

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОЛОГИИ**

**Материалы IX международной
научной конференции**

**г. Санкт-Петербург
4-5 февраля 2014 года**

**Санкт-Петербург
2014**

**УДК
ББК**

**Научно-издательский центр «Открытие»
otkritieinfo.ru**

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОЛОГИИ**
**Материалы IX международной научной конференции
4-5 февраля 2014 года г. Санкт-Петербург**

«Перспективы развития современной филологии»: Материалы IX международной научной конференции 4-5 февраля 2014 года, г. Санкт-Петербург. – С.-Петербург: «АЙСИНГ», 2014. - 117 с. – В надзаг.: Науч.-изд. центр «Открытие».

Представлены материалы докладов IX международной научной конференции «Перспективы развития современной филологии».

В материалах конференции обсуждаются проблемы современной филологической науки, анализируются вопросы русской и мировой литературы, проводятся сопоставительные исследования русского и других языков на разных уровнях языковой системы. Сборник представляет интерес для филологов различных исследовательских направлений, учителей-словесников, студентов-филологов и аспирантов.

ISBN

Авторы научных статей
Научно-издательский центр «Открытие»

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. Русская литература

Н. М. Абиева КОСТЮМ В ПИСЬМАХ А. П. ЧЕХОВА.....	6
--	---

Секция 2. Литература народов стран зарубежья

В. Л. Лунина ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА В РОМАНЕ МАРИНА ЭМИСА «УСПЕХ».....	12
---	----

И. Н. Тимейчук ИМЯ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ ИНАКОВОСТИ В РОМАНЕ "ИСТОРИЯ СЛУЖАНКИ" М. ЭТВУД.....	18
--	----

СЕКЦИЯ 3. Журналистика

Х. Д. Гурчиани СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА КАК ОБЪЕКТ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОТОБРАЖЕНИЯ.....	27
---	----

СЕКЦИЯ 4. Русский язык

Н.А. Бородина ВЗАИМОСВЯЗЬ СИНТАКСИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА «МЫСЛИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» С ДРУГИМИ СИНТАКСИЧЕСКИМИ КОНЦЕПТАМИ РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА.....	30
--	----

А. В. Гончарова ЦЕННОСТНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА.....	37
---	----

Е. В. Лесных
О ПРОЦЕССАХ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЛЕКСИКИ
АКТИВНОГО И ПАССИВНОГО ЗАПАСОВ
В РУССКОМ ЯЗЫКЕ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ.....43

В. В. Посиделова
РОЛЬ СИНТАКСИЧЕСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИИ
В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ФРАЗЕОСИНТАКСИЧЕСКИХ
СХЕМ РУССКОГО ЯЗЫКА.....49

В. А. Шевцов
ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....53

СЕКЦИЯ 5. Славянские языки

А. В. Борисова
КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЗЕМЛИ
В РУССКОМ И ПОЛЬСКОМ ЯЗЫКАХ59

СЕКЦИЯ 6. Германские языки

Д. А. Борисов
ПОЛЕВАЯ СТРУКТУРА КАЧЕСТВЕННЫХ
ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....66

Н. Ф. Муртазина, О. А. Данилина
АППЛИКАЦИЯ И МУТАЦИЯ АСПЕКТУАЛЬНЫХ
СВОЙСТВ ПРЕТЕРИТА В РОМАНЕ М. А. БУЛГАКОВА
«МАСТЕР И МАРГАРИТА» В ЕГО ПЕРЕЛОЖЕНИИ
НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК.....72

Н. В. Кистян
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ДЕТАЛЬ КАК ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ
ОПЕРАТОР ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА
(НА МАТЕРИАЛЕ РАЗНОЖАНРОВЫХ
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ О. УАЙЛЬДА).....80

О. Е. Носова, Л. Ю. Жуковская
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ
ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ОБЩЕНИЯ
В СТРУКТУРЕ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....86

СЕКЦИЯ 7. Классическая филология, византийская и
новогреческая филология

И. К. Уристемова
АВТОРСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ.....92

СЕКЦИЯ 8 . Теория языка

Е. В. Зайсанова
ГЕНДЕРНАЯ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ АНЕКДОТАХ.....97

СЕКЦИЯ 9. Сравнительно-историческое, типологическое
и сопоставительное языкознание

Е. А. Селянская
СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИСКУРСА
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ.....103

С. В. Скрьльник
ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ В ПЕРЕВОДЕ.....112

Секция 1. Русская литература

КОСТЮМ В ПИСЬМАХ А. П. ЧЕХОВА

Н. М. Абиева

*Алтайская государственная педагогическая академия, Барнаул,
Россия, aceloti@yandex.ru*

Костюмные зарисовки в письмах А. П. Чехова представляют немаловажный интерес. Исследователи выделяют разные аспекты рассмотрения костюма, например И. Манкевич костюм рассматривает как ключевой объект репрезентации повседневности.

