча) (**зооморфный** код), а также из пословицы *От копеечной свечи Москва загорелась* [Даль 1957: 53, 183]. О силе свечного света говорит и немецкая загадка *Ist so klein wie eine Maus, /füllt doch die ganze Stube aus* (Kerzenlicht, HH S. 105) – **биоморфный** код.

Свеча имеет особое место в фольклорной модели мира, у нее трехчастная структура: сама свеча, фитиль, а также огонь от фитиля, – где каждая часть играет определенную роль. Среди метафорических моделей концепта «свеча» присутствует **биоморфная** метафора, характеризующая анализируемый объект как обобщенное живое существо (все выделенные виды метафор в качестве примеров кодирования свечи соответствуют одноименным кодам культуры): *В потемках рождается, с огнем умирает* (3288). Наиболее частотна **антропоморфная** метафора (в скобках приводится номер загадки в сборнике [Загадки 1968]): *Сама бела, а дитяtko красен* (3284) (*родственные отношения*, где дитя – огонь); *И мал и наг со слезами богу молится* (3286); *Утром смеется, а вечером слезы текут* (3287); *Тело сально, душа портяна* (3291); *Тело бело, душа портяная, маковка золотая* (3292) – в загадках в роли души выступает фитиль, а маковка – огонь. *Сам наг, а рубашка в пазухе* (3294); *Сам наг, рубашка в запазушке, /Сам бел, детки красны* (3295). Встречается и **ландшафтная** метафора: *На горе, на вышке сам нагишкой, рубашечка в пазухе* (3293); *На горе-горице убита царица, /Ни крику, ни реву, один пепелок* (3298). Огонь в загадках является внутренней сущностью свечи.

**Артефактная** метафора выявляется в следующих загадках: *Стоит столбом, горит огнем, /Ни жару, ни пару, ни угольев* (3283) (свеча ассоциируется с мировым столбом, вертикалью, связанной с небом, Богом); *Горенка нова, головка черна, шапочка золоченая* (3296), где головка и шапочка – фитиль и огонь. *Колокольня нова, колокольня бела, /Под маковкой черно, маковка золота* (3297); *Слизко, неловко, в середке веревка* (3290). Ср. сакральность номинаций *гора, столб, колокольня*, указывающих на близость к Богу.

В немецком материале нам встретилось не очень много загадок с отгадкой «Kerze»: *Zu Köln in dem Dome /Steht eine gelbe Blume; /Je länger sie steht, /Je mehr vergeht* (GBdDV). Есть варианты этой загадки: *der Wittenberger Dom*, где стоит *eine goldgelbe Blume*; *'ne gäle Bloom*; или даже бессмысленное *In 'n deepen Doom*, или *Twischen Schönbeck und Brohm* [Panzer 1934: 270, 281]. В загадке свеча представлена **фитоморфным** кодом – изображением желтого цветка, где цвет символизирует свет солнца ([gold]gelb). **Антропоморфный** код: *Die Dame sitzt am Fenster drinnen, /Und ihre Tränen rinnen* (Kerze. Vf S. 90); *Ein Lebendiger auf einem Toten sass. /Und als der Tote lachen tät, /starb der Lebendige auf der Stätt* (Kerze. HH S. 77); *Eine Schlange, lange Jungfer – /sie stirbt, ach, weil ihr das Herz verbrennt* (Kerze.



НН S. 84). „s hat ein ‘weißen Mantel /und ein rot Käppchen /aus ei‘m schwarzen Häuptchen (Kerze. НН S. 92) – **антропоморфно**(schwarzes Häuptchen)-**артефактный** код (weisser Mantel, rotes Käppchen ).

На основании проведенного анализа делаем выводы:

1. Словарное определение не дает полного представления о концептуальной системе номинации *свеча*.

2. Количество периферийных концептуальных признаков и поля интерпретации концепта ‘свеча’ значительно превышает его базовую часть.

3. Представления русского человека о свече сформировались, в основном, в русле антропоморфных метафор, на основании чего можно сделать вывод о сохранении в языке элементов антропоморфизма и древней религии анимизма. Довольно велико число и артефактных (вещных) метафор, что может свидетельствовать о вторичности свечи по отношению к солнцу и свету, но в то же время сакральным предметом на земле.

4. Обе традиции несут свои этнокультурные характеристики. В немецком материале наличествует лишь небольшое количество метафорических моделей, в частности, единичных фитоморфных, биоморфных и нескольких антропоморфных. Результаты анализа представлены в таблице:

Код	В русских загадках	В немецких загадках
1) Антропоморфный	<i>дитяtko; детки; богу молится; смеется, слезы текут; тело, душа; рубашка в пазушке</i>	<i>die Dame; ein Lebendiger; schlange, lange Jungfer; schwarzes Häuptchen</i>
2) Артефактный	<i>столб; колокольня; веревка</i>	<i>weisser Mantel; rotes Käppchen</i>
3) Ландшафтный	<i>на горе, на вышке; на горе-горнице</i>	
4) Биоморфный	<i>родится - умирает</i>	<i>füllt die ganze Stube aus</i>
5) Зооморфный	<i>зверок</i>	
6) Фитоморфный		<i>gelbe Blume</i>

#### ЛИТЕРАТУРА

- Даль В. Пословицы русского народа: Сборник. – М.: Гос. изд-во художественной литературы, 1957. – 992 с. .
- Даль В. И. Пословицы русского народа. – М., 2004. – 994 с.
- Загадки /сост. В. В. Митрофанова. – Л.: Наука, Ленингр. отделение, 1968. – 255 с.
- Иванова С. В. Об основных понятиях и категориях лингвокультурологии // Когнитивные и семантические аспекты единиц языка и речи: сб. науч. статей. – Ч. 1. /отв. ред. Р. З. Мурсов. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2007. – С. 40–46.
- Иванова С. В. Культурный знак и культурный смысл в лингвокультурологических исследованиях // Единицы языка в когнитивно-семиотическом и лингво-культурологическом аспектах: сб. науч. статей. – Ч. 1. /отв. ред. Р. З. Мурсов. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2009. – С. 108–121.
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М., 2004. – 384 с.
- Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. – М.: ЛИБРОКОМ, 2012. – 456 с.
- Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. – М., 2002. – 284 с.
- Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
- Маковский М. М. Этимологический словарь современного немецкого языка: Слово в зеркале человеческой культуры. – М.: Азбуковник, 2004. – 415 с.
- Николаева Т. М. «Скрытая память» языка: попытка постановки проблемы // Вопросы языкознания. – 2002. – № 4. – С. 25–41.
- Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. – М.: Рус. язык, 1987. – 750 с.
- Сазонова А. А. Трансляция латинской интеллектуальной традиции // Интеллектуальные традиции античности и средних веков (исследования и переводы) / сост. и общ. ред. М. С. Петровой. – М.: Круг, 2010. – С. 323–361.
- Седакова И. А. Судьба сакральных слов в славянских языках (между язычеством и христианством) // Славянское языкознание: XIII-й междунар. съезд славистов. Люблина, 2003 г. – М.: Индрик, 2003. – С. 534–548.
- (ССЗ) Словарь символов и знаков / авт.-сост. В. В. Адамчик. – М.: АСТ; Минск: Харвест, 2006. – 240 с.
- Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 282 с.

- Тресиддер Дж. Словарь символов / пер. с англ. С. Палько. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 448 с.
- Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. – М.: Прогресс, 1986–1987. – Т. 3. – 377 с.
- Хроленко А. Т. Основы лингвокультурологии: уч. пособие / под ред. В. Д. Бондалетова. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 184 с.
- (GBdDV) Das Grosse Buch der deutschen Volkspoesie / gesammelt von Walter Hansen und illustriert von Eduard Prüssen. – Bergisch Gladbach : Gustav Lübbe Verlag GmbH, 1989. – 416 S.
- (НН) Dahl J. Es steht hinterm Haus: Deutsche Rätsel aus dem Volksmund und von unbekannten Verfassern gesammelt. – Frankfurt am Main, Hamburg: Fische Bäckerei KG, 1965. – 163 S.
- Panzer F. Das Volksrätsel // Spamer A. Die deutsche Volkskunde. 1. Band. – Leipzig: Bibliographisches Institut; Berlin : 9. Stubenrauch, Verlagsbuchhandlung, 1934. – S. 263–282.
- (Vf) Schitteck C. Flog ein Vogel federlos: Was uns die Rätsel sagen. – München, Wien: Carl Hanser Verlag, 1989. – 231 S.

УДК 81'374

## Принципы составления «Словаря языка Есенина. Художественная проза»

ШИПУЛИНА Г. И.

Бакинский славянский университет (г. Баку, Азербайджан)

**Аннотация.** Авторская лексикография на современном этапе – одно из самых перспективных направлений лингвистики. Словарь писателя дает углубленные знания о языке конкретного автора и позволяет по-новому понять его творчество. Тезаурус как основной принцип построения прозаического «Словаря языка Есенина». В статье дается лексико-семантический и частотный анализ основных приемов и методов создания «Словаря языка Есенина. Художественная проза».

**Ключевые слова:** авторская лексикография, тезаурус, словарная статья, частотность, заголовочная единица, оним, алфавитный и частотный словник, словник стилистически и грамматически маркированных единиц.

## The Compilation Principles of “Dictionary of Language of Yesenin. Fiction”

SHIPULINA G. I.

Baku Slavic university

**Abstract.** Author's lexicography at the present stage is one of the most promising areas of linguistics. Dictionary writer gives in-depth knowledge of the specific language of the author, and provides a new understanding of his work. Thesaurus as a basic principle of the prosaic “Language dictionary of Yesenin”. The article presents the lexical-semantic and frequency analysis of the basic techniques and methods for creating “Language dictionary of Yesenin. Fiction”.

**Keywords:** an author's lexicography, the thesaurus, an entry, frequency, heading unit, onima and their types, alphabetic and frequency words-dictionary, stylistically and grammatical marked units.

В современной лексикографии одним из самых развивающихся направлений является авторская лексикография – «теория и практика составления словарей языка отдельных авторов или групп авторов, а также изучение таких словарей и выявление возможностей их использования» [Шестакова 2011: 16]. В Бакинском славянском университете выпущен двухтомный «Словарь языка Есенина. Художественная проза» [Шипулина 2015], в котором с подробной лексико-семантической и частотной характеристикой выделено 6775 единиц – слов и словосочетаний. Словарь составлен по четырем произведениям С. А. Есенина, включенным в раздел «Художественная проза»: «Яр», «У белой воды», «Бобыль и Дру-

жок», «Железный Миргород» [Есенин 1997: 7–172]. Лексикографическому описанию был подвергнут основной текст выбранных произведений; варианты и другие редакции не использовались.

Понимая обособленность очерка «Железный Миргород» и условность включения его в состав художественной прозы, мы, тем не менее, посчитали необходимым следовать воле составителей Полного собрания сочинений С. А. Есенина (далее – ПСС), в том числе и данного тома, включивших очерк в состав художественной прозы [Есенин 1997: 388–396], хотя в лексико-стилистическом отношении он значительно отличается от собственно художественных произведений писателя. По этой же причине мы исключили из лексикографического описания основное теоретическое произведение Сергея Есенина о творчестве в целом и словесном искусстве в частности – «Ключи Марии», на наш взгляд, более соответствующее понятию художественной прозы [Есенин 1997: 433–448].

Академическое ПСС Сергея Есенина выбрано для работы над прозаическим «Словарем языка Есенина» потому, что на сегодняшний день это наиболее авторитетное и выверенное в филологическом (но, увы, не в лингвистическом) отношении издание.

В основе построения поэтического и прозаического словарей языка Есенина лежит мнение Л. В. Щербы о том, что «словари писателей должны быть сделаны по типу thesaurus, так как <...>, только располагая всей полнотой цитации, можно строить какие-либо предположения и выводы» [Щерба 1974: 286]. Идея тезауруса в наибольшей степени применима именно к авторским словарям, имеющим дело с законченными текстами. Говоря о характерной особенности тезаурусов, Л. В. Щерба отмечает, что «в них приводятся все решительно слова, встретившиеся в данном языке хотя бы один раз <...>, и что под каждым словом приводятся решительно все цитаты из имеющихся на данном языке текстов» [Там же: 281]. Именно на этом принципе и строится «Словарь художественной прозы С. Есенина»: в нем описаны слова всех частей речи, включая производные наречия со всеми их значениями (без отсылки к соответствующим прилагательным, как обычно принято при создании толковых словарей), междометия, причастия и деепричастия. Все они образуют самостоятельные словарные статьи.

При определении значений есенинских лексем были использованы наиболее авторитетные толковые словари русского языка, которые приводят значения большинства общеупотребительных слов. Определенная часть значений слов и словосочетаний, использованных С. Есениным в своей художественной прозе, полностью совпадает со значениями, указанными в этих словарях, поэтому совпадают и их дефиниции. К сожалению, следует отметить, что самый большой (из доступных нам) академический словарь русского языка [БАС 1950–1965], очень часто использовавший при определении значений в качестве иллюстраций есенинскую лирику, не обращался к примерам из его прозаических текстов. Это относится и к остальным толковым словарям русского языка, которые были использованы при работе над Словарем художественной прозы С. Есенина [Ефремова 1996; Ожегов 1992; МАС 1981–1984].

Концептуальная основа многотомного «Словаря языка Есенина» – максимально полное описание всех без исключения слов и словосочетаний, использованных писателем в лирике и в художественной прозе; исключением не стала даже небольшая часть грубо просторечной и обценной лексики, к которой, вопреки расхожему мнению, С. Есенин обращался нечасто – и данные Словаря наглядно подтверждают это.

Исходя из анализа типологии авторских словарей [Шестакова 2011: 55–58], мы определяем «Словарь языка Есенина. Художественная проза» как лингвистический, монографический, регистрирующий, многопараметровый, полный словарь авторского языка, со словом (реже – словосочетанием) в качестве основной заголовочной единицы, алфавитный, одноязычный, исторический (словарь языка поэта первой четверти XX в.), научно-описательный, книгопечатный. Он рассчитан не только на специалистов-филологов, но и на широкую читающую аудиторию.

Частотный анализ языка художественной прозы С. Есенина показал удивительную картину: из общего количества – 6775 лексем – 3860 (около 57%) употреблены по одному разу; 1069 лексем – дважды, что в целом составляет чуть менее 73% прозаического художественного лексикона С. Есенина. Богатство

словарного запаса, о чем свидетельствует художественная проза Есенина, тем более удивительно, что три из четырех художественных произведений написаны им в возрасте 20–21 года (публикации начала 1916–1917 гг.).

Безусловно, наибольший интерес для лексикографирования представляют те лексемы, значение которых лишь частично совпадает со словарными определениями толковых словарей, или вовсе отсутствует в них. Так, в словарях не фиксируется абсолютное большинство областных слов, употребленных в художественной прозе Сергея Есенина. Определить их значение позволили Словарь к повести «Яр», составленный сестрой поэта А. А. Есениной [Есенин 1997: 378–384], словарь В. И. Даля [Даль 1955], отдельные выпуски Словаря русских народных говоров и Словарь дер. Деулино Рязанской области [Осовецкий 1969].

Интересно, на наш взгляд, использование С. Есениным вторичных значений слов, из которых мы выделяем собственно перенос, метафору и сравнение, хотя эти образные средства в его художественной прозе занимают меньшее место, чем в поэтических текстах.

Значительно реже, по нашим подсчетам, и использование в прозе устаревших и окказиональных слов, причем окказиональные значения (обычно в трансформации устойчивых сочетаний) встречаются гораздо чаще, чем создание новых слов: *замешливо*, *замузыкать*, *расслоняй*, *подкашлять*. По сравнению с поэтическими произведениями, в прозе С. Есенина более частотны группы областной (*ракуша*, *ципульник*, *этошь*, *саламата*, *сдвохлый*), разговорной (*свидеться*, *сердешный*, *слонявить*, *сыскать*, *этак*) и просторечной (*рехнуться*, *сёдня*, *скопырнуться*, *эфто*) лексики.

«Словарь языка Есенина. Художественная проза» состоит из двух частей – собственно Словаря, в котором в алфавитном порядке описаны все анализируемые словарные статьи, и трех Приложений.

Собственно Словарь включает словарные статьи, количество которых соответствует общему количеству анализируемых лексем – 6775. Каждая отдельная словарная статья дает характеристику слова (словосочетания) с количественной и качественной сторон.

Словарные статьи располагаются в алфавитном порядке. После каждой буквы алфавита, предваряющей список начинающихся с нее лексем, в скобках указано общее количество словарных единиц на эту букву. Это количество различно: минимальное количество словарных статей на буквы **Ю** (3), **Я** (14), **Щ** (21), максимальное – на буквы **П** (1187), **С** (759), **О** (498).

Сами словарные статьи также различаются объемом, который зависит от реального языкового материала. Словарная статья включает: заголовок, частотность употребления слова, грамматические и стилистические пометы, все выделенные значения слова, примеры, иллюстрирующие каждое значение.

В качестве заголовочных слов выступают имена (существительное, прилагательное, числительное), местоимения, глаголы в форме инфинитива, причастия и неизменяемые слова – деепричастие, наречие, предлог, союз, частица, междометие, вводное слово.

Каждое слово, образующее словарную статью, определяется само по себе, без системы отсылок к другим словам: значение глагола одного вида не определяется через другой вид, что распространено в обычных толковых словарях, значение наречия не соотносится с мотивирующим прилагательным.

В качестве самостоятельных статей выделяются причастия и деепричастия: они отсылаются к мотивирующему глаголу, однако их дефиниции устанавливаются в зависимости от контекста и не всегда совпадают со значением глагола. Наряду с полными страдательными причастиями самостоятельные словарные статьи образуют и краткие, которые встречаются в есенинских текстах чаще, чем полные. Проза Есенина подтверждает мнение о том, что в художественной литературе причастия и деепричастия более самостоятельны, чем в общелитературном языке [Шестакова 2011: 73]. Кроме того, причастия легко подвергаются адъективации и иначе, чем глагол, отражают реалии действительности.

Краткие прилагательные, ввиду их небольшого количества и полного семантического совпадения с полными, не образуют самостоятельных словарных статей – за исключением случаев отсутствия соответствующего полного прилагательного, когда краткое выступает в качестве заголовочного слова.

Как заголовочные единицы – по первому компоненту – выступают и билексемы: *болеть-ломить*, *давать-подавать*, *хундры-мундры*.

Отдельную словарную статью образует и некоторое количество словосочетаний, устойчивый характер которых позволяет воспринимать их как самостоятельные единицы, обозначающие нерасчлененное понятие: *выниматьпросфору*, *Афонин перекресток*, *первый встречный*, *фомина неделя*, *юрлов купырь*.

В качестве отдельной словарной статьи представлены компоненты словосочетания, не входящие в другие словарные статьи; при них дается отсылка ко всему словосочетанию или ко второму его компоненту: *бабий* – см. *бабье лето*; *благородие* – см. *Ваши благородие*; *атлетика* – см. *легкий*.

Достаточно широко представлены в Словаре омонимичные лексемы, относящиеся к одной или к разным частям речи. Они снабжаются цифровыми указателями и разрабатываются в разных словарных статьях.

Большое место в художественной прозе С. Есенина занимают онимы, каждый из которых образует самостоятельную словарную статью и выступает как заголовочное слово. В прозе Есенина выделяются следующие типы онимов: антропонимы (официальные фамилии, имена, отчества, разговорные формы имени, уменьшительно-ласкательные наименования, прозвища, имена сказочных персонажей и героев литературных произведений, клички животных и др.); топонимы (названия стран и континентов, городов, штатов, улиц, деревень, сельских местностей); хремотонимы (собственные имена вещей, созданных человеком, но не прикрепленных к конкретной территории: названия песен, напевных музыкальных переживов, плясок); хрононимы (отрезки времени, важные для человеческого общества: названия религиозных праздников, направлений в культуре и искусстве, значимых для культуры мест).