Костюмные тексты Чехова демонстрируют особый способ самовыражения автора и моделирования своего художественного мира в эпистолярии.

Определение степени благополучия, достатка нередко выражается наличием или отсутствием какой-либо вещи в гардеробе или констатации состояния гардероба. В письме к Г.П. Кравцову 1883 г: «Деньги есть. Ем прекрасно, пью тоже, одеваюсь недурно...» [2, Т.1с.50]. К Александру Чехову 1883г : «Живем сносно: едим, пьем. Есть пианино, мебель хорошая. Мы сыты и одеты и ни в чем не нуждаемся...» [2, Т.1с.62]. М.П. Чехову 1888 г: «Сухари отданы Александру. Семья его здрава, сыта, одета чисто. Он не пьет абсолютно, чем немало удивил меня...» [2, Т.2с.213]. Положительная атмосфера, благоприятное состояние дел характеризуется штрихами пища-одежда. В письме, как правило, не предполагающем длинных описаний, Чехов прибегает к этому приему. Материальное приобретает статус маркера. К Михаилу А. Чехов, указывая на беду в семье Александра – его тягу алкоголю, что сильно волновало всех родственников, состояние всей семьи в целом передается через деталь «одета чисто». Чистота одежды здесь как боязнь упадка, деградации и страдания семьи. «Чистая одежда» говорит о благополучности, стабильности положения.

В письме семье впечатления о Вене, путешествие в Австрию. Любопытны вещи, обратившие на себя внимание

Чехова. «От Варшавы до Вены я ехал, как железнодорожная Нана, в роскошном вагоне «Интернационального общества спальных вагонов» [2, Т.4 с.199]: постели, зеркала, громадные окна, ковры и проч» - путь в Вену сопровождает вещный мир, отсюда намек на роман Эмиля Золя «Нана» с обилием деталей интерьера. Любование заграничными шикарными заведениями: «а магазины — это не магазины, а сплошное головокружение, мечта! Одних галстуков в окнах миллиарды! Какие изумительные вещи из бронзы, фарфора, кожи!» [2, Т.4 с.199] Французы вспомнились Чехову весьма уместно. Известно, что Оноре де Бальзак написал книгу «Искусство ношения галстука», где описываются множество способов носить и завязывать галстук. Упоминание галстука как модного аксессуара, мечты модника, неслучайно. Галстук является достаточно яркой реалией в культуре и моде. Чехов использует форму слова «галстух» - это ироническая форма. При всем восхищении к заграничному шику, Чехов подтрунивает над типичным поведением иностранца-«дикаря».

Чехов фиксирует и взгляд иностранца на русского: «Все встречные узнают в нас русских и смотрят мне не в лицо, а на мою шапку с проседью. Глядя на шапку, вероятно, думают, что я очень богатый русский граф.» Один из способов узнать иностранца – по одежде. Особенно узнаваемы русские за границей – их выдают меха.

Недостаток материальных средств, бедность отмечены также костюмным текстом.

В письме редактору «Смоленского вестника» 1889 г. Чехов просит оказать помощь дворянину, литератору Н. А. Путяте, серьезно заболев и потеряв способность к труду, он находился в тяжелом состоянии. Так описывается его положение: «Поправиться настолько, чтобы самому зарабатывать себе хотя бы на лекарства, он не может, так как живет при самой нездоровой обстановке, в грязи, в чаду. Средств у него нет; ни одежды, ни обуви, ни лекарств!» [2, Т.3 с.303]

Ал. П. Чехову 1886 г. : «Давыдов деньги вышлет, а если доселе не выслал, то потому что сам без штанов ходит.» [2, Т.1

с.229] Брату Александру: «100 руб., к<ото>рые я получаю в месяц, уходят в утробу, нет сил переменить свой серенький, неприличный сюртук на что-либо менее ветхое.» «Я заработал бы у него не сто, а 200 в месяц, но, сам видишь, лучше без штанов с голой ж.. на визит пойти, чем у него работать.» ..» [2, Т.1 с.71] – Чехов не желал работать в «Будильнике» за 6 копеек за строчку. Обыгрывается фразеологизм «остаться без штанов» - разориться, оказаться без средств к существованию. Позднее в переписке с Книппер-Чеховой с юмором говорит: «Я нарочно хожу в протертых брюках, чтобы все видели и чувствовали, как ты меня разоряешь. Погоди, скоро я буду без брюк ходить!» [2, Т.10 с.217] Чехов нередко подчеркивал любовь актрисы к роскоши, так в шуточной формулировке скрыт подтекст – материальные «жертвы» ради возлюбленной.