Частотность заголовочного слова дается в круглых скобках: степень употребительности каждой лексемы определялась путем подсчета всех словоупотреблений; при большом количестве иллюстраций на каждое значение многозначного слова приводилось несколько наиболее интересных примеров, а остальные давались в зоне шифров и затем суммировались в общей частотности лексемы.

После указания частотности в словарной статье отмечаются:

а) грамматические пометы (указание части речи и ее основных признаков: род, число для имени, вид, время, переходность у глагола). Особенности употребления слова, характерные для того или иного его значения, даются под знаком | с указанием на эту особенность (*безл.*, *собир.*, в знач. какой части речи, степени сравнения и др.). После примеров, имеющих грамматические пометы, под знаком ◇ помещаются устойчивые сочетания (чаще всего окказионально трансформированные автором), афоризмы, крылатые фразы: ◇ *прост.*: под «баночкой» – *окказ.* трансформация фразеологизма «быть под мухой» – в нетрезвом состоянии; ◇ *прост.*: слаба гайка у кого-то – не в силах сделать что-либо; ◇ душа отлетела – о наступлении смерти и др.;

б) стилистические пометы традиционны для лексикографической практики: *обл.*, *разг.*, *прост.*, *устар.*, *окказ.*, *высок.*, *спец.* и др. Они чаще относятся не к слову в целом, а к одному из его значений; в этом случае частотность стилистических помет конкретного значения и слова в целом не совпадает.

Многие лексемы имеют больше одной стилистической пометы: *гоже* – нареч.: *устар.*, *прост.*, *обл.*; *ерник* – сущ. м. р.: *прост.*, *обл.*, *устар.* и др.

В случае неполной уверенности в даваемых характеристиках и невозможности однозначно отнести слово к тому или иному стилистическому разряду мы использовали формулу «знак сомнения, помета с вопросом»: *анкедова* – *окказ.?* *прост.?*; *ано* – *окказ.?* *прост.?*; *гыть-кыря* – *окказ.?* *прост.?*; *дотошный* – *обл.?*; *обросниться* – *обл.?* *окказ.?*; *огузлый* – *окказ.?*; *потянутый* – *окказ.?*; *прохожалка* – *окказ.?* *обл.?* и др.

Толкования слов даются обычным шрифтом со строчной буквы. При наличии у лексемы нескольких значений они обозначаются строчными буквами русского алфавита с абзаца: сначала толкуются прямые значения, затем их оттенки. Смысловые оттенки значения обозначаются знаком ||.



При наличии соответствующих примеров выделяются еще три группы значений в рубриках: *перен., метафора, в сравнении*: *аукасть* – *перен.*: отражаться: *В осиннике шаги аукают* (Яр, 114); *багрянец* – *метафора*: *Багрянец пенился в сини и красил кровью облака* (Яр, 128); *безбородый* – *в сравнении*: «Федот, Федот, – замахал он высокому, *безбородому*, как чухонец, пастуху, – ай прогнали?» (Яр, 70).

Встречается употребление в переносном значении слова, имеющего и другие стилистические пометы: *вынуть* – *перен., устар., прост.*; *зманывать* – *перен., обл., прост.*

Нередки случаи наличия у слова больше одного переносного значения: *брызнуть*: *перен.*: 1) с силой проявиться, прорваться – о чувствах, настроениях; 2) внезапно появиться, показаться – о лучах солнца, свете, огне; *глухо*: *перен.*: 1) равнодушно, неотзывчиво; 2) едва, еле-еле; *Гайавата*: *перен.*: 1) об индейцах – коренных жителях Америки; 2) о русских, напомнивших поэту индейца Гайавату.

Особенность прозаических текстов С. Есенина – примеры употребления одного слова в переносном значении и, одновременно, в сравнении: *обязаться, взыграть, мелькать* и др.

В любом словаре особую роль играет иллюстративная зона (зона контекстов), предусматривающая обязательное контекстное сопровождение каждого выделяемого значения слова или его оттенка. При анализе авторских словарей неоднократно отмечалась роль цитаты не только для подтверждения каких-то признаков, входящих в художественное значение, но и для дополнения и углубления значения, которое не всегда можно передать в кратком толковании.

Иллюстративные примеры подаются следующим образом: все есенинские тексты даются курсивом, иллюстрируемая лексема дополнительно выделяется полужирным шрифтом. Орфография и пунктуация текстов (за исключением явных типографских ошибок) соответствуют тексту академического ПСС Сергея Есенина [Есенин 1997].

Обязательной в иллюстративной зоне является зона шифров, сопровождающая каждый контекст: в круглых скобках указывается название произведения и ссылка на страницу источника. Дефиниции всех лексем, представленных в Словаре, фиксируют лишь те значения, которые проявляются в контекстах художественной прозы С. Есенина; остальные возможные значения слова, представленные в толковых словарях, не приводятся.

Понимая, что подбор иллюстраций в идеале должен быть максимально полным, мы, тем не менее, по техническим причинам, вынуждены сократить приводимые контексты до 2–4 на каждое значение слова. Все остальные примеры приводятся в зоне шифров после слов, набранных курсивом полужирным шрифтом: ***а также***: далее дается сокращенное название каждого из четырех произведений, входящих в объект анализа, и перечисление всех страниц, на которых употреблена конкретная лексема.

Приводимые в Словаре иллюстрации обычно представляют собой предложение или его часть, достаточную для понимания смысла, в первую очередь, заголовочного слова. Достаточно длинные контексты цитируются частично – сокращаемая часть текста помещается в ломаные скобки с многоточием внутри.

Вторая часть Словаря – Приложения – представляется нам принципиально важной и абсолютно необходимой для авторского словаря. Это три вспомогательных указателя-словника, формирование которых определяется целевой установкой и типологическими характеристиками Словаря. Они содержат перечень лексем из основного корпуса Словаря, упорядоченных по определенным критериям.

1. Алфавитный словник включает все представленные в основном корпусе Словаря слова и словосочетания, встречающиеся в художественной прозе С. Есенина, с указанием частеречной принадлежности и частотности слов. Отдельные словоупотребления не приводятся. Этот словник позволяет, без обращения к Словарю, установить, есть ли словарная статья на конкретную лексему, ее частеречную и частотную характеристику. Алфавитный словник дает возможность, без лишней траты времени, подобрать слова любых лексико-семантических или тематических групп, слова с общими грамматическими признаками и т. д. для их дальнейшего исследования и описания

2. Частотный словарь – это перечень всех лексем, расположенных не в алфавитном порядке, а по степени убывания частоты использования – от максимально частотной лексемы – союза **И** (1366 словоупотреблений) до однократно использованных 3860 лексем, расположенных в алфавитном порядке. Этот словарь можно использовать для установления частотной характеристики слов одной части речи; для выделения наиболее и наименее частотных лексем в художественной прозе С. Есенина, группировки анализа их по конкретным критериям. С помощью частотного словаря можно также сравнить частотность конкретных лексем, встречающихся в поэтическом и прозаическом языке С. Есенина. Внутри группы с одинаковой частотностью слова располагаются в алфавитном порядке. Чисто технически, для экономии места и удобства нахождения, слова с частотностью от пяти до единицы представлены отдельными алфавитными списками с указанием количества лексем в каждом из них.

3. Словник стилистически и грамматически маркированных единиц – это расположенные в алфавитном порядке лексемы, имеющие грамматическую (*собир.*, *безл.* и др.) или стилистическую (*устар.*, *окказ.*, *разг.*, *прост.*, *обл.* и др.) маркированность. По техническим причинам, в один словарь объединены все маркированные лексемы. При минимальной затрате усилий и времени словарь дает возможность выделить все лексемы, имеющие одну из указанных помет. При каждой помете отмечается ее частотность применительно к конкретной языковой единице.

«Словарь языка Есенина. Художественная проза» – это не только первый опыт полного лексикографического описания языка художественной прозы Сергея Есенина, но и научный справочник (особенно в области стилистически маркированной лексики), необходимый любому человеку, который возьмет в руки томик художественной прозы великого русского поэта – как специалисту-филологу, так и человеку, любящему русское художественное слово. Мы надеемся, что максимальная полнота охвата и детальное описание семантики всех лексических единиц позволят филологу использовать Словарь художественной прозы и в научных, и в учебных целях. А читатель, хорошо знающий поэтическое слово Сергея Есенина, возможно впервые, увидев этот словарь, обратится к его художественной прозе.

Словарь художественной прозы С. Есенина, как и вышедший ранее пятитомный Словарь его поэтического языка, создавался как полноценный текстологический справочник. Сплошная выборка лексем позволила зафиксировать все словоупотребления всех лексем (и словосочетаний), составивших художественно-прозаический словарь Сергея Есенина. «Хорошо организованный словарь – это богатейший материал для разного рода исследований» [Шестакова 2011: 11]. Хочется надеяться, что и «Словарь языка Есенина. Художественная проза» станет источником углубленного исследования прозаического языка великого русского поэта. Проза любого поэта всегда представляет особый интерес, и мы надеемся, что Словарь языка художественной прозы Сергея Есенина откроет неизвестные для многих страницы есенинского творчества.

В науке существует довольно распространенное мнение, что авторский словарь предназначен исключительно для специалистов-филологов. Однако с этим трудно согласиться: все чаще такие словари становятся востребованными широкой читательской аудиторией, особенно если на обложке книги значится имя великого русского поэта – а представляемый Словарь может впервые познакомить кого-то и с писателем Сергеем Есениным. «Вообще, расширение прагматического понятия «адресат авторских словарей» стало особенно заметным в последние годы – именно в это время возросло число справочников, заявленных как многоадресные и многофункциональные» [Шестакова 2011: 33]. Поэтому мы с рекомендуем наш Словарь всем, кто любит русскую классическую литературу.

К языку С. А. Есенина в последнее время обращаются все чаще, и каждый пишущий непременно отмечает его самобытность и уникальность по сравнению с языком других поэтов. Но только полный, завершенный «Словарь языка Есенина» может приблизить читателей к адекватной оценке неповторимости и яркости идиолекта поэта, показать его вклад в развитие общелитературного русского языка.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Есенин С. Полное собрание сочинений: в 7 т. – Т. 5. Проза. – М.: Наука, 1997. – 559 с.
- Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. – М.: Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1955.
- Ефремова Т. Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка. – М.: Русский язык. – 1996. – 1233 с.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ. – 1992. – 315 с.
- Словарь русского языка в 4 томах. – Изд. 2-е, испр. и дополн. (МАС) – М.: Русский язык. – 1981–1984.
- Словарь современного русского литературного языка в 17 томах. (БАС) – М. – Л.: Изд-во Академии наук СССР. – 1950–1965.
- Словарь современного русского народного говора (д. Деулино Рязанского района Рязанской области) / Под ред. И. А. Оссовета. – М.: Наука. – 1969. – 225 с.
- Шестакова Л. Л. Русская авторская лексикография. Теория, история, современность. – М.: Языки славянских культур, 2011. – 464 с.
- Шипулина Г. И. Словарь языка Есенина. Художественная проза. В двух томах. Т. 1-й. А – О. 572 с.; Т. 2-й. П – Я. 516 с. / Научн. ред.: доктор филол. наук, ведущ. научн. сотр. Института русск. языка им. В. В. Виноградова РАН Л. Л. Шестакова. – Баку: Мутарджим, 2015. – 1088 с.
- Щерба Л. В. Опыт общей теории лексикографии // Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, 1974. – С. 265–303.

УДК 81 (=811.133.1)

## Особенности лексико-семантической ассимиляции англицизмов в сфере «мода и одежда» современного французского языка (на материале журналов мод)

ЮРИНА Е. А.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** На страницах современных французских журналов мод встречается большое количество заимствованной лексики, в основном из английского языка. Англицизмы подвергаются процессу ассимиляции, в результате чего происходит расширение или сужение их семантического значения в языке-реципиенте.

**Ключевые слова:** заимствование, англицизм, ассимиляция, мода и одежда, лексико-семантическое значение.

## Lexical and Semantic Assimilation of Fashion and Clothing Anglicisms in the Modern French Language (Based on the Texts of Fashion Magazines)

YURINA E. A.

Mordovia State University

**Abstract.** There is a large number of loanwords, mainly from English, that we can find on pages of contemporary French fashion magazines. Anglicisms undergo the process of assimilation, resulting in the expansion or contraction of their semantic meaning in the target language.

**Keywords:** loanword, anglicism, assimilation, fashion and clothing, lexical and semantic meaning.

Состав современного французского языка постоянно пополняется заимствованиями, особенно из английского языка. Наиболее активно данный процесс осуществляется через средства массовой информации, которые имеют возможность быстрого и непосредственного «внедрения» новой лексики в сознание аудитории. Англицизмы проникают абсолютно во все сферы жизни французского общества. Даже та область, где Франция была и остается главной законодательницей – мода – не избежала появле-

ния английских заимствований, что объясняется той доминирующей ролью, которую английский язык играет в современном мире.

Говоря о журналах мод, следует сказать, что они являются частью современной модной индустрии, а потому неизбежно создают «моду на слова». Одной из наиболее ярких черт современной языковой моды, которая находит отражение в языке СМИ, а в частности в модных журналах, является употребление большого числа английских заимствований. Как отмечает Н. А. Кузнецова, «оперируя англо-американскими словами и понятиями, печатные СМИ, в частности глянцевого журнала для женщин, стараются обособить свою читательскую аудиторию в некий круг избранных, создать элитную социальную группу, которая стала бы воплощать в жизнь те тенденции, которые и пропагандируют «гламурные журналы» [Кузнецова 2012: 12].

Процесс заимствования иноязычной лексики всегда сопровождается процессом ее ассимиляции, т. е. «адаптации», приспособления к системе языка-реципиента. Ассимиляция затрагивает разнообразные языковые характеристики слова, поэтому выделяют такие ее аспекты как фонетический, морфологический, графический и семантический [Мухин 2007: 1].

Как правило, все слова иноязычного происхождения по степени их ассимилированности подразделяются на три группы:

- полностью освоенные (ассимилированные) заимствования;
- частично освоенные (ассимилированные) заимствования;
- неассимилированные заимствования – собственно иноязычные слова [Борисова 2009: 7].

Когда иноязычное слово проникает в другой язык, оно, прежде всего, меняет свой фонетический облик. Например, заимствованное из английского языка слово *nylon* (нейлон) во французском потеряло дифтонг [ai] в первом слоге и приобрело конечный носовой звук [ɔ̃], что вполне соответствует фонетическим правилам французского языка. Сравните: англ. *nylon* ['nailon] → франц. *nylon* [nilɔ̃].

Довольно часто происходит ассимиляция на уровне морфологии. Тогда заимствования наделяются грамматическими категориями, свойственными языку-реципиенту, образуются производные слова путем прибавления различных аффиксов. Например, англицизмы-существительные, пришедшие во французский язык, приобретают категорию рода:

*Omniprésente sur les podiums, et plus facile à porter qu'elle n'y paraît, la pencil skirt pourrait bien détrôner la minijupe dans le cœur des filles* [Le Figaro madame].

Заимствованные английские прилагательные образуют степени сравнения согласно правилам грамматики французского языка:

*Mais j'aime aussi les années 1960 plus rock, plus dark* [Le Figaro madame].

Образование новых слов от англицизмов с помощью аффиксов тоже достаточно распространено во французском языке:

*...la femme Alber Elbaz se drape dans des robes de satin rehaussées de colliers hip-hopisants* [Le Figaro madame].

Наиболее значимой и сложной с точки зрения освоения слов системой языка-реципиента лингвисты признают ассимиляцию на лексико-семантическом уровне. Известно, что многозначные слова заимствуются чаще всего в одном из своих значений. В дальнейшем в соответствии с особенностями своего функционирования в чужом языке слово приобретает новые значения, иногда даже теряет связь с национальной спецификой родного языка, тем самым входя в состав лексики заимствующего языка.

В результате проведенного исследования на материале французских электронных журналов мод *Aufeminin mode*, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Le Figaro madame*, *Tendances de mode*, *Vogue Paris* нами было выявлено около 230 слов, заимствованных из английского языка. Частеречный анализ показал, что чаще всего в сфере «мода и одежда» французский язык заимствует у английского существительные, на втором

месте находятся прилагательные и реже всего встречаются глаголы-англицизмы (было найдено всего 4 примера). В соответствии с тематической направленностью можно разделить заимствованную лексику на следующие группы:

а) наименования предметов одежды: *blazer, bermudas, combishort, dressing, jeans, jupe-short, jogging, legging, parkas, pencil skirt, pull, pyjama, sarouel, short(s), sleepwear, sportswear, sweat-shirt, top, trench, T-shirt, trench-coat* и др.;

б) наименования предметов обуви: *baskets, low-boots, flip-flops, bottines, peep-toes, sneakers, stilet-tos, mocassins* и др.;

в) наименования тканей: *brocart, chambray, denim, lycra/licra, liberty, nylon, print, stretch, tweed* и др.;

г) наименования стилей одежды: *baba-cool/hippie, bad girl, casual, Chanel girl, flashy, grungy, hip-hopisant, jungle touch, lady-like, pin-up, preppy, "punk attitude", school girl, streetwear, style de biker, style run, up-to-date, vamp, sexy, vintage, working girl, working woman* и др.;

д) наименования моделей одежды: *à message funky, baggy, cropped, destroy, edgy, loose, oversized/oversize, skinny, slim fit, skinny boyfriend* и т. д.;

е) лексика, обозначающая термины сферы «мода»: *babydoll, back to the sixties, beauty code, catwalk, clan des has-been, cover girl, concept-store, cute, dancefloor, dress code, e-boutique, fashion, fashion week, fashionista, flop, fun, kitsch, l'e-shop, look, lookbook, look cool, made in France, mix, must have/must, new wave, outfit, pop, po-up store, relooking, sex-symbol, sexy, shopper, store, super party* и др.;

ж) макияж и маникюр: *eyeliner, gloss, make-up, nail bar, smokey eyes* и др.;

з) наименования процедур по уходу за собой и волосами: *bun, lifting, peeling* и др.;

и) цветовая гамма и узор: *bicolore, black & white, bleach, color-block, flashy, fushia, indigo, néo-color block, paisley, rose bubble-gum, zippée* и т. д.;

к) названия аксессуаров: *bag, bracelet gris-gris, bling-bling, clutch, colliers fedora, flop, stiletto* и т. д.

Исследование показало, что англицизмы в сфере «мода и одежда» современного французского языка подвергаются трем разным способам семантической ассимиляции:

1) расширение семантической структуры значения (появление дополнительного схожего значения);

2) специализация, или сужение значения;

3) семантическое тождество значений.

К первой группе мы отнесли англицизмы, которые во французском языке приобрели дополнительное значение.

*...comme le short en jean à empiècements, la veste Trucker ou le jean skinny boyfriend [Cosmopolitan]. – ... такие как **джинсовые** шорты со вставками, куртка Trucker или плотно облегающие мужские **джинсы**.*

В английском языке слово *jean* имеет только одно значение «штаны из джинсовой ткани». Во французском языке, как видно из примера, англицизм приобретает еще одно значение «джинсовая ткань».

Еще один пример:

*Rien de plus simple. Pour porter ce type de chaussures, il faut adopter l'allure **sportwear** sans perdre sa féminité [Cosmopolitan]. – Нет ничего проще. Чтобы носить этот тип обуви нужно освоить **спортивную** походку, не теряя своей женственности.*

В английском языке слово *sportswear* является существительным и имеет только одно значение «спортивная, повседневная одежда». Из примера видно, что во французском языке данный англицизм не только приобрел новое значение «спортивный», но и перешел в другую часть речи (прилагательное).

Ко второй группе относятся заимствования, семантическое значение которых конкретизировалось во французском языке, стало более узким по сравнению со значением слова в английском языке.