Неизменность костюма или противоположность – частая смена указывают на материальное положение. «Одета она в то же платье, в каком была в Мелихове." "А. А. Хотяинцева здесь еще, собирается в Париж. Всё в том же платье.» [2, Т.7 с.140] - Чехов сообщает сестре Марии, что встретил в Ницце А. А. Хотяинцеву, указывает на одно и то же платье дамы, подозрение на стесненность в деньгах (ездили в Монте-Карло, но в рулетку не играли). Одно и то же платье при этом граничит с замечание : «Среди русских, обедающих в Pension Russe, она самая интеллигентная, даже сравнивать нельзя» [2, Т.7 с.140], - здесь платье указывает на особый, выдержанный элегантный стиль одежды женщины. Также письмо Марии: «Сувориха ежечасно одевается в новые платья, поет с чувством романсы, бранится и бесконечно болтает. Баба неугомонная, вертлявая, фантазерка и оригиналка до мозга костей. С ней нескучно» [2, Т.2 с.294] - жена издателя Суворина А.С. Перемена платья при выходе в общество, на публику демонстрирует материальное состояние и черты характера – в противоположность сдержанной интеллигентности, перемена платья выдает фельетонную женщину, шумную, болтливую. Эта деталь выдает и отношение Чехова - «Сувориха» - имя с юмором.

Зарисовка ялтинского пейзажа в письме к сестре 1888г. Бросается в глаза бедность. «Люди в отрепьях, потные, с дырами на плечах...» [2, Т.2 с.294] Обман ожиданий: преувеличенная красота Ялтинского берега. Ялтинский пейзаж напоминает «помесь чего-то европейского, напоминающего виды Ниццы, с чем-то мещански-ярмарочным... эти рожи бездельников-богачей с жаждой грошовых приключений, парфюмерный запах вместо запаха кедров и моря, жалкая, грязная пристань, грустные огни вдаль на море, болтовня барышень и кавалеров» - внедрение пошлости и мещанства. Верх отращения – «турнюры с очень откровенным выражением чего-то очень гнусного...»[2, Т.2 с.294]

В переписке А.П. Чехова с его старшим братом Ал.П. Чехом встречаем немало костюмных зарисовок. Письма 1887 года: «...настали грустные обстоятельства, о которых опять-таки, речь впереди. Довольно тебе того, что целые 1 1/2 месяца я не могу выкупить свои золотые очки. Семья - бочка Данаид, а мои работы -- труд Сизифа. У тебя позеленела шляпа и отвалились подметки, а у меня до сих пор нет ни белья (самого необходимого), ни приличного костюма, ни сапог, ни пальто. Все это в порядке вещей. Но все это не беда: хуже всего то, что нравственный мир не в порядке», [1, Т.1 с.125]- пишет старший брат Чехова. Этими строками обозначает свое тяжелое материальное положение. Ряд писем свидетельствует об открытых отношениях братьев, делящихся своими тяготами.

Но благополучие подразумевается не всегда материального характера. Александр упрекает младшего брата в унынии. Интересна сама формулировка-параллель «позеленевшая шляпа» и «непорядок нравственного мира». «Позеленение» как признак появления заплесневелости, застарелости. Подсознательная указка на шляпу («верх» - голова - мысли). Антон Чехов в письмах откровенно признается брату в ощущении несчастья, усталости, апатии. Ощущение отращения к окружающей лжи. «Тебе жить надо, а не работать» - это ответ на жалобы Чехова А. Совет переехать в Петербург как возможность обновления. «Приезжай в октябре в Питер: может быть, известное место и подмажется скипидаром

и ты снова побежишь, как мужик на микешинской картинке.» - (на что в последствии Антон Чехов отвечает невозможностью переезда из-за финансового положения), коррелирует с фразой «отвалились подметки», знак затрудненности движения, перемещения.

В письмах вырисовывается еще один аспект – моделируется особый костюм Чехова-путешественника. Наличие определенного набора вещей (пальто, валенки, теплые вещи и т.д.) и рефлексия над ними сопряжены с рядом подробностей жизни писателя.