*En témoignent le nombre d'interventions esthétiques sur cette partie du corps (liposuccion et **lifting**)... [Elle]. Об этом свидетельствует множество эстетических вмешательств на этой части тела (липосакция и **подтяжка**)...*

В англо-русских словарях зафиксированы два основных значения лексемы *lifting*: 1) подъем, поднятие; 2) пластическая операция лица с косметической целью. Во французский язык (как и во многие другие) пришло только одно значение англицизма: *Lifting – intervention de chirurgie esthétique consistant à enlever des bandelettes de peau et à retendre celle-ci pour supprimer les rides* [Larousse]. Очевидно, что в свое время данный термин был заимствован вместе с самим явлением. Слово настолько прижилось, что описание его средствами родного языка потребовало бы определенных лексических усилий. А вот первое значение лексемы не прижилось во французском языке.

*...le tee-shirt a imprimé est plus que tendance, c'est **un must have**! [Aufeminin mode]. – ...футболка с набивным рисунком – это больше, чем тенденция, это то, что необходимо иметь у себя в гардеробе.*

Сочетание двух английских слов *must* и *have* довольно часто встречается во французских гляцевых журналах. В основном в английском языке они употребляются как глаголы «нужно» и «иметь», но во французском они образовали сложное существительное с неопределенным артиклем, которое имеет довольно узкое значение (можно перевести как «писк моды») и вне контекста его понимание может вызвать затруднения.

В третью группу вошли заимствования, значение которых в языке–реципиенте не претерпело никаких изменений. Сюда относятся в основном слова, обозначающие названия одежды, обуви, аксессуаров, косметической продукции и т. д.

*...la fameuse jupe **en tweed** qui vous rend chic et élégante» [Cosmopolitan]. – ...знаменитая **твидовая** юбка, которая придаст вам шик и элегантность. On retient le **motif tartan**, le **tweed**, et les petites jupes évasées [Vogue Paris]. – В моде шотландские мотивы, вещи из **твида** и мини-юбки клеш».*

Как видно из примеров, англицизм заимствуется французским языком в двух своих возможных значениях «твидовая ткань» и «изделие из твида».

То же самое можно сказать и про англицизм *eye-liner*, который уже давно прижился во французском языке без каких бы то ни было семантических изменений:

*Appliquer l'**eye-liner** à la racine des cils dans une succession de petits traits très fins de l'extérieur vers l'intérieur... [Elle]. – Нанесите **подводку** вдоль корней ресниц последовательно тонкими линиями с внешней стороны вовнутрь...*

Следует отметить, что помимо вышеперечисленных групп заимствованной лексики из английского языка, во французских журналах мод встречается много англицизмов, которые еще не зафиксированы во французских словарях, поэтому невозможно достоверно судить об уровне их лексикосемантической ассимиляции. Это такие слова, как *bun*, *catwalk*, *has-been*, *lookbook*, *low-boots*, *pencil skirt*, *print*, *sneakers*, *stiletto*s и др. Значение данных слов мы можем понять только благодаря английским словарям и контексту.

*Foulards, couronnes de fleurs, **buns**... Et vous, à quelle tribu appartiendriez-vous? [Cosmopolitan]. – Платки, венки из цветов, **пучки**. ... А что предпочитаете Вы?*

В данном примере под словом *bun* имеется в виду прическа, при которой женские волосы стянуты в тугой узел сзади или на макушке головы. Во французском языке слово *bun* имеет только одно значение «маленький круглый хлебец из дрожжевого теста».

*Une tendance mode notamment mise en avant dans les derniers **lookbooks** de La Redoute, Camaïeu ou encore H&M [Tendances de mode]. – Модные тенденции в частности представлены в последних **фотосетах** фирмы Ла Редут, Камаю и H&M.*

«Фотосет» – относительно новое слово в мире моды, иногда рассматривается как синоним слов «фотосессия», «студийная съемка», «каталог фотографий». Во французском языке аналога лексеме *lookbook* нет.

Говоря о причинах присутствия большого количества англицизмов в сфере «мода и одежда» современного французского языка, отметим, что слово заимствуется, прежде всего, тогда, когда в заимствующем языке отсутствует лексема для наименования соответствующего понятия, предмета или явления. Кроме того, заимствования используются с определенными стилистическими целями: иноязычное слово часто помимо номинативной функции выполняет экспрессивную функцию, следовательно, привлекает внимание аудитории. Наконец, заимствования из английского языка обусловлены его доминирующей ролью в мировом информационном пространстве.

Таким образом, исследование показало, что в сфере «мода и одежда» современного французского языка употребляется большое количество англоязычной лексики. Англицизмы необходимы, прежде всего, для наименования предметов и понятий, обозначения которых в родном языке отсутствуют. Кроме того, язык моды подвержен всеобщему влиянию и «моде» на английский язык. Проникая во французский язык, англоязычное слово часто подвергается процессу ассимиляции на уровне фонетики, грамматики или семантики, чтобы затем надолго войти в состав лексики заимствующего языка.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Борисова О. С. Адаптация иноязычной лексики в системе языка и восприятии носителей (на материале лексики русского и китайского языков конца XX начала XXI вв.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2009. – 26 с.
- Кузнецова Н. А. Динамика функционирования англицизмов в современном испанском языке: на материале женских журналов: дис ... канд. филол. наук. – Москва, 2012. – 196 с.
- Мухин С. В. Соотношение понятий ассимиляции и натурализации заимствований // Теория и практика лексикологических исследований: Вестник МГЛУ. – 2007. – Вып. 532. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mgimo.ru/files/150256/150256.pdf>

УДК 81'373

## Специфика терминологической референции в аспекте эволюции научного знания

ЯШИНА Т. В.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (г. Саранск)

**Аннотация.** В статье ставится задача рассмотреть процесс терминологической референции в научно-техническом дискурсе. Особое внимание обращается на факт такого терминопорождения когда актуальный референт существует пока в форме гипотезы или прогноза. Устанавливается взаимосвязь между развитием дефиниции и актуализацией референта. На основе диахронического анализа соотношенности дефиниций с достижениями научно-технического прогресса сделан вывод о влиянии процесса терминологической референции на эволюцию научного знания.

**Ключевые слова:** научно-технический дискурс; научно-популярный контекст; терминологическая референция; дефиниция; семантический треугольник; денотат; референт; экспонент; сигнификат.

## Distinguishing Features of Terminological Reference in Terms of the Evolution of Scientific Knowledge

YASHINA T. V.

*Mordovia State University*

**Abstract.** *This paper seeks to examine the process of terminological reference in scientific and technical discourse. Particular attention is drawn to term formation in the absence of an actual referent. We have established the relationship between the development of definitions and the formation of the referent. The diachronic analysis of correlation between terminological definitions and achievements of scientific and technical progress allows to draw a conclusion about the impact of the terminological reference on the evolution of scientific knowledge.*

**Keywords:** *scientific and technical discourse, popular scientific context, terminological reference, definition, semantic triangle, denotatum, referent, exponent, significatum.*

Традиционно любая языковая единица является репрезентантом семиотической ситуации, представляющей собой сочетание трех величин: «...мира действительности, мира понятий и мира значений. Эти величины следующим образом соотносятся друг с другом: ...мир действительности есть исходная величина; мир понятий обуславливается процессом познания действительности и стремится быть адекватным ему...; мир значений есть тот конкретный способ, которым фиксируется в языке мир понятий...» [Звегинцев 1976: 193].

Данное утверждение основано на концепции «семантического треугольника» или «треугольника отнесенности» Ч. К. Огдена и А. А. Ричардса. Этот треугольник отображает положение о том, что форма языкового выражения обозначает «вещь» посредством «понятия», ассоциируемого с определенной «формой» в сознании и практике носителей данного языка. Следуя позиции А. В. Лемова [2000: 19], мы обозначим вершины семантического треугольника как 1) сигнификат/десигнат; 2) экспонент; 3) денотат. Причем в аспекте терминологической номинации речь идет скорее о денотате, поскольку термин «референт» относится к объекту внеязыковой действительности, который имеет в виду говорящий в контексте актуальной языковой ситуации. Денотат подразумевает объект или множество объектов, которые можно называть или обозначить тем или иным именем/знаком. Таким образом, референт является денотатом, актуализованным в определенной языковой ситуации. И. В. Коровина пишет о том, что денотат – это лексическое значение языкового знака, а референт является «речеориентированным ментальным конструктом, отражающим явления и объекты действительности в человеческом сознании» [Коровина 2010: 335].

Традиционно процесс референции начинается с определения денотата или референта и его связи с экспонентом посредством сигнификата/десигната, т. е. терминологическая оболочка подбирается соответственно референту. Однако иногда референция может проходить в обратном направлении, что выражается в возникновении сигнификата в сознании продуцента текста, которому впоследствии приписывается экспонент.

Наиболее ярко данное явление, на наш взгляд, проявляется в научно-техническом дискурсе, в частности, в сфере нанотехнологий. Предпосылки развития данной области знания появились задолго до фактических открытий явлений и создания объектов на наноуровне. Флагманом инновационных открытий порой выступал научно-популярный контекст, который мог выступать в качестве продуктивной среды терминопорождения и в рамках которого написано большое количество текстов инновационно-технической тематики.

Так, сигнификат термина *nanorobot* (наноробот) возник одновременно с началом развития нанотехнологий. Еще Э. Дрекслер, «отец нанотехнологий», описывал концепцию молекулярной машины, способной создать любую молекулярную структуру из элементарных составляющих. При этом термин

*nanorobot* в работе «Engines of Creation: The Coming Era of Nanotechnology» («Машины создания: Грядущая эра нанотехнологии») (1986) еще не фигурировал. Вместо него Э. Дрекслер предложил использовать экспонент *assembler* (ассемблер): «**assembler**, a molecular machine that can be programmed to build virtually any molecular structure or device from simpler chemical building blocks» – «**ассемблер**, молекулярная машина, которая может быть запрограммирована строить практически любую молекулярную структуру или устройство из более простых химических строительных блоков» [Drexler, эл. рес.].

Несколькими годами позже взгляды Э. Дрекслера слегка изменились. В своей работе «Nanosystems» («Наносистемы») (1992) он модифицирует сигнификат термина *assembler*, что сказывается на его дефиниции: «**Assembler** – in recent popular usage, any nanomachine, usually assumed to offer magical, universal capabilities in an atom-sized package. In the author's usage, any programmable nanomechanical system able to perform a wide range of mechanosynthetic operations» [Drexler 1986] – «**Ассемблер** – в последнее время широко употребляется в значении любой наномашин, которой обычно приписываются волшебные универсальные способности, уместающиеся в структуре размером с атом. Автор использует термин в значении любой программируемой наномеханической системы, способной выполнять широкий спектр механически-синтетических операций» (Здесь и далее перевод автора – Яшиной Т. В.).

По сравнению с определением 1986 года, Дрекслер старается разграничить научный и научно-популярный контекст, делая акцент на собственно-научном типе дискурса. Ряд исследователей, в числе которых Ричард Смолли (Richard Smalley) и Джордж Уайтсайдз (George Whitesides) – ведущие представители области инновационных технологий, полагали, что работа Э. Дрекслера «Engines of Creation: The Coming Era of Nanotechnology» носит скорее научно-популярный характер. Вследствие этого, такие словосочетания, как *in recent popular usage* (в последнее время широко употребляется), *usually assumed* (обычно приписываются), *magical, universal capabilities* (волшебные универсальные способности) относятся к научно-популярному контексту, к которому автор не хочет причислять свою работу и научные взгляды, которые он контрастивно отделяет от первого научно-популярного блока с помощью словосочетания *in the author's usage* (автор использует термин в значении).

Тем не менее, сравнение дефиниции термина *assembler* 1986 г. и ее последующей вариации 1992 г. позволяет проследить эволюцию воззрений исследователя, очевидно продиктованную изменениями в научной парадигме области нанотехнологий. Если на этапе зарождения науки отсутствие достаточной теоретической и практической базы позволяет исследователям делать индивидуальные, отчасти необоснованные, прогнозы, то в дальнейшем ход развития науки заставляет корректировать свои взгляды, что, в частности, находит отражение в понятийно-дефиниционных характеристиках терминологических единиц. Так, первое определение термина *assembler* носит в большей степени гипотетический характер за счет употребления модального глагола *can* (может) и наречия *virtually* (практически). Э. Дрекслер всего лишь предполагает, что создание машины, которая будет способна выстраивать любые молекулярные структуры, возможно. Более позднее определение характеризуется большей степенью аккуратности и научной достоверности. Лексические элементы с оттенком значения вероятности элиминированы из дефиниции; четкая футуристическая задача «*to built... any molecular structure*» (строить... любую молекулярную структуру) замещена на более семантически развернутую «*to perform a wide range of mechanosynthetic operations*» (выполнять широкий спектр механо-синтетических операций).

В начале XXI века идея о самовоспроизводимых машинах была поставлена под сомнение Ричардом Смолли. В 2001 г. ученый опубликовал статью «Of chemistry, love and nanobots» («О химии, любви и наноботах») [Smalley, эл. рес.], в которой выступил с заявлением, что предположения Э. Дрекслера о возможности создания наномашин, способных самостоятельно создавать молекулярные структуры, надуманы: «*How soon will we see the nanometer-scale robots envisaged by K. Eric Drexler and other molecular nanotechnologists? The simple answer is never*» – «И когда же мы увидим **нанороботов**, представленных К. Эриком Дрекслером и другими молекулярными нанотехнологами? Ответ прост – никогда». Относи-



тельно термина *assembler* Смолли заявляет следующее: «*In recent years, it has become popular to imagine tiny robots (sometimes called **assemblers**) that can manipulate and build things atom by atom*» – «В последние годы стало популярным представлять крошечных роботов (иногда называемых **ассемблерами**), которые могут управлять и выстраивать объекты атом за атомом», тем самым практически дублируя дефиницию Дрекслера. Однако в процессе рассуждений Смолли приходит к выводу, что подобная наномашина будет не способна произвести достаточное количество какого-либо материала: «*...generating even a tiny amount of a product would take a solitary nanobot millions of years*» – «...на производство даже крошечного количества продукта отдельному нанороботу понадобятся миллионы лет», следовательно, вряд ли ее создание окажется целесообразным.

В результате дебатов Э. Дрекслера и Р. Смолли обе стороны остались при своем мнении, однако альтернативная точка зрения позволила усомниться в валидности дефиниций, равно как и денотатов терминов, предложенных Э. Дрекслером, и подтолкнуть ученых, работающих в области нанотехнологий, к продолжению исследований, направленных на создание наноробота, который в начале XXI века еще не существовал.

Поскольку денотатный комплекс термина *nanorobot* на сегодняшний день еще не достаточно устоялся, для данной терминологической единицы характерна вариативность экспонента (терма): *nanite*, *nanobot*, *nanoid*, *nanomachine*, *nanomite*, однако при этом наиболее распространенными разновидностями являются экспоненты *nanorobot* и *nanobot*. По той же причине варьируются дефиниции термина. Авторы дефиниций, созданных до 2005 года, полагают, что наноробот остается уделом авторов научно-популярной литературы и всего лишь гипотетическим изобретением: «**Nanobot** – *autonomous or semi-autonomous robot with an overall size less than 100 nm. Envisaged especially for use in healthcare: nanobots would circulate in the blood etc. carrying out monitoring and repair*» [NanoDictionary, эл. рес.] – «**Наноробот** – автономный или полуавтономный робот размером менее 100 нм. В основном предусматривается для использования в сфере здравоохранения: нанороботы будут циркулировать в крови и т. д. и осуществлять мониторинг и восстановление», «**nanorobot** otherwise *nanobot* – *an independent or remote controlled submicron scale machine capable of manipulating molecules and supramolecular units of compatible sizes. [...] Today, nanorobotics is just theory*» [Glossary of nanotechnology and related terms, эл. рес.] – «**наноробот** – это самостоятельная или дистанционно управляемая машина размером менее микрона, которая способна управлять молекулами и надмолекулярными единицами сопоставимых размеров. [...] На сегодняшний день нанороботехника – лишь теория». Примечательным является тот факт, что обе дефиниции относятся к 2005 году. В отличие от точки зрения Э. Дрекслера, авторы вышеприведенных дефиниций не указывают на возможность создания роботов новых структур на молекулярном уровне, с чем спорил Р. Смолли. Определения акцентируют внимание не на столь кардинальном явлении, как создание/генерирование абсолютно новой структуры, а на производимых операциях с уже существующей материей: *carrying out monitoring, repair* (осуществлять мониторинг и восстановление), *manipulating* (управлять), что указывает на эволюцию денотата. Однако при этом создание наноробота предполагается в будущем, поскольку на момент своего создания дефиниции термина *nanorobot* подразумевают, что эта машина еще не изобретена. При этом первое определение характеризуется глагольными формами со значением будущего времени: *envisaged* (предусматривается), *would circulate* (будут циркулировать), а автор второго определения прямо говорит о том, что нанороботехника пока является всего лишь теорией.

Исследования в этой области продолжают, и многие современные словарные дефиниции обходятся без упоминания гипотетичности существования наноробота: «**A nanobot** is a *nanotechnological robot nanomachine, also called a nanite, which is a mechanical or electromechanical device whose dimensions are measured in nanometres (millionths of a millimeter, or units of  $10^{-9}$  meter)*» [NanoDictionary, эл. рес.] – «**Наноробот** – это нанотехнологическая машина, которая представляет собой механическое или



электрохимическое устройство, параметры которого измеряются в нанометрах», «*A nanoscale (sub-microscopic) robot, of picking up single atoms and placing them with atomic precision to build molecular components*» [NanoDictionary, эл. рес.] – «Наноразмерный (субмикроскопический) робот, который оперирует отдельными атомами и с атомной точностью составляет из них молекулярные компоненты». Однако, с нашей точки зрения, наиболее точными и достоверными на сегодняшний день являются те дефиниции, которые отмечают зарождающийся характер нанороботехники. Одно из подобных определений: «*Nanorobotics is the emerging technology field creating machines or robots whose components are at or close to the scale of a nanometer ( $10^{-9}$  meters) ... these devices currently under research and development*» [Nanoroboticsб эл. рес.] – «Нанороботехника – это развивающаяся область технологии, создающая машины и роботов, компоненты которых по размерам приблизительно находятся на наноуровне... данные устройства на сегодняшний день находятся в стадии исследования и развития» – указывает на не до конца оформившийся статус нанороботехники посредством употребления лексем *emerging* (развивающаяся) и *under research and development* (в стадии исследования и развития).

Последние исследования в нанороботехнике и отражение их результатов в научных статьях 2014 г. позволяют сделать вывод о том, что денотат термина *nanorobot/nanobot* в научном контексте четко определил свои рамки как особой молекулы, модифицированной с помощью достижений нанотехнологий и применяемой в медицине: «...*these assemblies act like a robotic system – a nanorobot. Not to be confused with the nanorobots of science fiction, for medical nanotechnology researchers a nanorobot, or nanobot, is a popular term for molecules with a unique property that enables them to be programmed to carry out a specific task*» [Nanowerk, эл. рес.] – «...данные системы ведут себя как роботехнические, или **нанороботы**. Не следует путать данный термин с нанороботами из научной фантастики. Для исследователей области медицинских нанотехнологий, **наноробот** – это популярный термин для обозначения молекул с уникальным свойством, позволяющим запрограммировать их на выполнение особого задания».