Путешествие на о. Сахалин через Сибирь является знаменательным событием в жизни писателя. Переписка с родственниками и друзьями свидетельствует о трудностях в поездке, которая занимала 82 дня. Тяжелая дорога, распутица ставили Чехова в затруднительное положение. В письмах ощущается крайний дискомфорт и мнительность (мучительное переживание мнимой угрозы своему здоровью). Это можно заметить, проанализировав эпизоды писем, связанные с одеждой. «Купил себе полушубок, офицерское непромокаемое пальто из кожи, большие сапог и большой ножик для резанья колбасы и охоты на тигров. Вооружен с головы до ног» [2, Т.4 с.61], - предчувствуя трудность пути, Чехов заранее подготовился к поездке, уже будто готовый к опасности. Упоминание спасительного кожаного пальто будет дублироваться из письма в письмо («В Ярославле лупил такой дождь, что пришлось облечься в кожаный хитон.» «А приехал в Екатеринбург, тут дождь, снег и крупа. Натягиваю кожаное пальто.» «Кожаное пальто в дороге ничем не заменимо. Оно превосходно спасает не только от дождя, но и от ветра.» [2, Т.4 с.70]) Защита от непогоды, дождя, ветра, снега, Чехов остро воспринимает погодные условия. Причина скрыта в слабом здоровье Чехова, еще с юношеских лет страдавшего болезнью лёгких. Причину тяжелой болезни в конце жизни нередко приписывали именно отголоскам этого путешествия, сопровождаемого непогодой. Болезненное предчувствие губительности окружающей среды наполняют письма: «Я думал: если лодка опрокинется, то сброшу полушубок и

кожаное пальто... потом валенки...» [2, Т.4 с.105] Тревога и негатив, страх потерять «спасительное пальто». Психосоматический синдром - страх холода: «Жарища к тому же страшная, а ночью холод, так что нужно мне было сверх суконного пальто надевать кожаное; одну ночь ехал даже в полушубке.» [2, Т.4 с.116] В высшей степени тревога выражается в олицетворении одежды «Как потерялась моя несчастная одежда.» [2, Т.4 с.206]

Через костюм моделируется процесс писательского творчества.

В письме Лазареву (Грузинскому) Чехов дает советы относительно стиля: «Женщин нужно описывать так, чтобы читатель чувствовал, что Вы в расстегнутой жилетке и без галстука, природу — то же самое.» [2, Т.3 с.39] Чехов призывает быть свободнее, раскованнее, «не впадать в сантиментально-приливо-старушечий тон».

Писательские муки творчества Чехов остро переживает. Об этом он делится с Сувориным, где подробно описывает процесс создания рассказа «Именины». Короткие сроки и финансовый вопрос беспокоит писателя. Кроме того, положенный объем ставит Чехова в рамки («Я понимаю, что я режу своих героев и порчу, что хороший материал пропадает у меня зря... начинаю робеть и бояться, чтобы рассказ мой не вышел длинен» [2, Т.3 с.47]) Недовольство процессом выражается через сравнение: «И выходит у меня не литература, а нечто вроде шитья Тришкиного кафтана» [2, Т.3 с.47] - уподобление текста материи. Тришкин кафтан – фразеологизм, цитата из басни Крылова. Значение - исправления, действия, улучшающие одну часть чего-либо за счёт ухудшения в другой части. Чехов чувствовал себя творчески скованным, вынужденно загоняя себя в рамки сроков и объема. Такой процесс для автора сродни латанию неудачного, прохудившегося костюма.

Прослеживается параллель - создание художественного произведения, или точнее попытки его исправить, сродни портновскому искусству: «написать же плохую пьесу и потом стараться сделать из нее хорошую. Это так же трудно, как

купить старые солдатские штаны и стараться во что бы то ни стало сделать из них фрак.» [2, Т.3 с.138]

Таким образом, костюмные зарисовки в эпистолярной представляют собой не только самостоятельную художественную ценность. Костюм активизирует семиотические поля, как знак он сопровождает разные ситуации, через костюм реализуется антропологическая парадигма, которая позволяет рассматривать вещь во взаимоотношении с личностью.

Литература

1. Переписка А. П. Чехова. В двух томах. М., "Художественная литература", 1984
2. Чехов А. П. Полное собрание сочинений и писем в 30-ти тт. – М.: Наука, 1983 – 1988.