В целом, диахронический анализ терминологического экспонента и дефиниции позволяет проследить эволюцию как сигнификата, так и денотата: объекта или явления действительности. В случае, когда референция идет не привычным путем (от референта к экспоненту), а в обратном направлении, данный процесс стимулирует прогнозы и открытия в целевом дисциплинарном сегменте, что мы и проследили на примере терминологической единицы *nanorobot*. Появившись в научных текстах, граничащих с научной фантастикой, термин не только поменял свой сигнификат, приблизив его к реальной действительности, но и стимулировал ученых двигаться в направлении, задаваемом дисциплинарной референцией. Таким образом, терминологическая референция может определять вектор научного знания, переориентируя его из научно-прогностического контекста в собственно-научный.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Звегинцев В. А. Предложение и его отношение к языку и речи. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 306 с.
- Коровина И. В. Соотношение понятий «знак», «референт», «денотат» и «концепт» как основных элементов референции // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – № 4. – 2010. – С. 332–336.
- Лемов А. В. Система, структура и функционирование научного термина (на материале русской лингвистической терминологии). – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2000. – 192 с.
- Drexler E. Engines of Creation: The Coming Era of Nanotechnology. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://e-drexler.com/d/06/00/EOC/EOC\\_Table\\_of\\_Contents.html](http://e-drexler.com/d/06/00/EOC/EOC_Table_of_Contents.html)
- Glossary of nanotechnology and related terms. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eng.thesaurus.rusnano.com/wiki/article10799>
- Nanodic.com. All about Nano. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.nanodic.com/molecular/Nanobot\\_Or\\_Nanite.htm](http://www.nanodic.com/molecular/Nanobot_Or_Nanite.htm)
- NanoDictionary // Nanotechnology Perceptions. – 2005. – № 1. – pp. 147–160. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.nano-ntp.com/open\\_access\\_articles.html](http://www.nano-ntp.com/open_access_articles.html)
- Nanowerk. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nanowerk.com/spotlight/spotid=35045.php>
- Smalley R. Of Chemistry, Love and Nanobots. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cohesion.rice.edu/naturalsciences/smalley/emplibary/sa285-76.pdf>.

## Linguistic Features of English Advertisements on Lexical Level

LIU HUI

Wuhan Textile University (China)

**Abstract.** Advertising is an inescapable part of modern life. It is not only necessary but also urgent to study the advertising language and the Chinese-English advertising translation. This article makes an examination of the linguistic features of English advertisements on the lexical level.

**Keywords:** advertising, communication, linguistic features, English advertisement, lexical level.

## Языковые особенности англоязычной рекламы: лексический уровень

ЛЮ ХВЭЙ

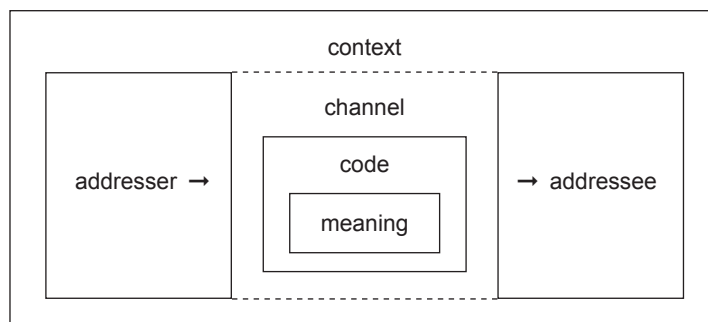
Уханьский текстильный университет (г. Ухань, Китай)

**Аннотация.** Реклама является неизбежной составляющей современной жизни. В этой связи возникает необходимость исследовать язык рекламы и особенности перевода англоязычной рекламы на китайский язык, в частности. В статье рассматриваются языковые особенности англоязычной рекламы на лексическом уровне.

**Ключевые слова:** реклама, коммуникация, языковые особенности, англоязычная реклама, лексический уровень.

Advertising forms an integral part of modern life, as it plays an indispensable role in promoting sales and guiding consumption. But what is advertising exactly? The Cambridge Encyclopedia [1992: 12] defines advertising in the following words: The practice of informing and influencing others not personally known to the communicator through paid messages in the media: also the advertisements themselves.

As is defined, advertising is a kind of communication. Advertisers frequently call themselves “communicators”. Communication refers to the transmission of information between a sourcer and a receiver using a signaling system [Fatihi 1991: 79]. The figure below is a graphic representation of the communication situation.



Communication involves at least two persons, the person speaking (the addresser) and the person spoken to (the addressee). In the process of communication, meaning is transmitted between the two participants. However, meaning can not be transmitted in the abstract. It must be embodied in some code. In order for anything to be communicated at all, the addresser and the addressee have to be in contact with each other, that is, the message has to be communicated through some kind of channel. Any act of communication takes place in a situation or a context. This involves the situation in which the addresser and the addressee are placed,

including the immediately preceding events. And a context also includes a wider context of the addresser and the addressee, i.e. the knowledge that they share of the total situation and their culture [Vestergaard 1985: 231]. In the case of printed advertising, the relation between this general communication model and the actual situation is fairly obvious. The addresser is the definite advertiser, and the addressee is the audience. The meaning transmitted is about the product (more specifically, an attempt to persuade the audience to buy the product). The code is language and some sort of visual code. The channel consists of printed publications. The context will include such features as the audience's total situation, the publication in which the advertisement appears, and last but not least the knowledge that the text is an advertisement.

In the light of the definition we can say advertising is a broad subject involving many aspects. It is a paid form of non-personal presentation of ideas, goods, or services by the communicator through various media. Due to the limitation of space and the difficulties in describing moving pictures and sounds, this article only studies commercial advertisements in print. So the word "advertisement" mentioned here refers to commercial advertisement in print. The samples used in this article are taken from *The Newsweek*, Aug. 2005–Mar.2009.

In advertising, attractive, stimulating, sensual and catchy words are the key to persuasion. In this article the lexical devices are classified into common words and special words for the convenience of analysis.

## 1. Common Words

Here common words refer to nouns, verbs, adjectives, pronouns and colloquial expressions.

### 1.1. Nouns

The noun, repeatedly appearing in advertising for emphasis, is a brand name. It is a term used to identify the goods or services and differentiate them from those of competitors. If a brand name is promoted wisely and effectively, it can become a valuable piece of property. A brand name has six functions: stimulating consumption, identifying products, providing information of products, symbol of reputation, legal protection and advertising [Li 2014: 19-21]. To perform these functions, a brand name should first be suggestive, able to suggest the function, quality, use of the product or to arouse favorable association, in a word, saleable. It requires an extra intelligence, analytical power and high imagination to find an interesting, informative and catchy name for the product in an indirect and metaphorical way. Second, a brand name should be distinctive. Distinctiveness is the most desirable quality of a brand name. It can help the brand name to identify itself among the numerous competitors more easily. Third, it should be memorable. After reading an advertisement, what the audience remembers most likely is the brand name. And this memory may lead him to buy this product rather than that one in future, so a brand name which is easy to remember has the advantage to promote sales. Fourth, a good brand name is pleasant to both eye and ear because it becomes identifiable through the two senses of sight and hearing.

To perform their functions effectively, brand names are formed in many different ways. They can be classified as follows:

#### 1. *Ways of Highlighting the Function of Identification*

a. Coinage: This kind of brand names is quite outstanding and impressive with their loud and clear pronunciations and catchy and symmetric forms.

Kodak (film)

Esso (lubricating oil)

b. Clipped Words and Acronyms: A Clipped word is the shortened form of a long word. Acronym is a word formed from the initial letters of several words. These two are the effective devices to make the brand name short and brief.

Examples of clipped words:

Mobil: Mobile (oil)

Intel: International (computer)

Examples of acronyms:

IBM: International Business Machines (computer)

KFC: Kentucky Fried Chicken (snack)

- c. Numbers: Numbers used as brand names are very special and eye-striking among many other kinds of brand names, and consequently have great attention value. Without the inconvenience of translation, brand names of numbers can be remembered and preferred universally.

555 (cigarette)

999 (medicine)

## 2. *Ways of Highlighting the Suggestive Function*

- a. Common Words: Common words can suggest the feature, function and quality of the product, and can also arouse good associations in consumers' mind.

Comfort (detergent)

Delicious (food)

- b. Affixation: Affixation adds lexical information to the base. It can help to describe the product from different perspectives such as features and functions, for example, "accu-" from "accurate", is used to describe the accuracy of technical products; "max-" from "maximum", means "big"; "-tron" from "electron", is used in electric products; "-elle" from French, suggests kindness and loveliness.

Accusing (sound-measuring equipment)

Maxi Care (cosmetics)

- c. The + Noun: "The" suggests that this brand name is unique and unusual.

The Dale (shoes)

The News (cap)

- d. Proper Names: Proper names are mainly from the names of famous persons and places. Bases is the Greek god of wine. As a brand name for wine, Bases is a very good choice. It is the same case with Nike, the Greek god of victory, used as a brand name for sports goods. Avon, a brand name for cosmetics, comes from the name of the River Avon in Shakespeare's hometown. Proper names contribute a lot to the building of a brand image because they have good associative meanings and the audience is very familiar with them. The audience's love for the name may extend to the product.

## 3. *Ways of Achieving both Identification and Suggestiveness*

Blending and anagrammatic spelling are the altered forms of one or more informative words. On the one hand, we can know the suggestive meanings of the original words. On the other hand, they are in new forms which are completely different from all the existing words, therefore they are unique and foregrounding.

- a. Blending: A new word is made by using the parts of two words and combining their meaning. The new word should be easy to read and write and have a complete meaning.

Delicate (cream) delicate + care

Timex (watch) time + excellent

- b. Anagrammatic Spelling: The new word has identical or similar pronunciation but different form compared with the original word.

"X" often stands for "ex", e.g. XTRA (detergent); "U" stands for "you", e.g. U. RIGHT (costume).

## 1.2. Adjectives

Adjectives refer to the main set of items which specifies the attributes of nouns. As the most important part of the language of advertisement, adjectives can describe and beautify the product, convey mood and emotion and arouse the desire of buying. The superlative description of the product is not possible without a parade of rich adjectives. A rich dose of adjectives makes the advertising copy more attractive. They are affective tools to build up the brand. Extra values are added to the brand and product through the use of adjectives such as: young, fun, soft, strong, warm, traditional, modern, etc. Most adjectives in advertising are commendatory

because advertising is to praise and recommend by nature. The commonly used adjectives in advertising are: new, good/better/best, free, fresh, delicious, full, sure, clean, wonderful, special, crisp, fine, big, great, real, easy, bright, extra, safe, rich [Leech 1996:16].

In the list, “new” is the first one. It can be used to describe almost anything, and people are always interested in new things.

(1) 2.0 Liter Double Overhead Camshaft Engine. Mated with the new MT 75 gearbox and newly revised suspension system, you’re guaranteed the smoothest of rides on your way to the rockiest of meetings.

“Good/better/best”, “wonderful”, “fine” and “great” can also be used to describe any product or service, especially when other adjectives cannot give a specific description.

(2) What a good time for a good taste of a Kent?

(3) In just a few drops, this man’s skin is going to feel better.

“Free” is a magic word. The temptation to get something free is irresistible. Headlines add emphasis to the word “free” by letting it stand on its own in one line, or by emboldening or coloring it. As the famous advertiser David Ogilvy [1964:7] puts: The most powerful words you can use in a headline are free and new.

(4) We also extend to our guests a free transfer service to the hotel.

(5) Buy any size table from our Dining Room Range and we will give you a FREE SET of 4 wheel back DINING CHAIRS

“Special” and “only” is used to highlight the distinctiveness of the product. With so many choices of products, people prefer to try something different from the ordinary ones.

(6) Only cool, with pure method has the taste off extra coolness.(Cool cigarette).

(7) A special form of hydrated silica.

In advertising, the comparative and superlative forms of adjectives are more frequently applied than in other types of writing, because the advertised product has to compete with other similar products to win the preference froth consumers.

(8) Tastes richer...mellower...more satisfying. (Real cigarette)

(9) If you want a really mild cigarette...there’s nothing milder than Ransom. (Ransom cigarette)

(10) The Self-Male Woman. She’s living better all the time. (Self magazine)

The examples above show that in advertising the comparative form of adjectives usually has no object to compare with and the superlative form has no scope of comparison. It is illegal to claim that your product is better than a certain product unless you can prove it. In fact there is no distinctive difference in the products of the same kind. To attract the consumers to buy product advertised, this kind of “trick” is played frequently.

As one of the characteristics of the modifier in advertising, two or more adjectives are used together as modifier to give a detailed and vivid description of the product. Sometimes one adjective is repeatedly used to give emphasis. As a result the modifier is long.

(11) Cleaner, whiter, healthier-looking teeth-sexy teeth-that’s what you get from new Close.  
UP Tartat Control Paste.

(12) This low, low price will leave plenty of bread in your pocket.

Nouns can also be used as modifier. They usually provide the information about the specifications and functions of the product. In order to impress consumers deeply, brand names are often used as modifier.

(13) The exclusive pine furniture showroom.

(14) This tough Du Pont plastic helps hold laminated safety glass together under impact.

Long modifier is an effective persuasive device in advertising. Firstly, it can provide comprehensive and specific information about the product and make it attractive. Secondly, this premodification is brief and compact with information condensed.



### 1.3. Verbs

Verbs are “doing” or action words. An advertising copy writer can make his advertising copy run, dance, throw, jump, grow, build, drive, swim, dip, dive, dash by intelligently using verbs in his copy. He can put more life and vitality into the same idea by making use of powerful verbs. These words create a sense of movement in the mind of the listener or the viewer. [Fatihi 1991:7].

The ultimate aim of advertising is to make consumers take action to buy the product advertised. “Buy...” is the most direct exhortation to action one can think of, but it is rare because the word “buy” is too obtrusive. Rather than being manipulated, consumers prefer to be free to make up their own minds. If they feel the advertisement is too obtrusive, they are likely to react negatively to its message or simply forget about it altogether. In order to avoid offending the audience, some synonyms for “buy” are used instead: try, ask for, get, take, use, choose, etc.

(15) When you next travel, choose the airline that takes service a little further.

(16) Try the Olympus superzoom 110 on for size.

Some other less obtrusive techniques are to ask the consumers to “look/ see/feel/taste” the product, to ask the consumers to “write/send/call” for more information, to “fill in” and “post” the cut-out coupon, or to “contact your dealer/ come along to our show-room for a trial.”

(17) Call the Swiss life oasis number to find out more.

(18) You’ll notice how kind new Sanara is to your hair. See it. Feel it.

(19) For more information, please contact your nearest office of the Hong Kong Bank group.

The commonly used verbs listed by Leech [1996: 16] are: make, get, give, have, see, buy, come, go, know, keep, look, need, love (like), use, feel.

These verbs are mainly monosyllable ones that are commonly used in everyday language by native speakers. They are verbs in advertising which can make “infinite use of finite means.”

### 1.4. Pronouns

Advertisements use all three persons of pronouns but in peculiar ways. “We” is the manufacturer. “I” is often the advertiser or the expert. “He/She” is very often the person who did not use the product. But the most striking, most frequent, and most different from the uses of other discourse type, is the general use of “you”. The advertisers always take “the you-attitude” because everyone is interested in themselves. The use of “you” is part of a high-involvement strategy which steps uninvited into our world, expressing interest in our most intimate concerns, for example, it takes familiar features of life like weddings, family albums, getting a first job, and you are invited to relate your own experiences to those occurring in the advertisement, such as, “Do you remember our wedding day?” Thus advertisement grabs the attention of the consumer by familiarity and other associations.

(20) Your weight problem, you want it pampered or solved?

We know you have been living uneasily for many years, your anxiety and your tolerance to the improper weight have given you too much pressure and restriction. You can’t eat this, you can’t eat that, and you throw too many favorite fashions. Let’s finish all these worries, let’s learn how to eat satisfactorily, and let’s pick up again all those old favorites. And that’s what we do at the Structure House.

### 1.5. Colloquial Expressions

Colloquial expressions, including slangs, are used on ordinary, familiar, or informal occasions.

They are constantly seen in advertisements because they are easy to understand and remember. An advertisement in colloquialism is vivid, lively and appealing to common readers.

(21) “I couldn’t believe it, until I tried it

“I’m impressed!” “I’m really impressed!”

“You’ve gotta try it!”

“I love it!”

This is an advertisement for a microwave oven. It sounds like a person who, having used the microwave oven, tells his feelings to you personally. You may feel it faithful and acceptable. “Gotta” is the slang form of “got to”. The simple words convey the meaning quickly and directly.

(22) Big-time bargains on sizable cotton shirts.

“Big-time” is a slang in American English. It means “first-class”. “Bargain” means “something sold cheap”.

The target audience of this advertisement is obviously the middle and lower class, so its language is plain and informal.

## 2. Special Words

Here special words refer to compound words and coined words.

### 2.1. Compound Words

A compound joins two or more bases to form a new word. It is an effective way to condense meaning because a compound word is much briefer than an attributive clause. As a result, compounds are seen almost everywhere in advertisements. It can be created in the light of needs and its sequence of words is flexible, so it is a very convenient way of expressing meaning. It is also very catchy because it is new and been seen in other parts of advertisements. It is a kind of word play which can create a pleasant and humorous mood.

(27) Drinka Pinta Milka Day.

It comes from “Drink a pint of milk a day”. It is a very famous advertisement because it is new to eye and pleasant to ear after clever spelling.

(28) TWOGETHER

The Ultimate ALL Inclusive One Brice Sunkiss Holiday.

This is an advertisement to provide service of holiday travel. In order to highlight its characteristic of providing service for husband and wife, it changes “together” into “twogether”. The word “twogether” makes one imagine the happy scene of a couple getting together in their holiday.

## 3. Coined Phrases

Coined phrases are not often seen in advertisements, but it is also an effective way of persuasion.

(29) First of all, because now Yoplait is thicker.

Second of all, because it’s cremier.

Third of all, because it’s still 100% natural and really very good for you.

Fourth of all, because to me Yoplait tastes better than all the other yogurts.

And fifth of all, because...well, just because...

The writer of this advertisement creates “Second of all”, “Third of all”, “Fourth of all”, and fifth of all” from the phrase “first of all”. It is a very special way to give reasons. Audience may be attracted by this strange expression and read the advertisement from beginning to end. In the end, behind “because”, there is an ellipsis which suggests that the advantages of Yoplait are too numerous to mention one by one and leaves audience to imagine and try the product.

The final purpose of advertising is to promote sales. To achieve their purpose, advertisers have to make full use of the linguistic and cultural elements. Also owing to its special purpose, the functions of advertising language mainly focus on persuasive, informative and directive. English advertisements possess their own peculiar linguistic features that result from the principles of advertising. This article attempts to make a study of linguistic features in English advertisements on lexical level, which will be helpful for comprehending English advertisements and Chinese-English advertising translation.

Chinese and English share a lot of similarities in advertising. Linguistic means are exploited to the limit in both cultures to ensure the expected effects on the audience. In both cultures, phonological, morphological,

syntactical, grammatical, semantic and even discourse means are employed. Secondly, cultural elements are widely employed to affect the audience's feelings, attitudes and actions in much the same way. These elements include globally appreciated values and culture-specific values. In both cultures, globally appreciated values like happiness, love, friendship, beauty and security are exploited as themes in advertising. These similarities are very important in cross-cultural communication, especially in advertising. Actually, it is them that make advertising translation possible.

Obviously, this study is not inclusive and comprehensive. It just probes the linguistic features of advertising on lexical level, excluding the interplay of other paralinguistic factors. As copy-writers and translators, they should not only master different structural rules about the composition of advertisements but also take account of cultural differences, or they are inclined to meet with difficulties, even outright failure. A further study is needed.

#### REFERENCES

- Fatihi A. R. The Language of Advertising and TV Commercials. – New Delhi: Bahri Publications, 1991. – 79 p.  
Leech G. N. English in Advertising. London: Longman, 1996. – 16 p.  
Li L. Language, Culture and TEFL. – Chongqing: Southwest University of China Press. 2014. – 125 p.  
Ogilvy D. Confessions of an Advertising Man. – London: Longman. 1964. – 7 p.  
Vestergaard T., Schroder K. The language of advertising. – U. K.: Basil Blackwell Publishing, Inc. 1985. – 231 p.