Секция 2. Литература народов стран зарубежья

ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА В РОМАНЕ МАРТИНА ЭМИСА «УСПЕХ»

В. Л. Лунина

*Нижегородский государственный университет им. Н.И.
Лобачевского, Нижний Новгород, Россия, v.l.lunina@yandex.ru*

Творчество британского писателя Мартина Эмиса широко известно далеко за пределами его родины. Каждое его произведение производит сенсацию как среди читателей, так и среди критиков, которые уже посвятили творчеству этого писателя несколько монографий и несколько десятков рецензий и критических статей.

«Успех» - третий роман писателя – был издан в 1978 году и обратил на себя внимание уже своим названием, которое абсолютно совпадает с заголовком романа немецкого писателя

Лиона Фейхтвангера, открывающего принадлежащий ему цикл «Зал ожидания».

Этот факт вряд ли можно считать простым совпадением. На параллели между произведениями Фейхтвангера и Эмиса указывает не только общее название. Не менее важным представляется кризисное состояние изображаемого мира, характерного для обоих произведений. Действие «Успеха» Фейхтвангера разворачивается в двадцатые годы прошлого века, в период, который можно было бы назвать затишьем между двумя войнами. Первая мировая война, ставшая катастрофой для Германии, закончилась. Однако ее результатом стал глубокий политический, социальный и экономический кризис в стране, создавший почву для появления фашизма. Именно этот период, определивший будущее Германии, и описан в романе Фейхтвангера, который в полной мере дает понять масштабы подступающей трагедии, которая затмит даже кровавую Первую мировую войну.

Подобная же атмосфера разрушающегося мира, ощущение надвигающейся катастрофы характерно и для «Успеха», один из повествователей которого, Грегори Райдинг, признается: «Мир достигает точки кипения. В эти дни даже страшно открывать газету: все новости – о катастрофах и разрушениях. Люди теряют самообладание; жлобы побеждают на всех фронтах; чтобы выжить, каждый готов стать еще гаже. Мир оборачивается к нам своей дурной стороной. Я ничего не могу с этим поделать» [1, с.63]. Упоминание о торжестве жлобов, под которыми аристократичный Грегори подразумевает окружающих его посредственностей, среди которых оказывается и его названный брат Теренс Сервис, приобретает особый смысл, благодаря интертекстуальным связям романа Эмиса с романом Фейхтвангера. Картины такой же победы посредственности над интеллектом, плебейства над аристократичностью, которая была одержана в ходе «пивного пугча», описанного немецким писателем, разворачиваются и перед читателем нового «Успеха», в финале которого потомку старинного рода, эсквайру Грегори Райдингу предстоит вернуться в заброшенное поместье, чтобы встретить там

наступающее на него безумие: «Я стою за рядом берез. Мне холодно – я дрожу, и мне хочется плакать. Я поднимаю глаза к небу. Что-то надвигается. О, ступай прочь. В аду заката ветви гнуться и ломаются» [1, с.303]. В то же время его названный брат Терри, «плебейство» которого не раз отмечает Грегори («Уверенный, что не разбуду Теренса, который отключается моментально, с поистине плебейской легкостью...» [1, с.27], «Слово ЖЛОБ накарябано на его низком лбу» [1, с.278]) и который сам признает свои «жлобские» корни, достигает долгожданного успеха («У меня все будет порядок» [1, с.301]). И подобно тому, как Фейхтвангер в своем романе ставит вопрос о моральности способов достижения успеха, Эмис обращает внимание читателя на средства, с помощью которых добывается благополучия и уверенности в завтрашнем дне Теренс Сервис. Вступление в сомнительный профсоюз, позволившее ему не только сохранить работу, но и получить прибавку к жалованию, возможно, сыграло ключевую роль в развитии карьеры Теренса Сервиса. Однако продвижение героя по служебной лестнице было бы невозможно, если бы в нем не произошли определенные внутренние изменения, основной причиной которых стало совращение своей названной сестры, страдающей умственным расстройством и склонной к суициду. За унижительным для Урсулы совокуплением, которое больше напоминало изнасилование, чем добровольное вступление девушки в сексуальные отношения, следует грубое отторжение этого полубезумного существа, доверившегося Терри: «Я просто указал ей, вежливо, но твердо, что ни в каком смысле не могу взять на себя ответственность за нее, что нельзя «нянчиться с людьми», если хочешь добиться успеха в собственной жизни, что теперь она предоставлена сама себе...» [1, с.279]. Употребление в этом монологе, звучащем из уст Теренса, слова «успех» представляется особенно важным, так как именно он оказывается ценой за жизнь Урсулы, покончившей жизнь самоубийством после разговора с Теренсом, отрывок которого мы привели.

Таким образом, одноименные романы Фейхтвангера и Эмиса, хотя и созданные в разные исторические эпохи,

оказываются самым тесным образом взаимосвязаны, так как не только отражают кризисное состояние мира, движущегося навстречу катастрофе, но и показывают ситуацию победы плебейства, ничтожества, посредственности над древним, хотя и уже заметно увядшим, аристократизмом. Кроме того, эти произведения объединяет не только ситуация достижения успеха, но и вопрос о средствах его достижения.

Однако перечисленные нами проблемы и мотивы не единственные параллели, которые можно провести между романами Фейхтвангера и Эмиса. О связи двух «Успехов» говорит и название главы, открывающей произведение Фейхтвангера – «Иосиф и его братья». В контексте романа так называется картина, появление которой в одном из музеев Мюнхена является отправной точкой повествования. Автор картины обращается к библейскому сюжету, получившему широкое распространение в мировой культуре. (Достаточно вспомнить одноименную тетралогию Томаса Манна, картины А.А. Иванова, К. Флавицкого и др.). Иосиф был любимым сыном Исаака, который был продан в рабство своими братьями, позавидовавшими ему. Но сумев снискать благосклонность фараона, предсказав грядущий голод, Иосиф вскоре становится богатым и влиятельным человеком. Спустя много лет приехавшие в Египет братья Иосифа не узнают в красиво одетом вельможе своего брата. Иосиф, желая проверить, насколько изменились его братья, обвиняет их в краже серебряного кубка, обещая им, однако, жизнь и свободу, если они отдадут в рабство одного из братьев Вениамина. Старшие братья готовы заменить собой любимца отца Вениамина, чем доказывают Иосифу, что их души очистились от злобы и зависти. Иосиф приглашает их переселиться в Египет, где начинается новый виток развития еврейского народа.

Название открывающей роман Фейхтвангера главы позволяет провести параллель между этим произведением и «Успехом» Мартина Эмиса, героями которого являются названные братья Теренс Сервис и Грегори Райдинг и отношения которых и составляют основу сюжета романа. Оставшись сиротой после того, как его отец убил свою дочь,

Терри привлекает внимание главы состоятельного семейства Райдингов, который решает взять мальчика в свою семью. Так, Теренс оказывается названным братом Грегори Райдинга и его сестры Урсулы. Однако, несмотря на то, что с девятилетнего возраста они делят один дом, а затем и одну квартиру в Лондоне, между их характерами, финансовым положением, образом жизни лежит глубокая пропасть, они далеки от взаимопонимания, что является характерным и для взаимоотношений библейского героя и его братьев.

Обращают на себя внимание и некоторые детали, объединяющий библейские образы и героев Мартина Эмиса. Фамилия Теренса – Сервис (service – прислуживание, обслуживание) позволяет провести параллель между ним и попавшим в рабство Иосифом. Примечательна и еще одна деталь, Грегори старше Теренса всего на один день, однако, это уже дает ему право называться старшим братом, что снова вызывает аналогии со старшими братьями Иосифа.

Однако самым важным поводом для утверждения интертекстуальных связей между библейской легендой и текстом Мартина Эмиса является параллели между судьбами их героев. Подобно тому, как библейский герой из любимого сына превращается в раба, а затем становится вельможей, Теренс Сервис, начавший жизнь в трущобе, попадает в блистательный дом Райдингов, чтобы затем после нескольких лет унижений и страха потерять работу, становится уверенным в себе клерком с постоянным доходом, достаточным, чтобы оказать финансовую помощь вдове своего опекуна и своему названному брату: «Платил я, потому что я теперь старший...это семейство обходится мне в целое состояние» [1, с.299]. В то же время блистательный Грегори, приглашающий читателя посмеяться над своим названным братом, оказывается еще более униженным и запуганным, чем Теренс в начале романа. Судьба Грегори вполне сопоставима с судьбой братьев Иосифа, которые наслаждались довольствием в доме своего отца, пока голод не погнал их в Египет, где они едва не простились со свободой, а возможно и жизнью, но в результате обрели брошенного когда-то на произвол судьбы брата и новый дом в чужой стране.

Традиционно такие повороты судьбы библейских героев объясняются промыслом Божиим. Однако описанные в Ветхом Завете события можно объяснить случайностью, непредсказуемостью значения выпавшего кубика. В таком контексте Иосиф, его братья, фараона, все участники событий оказываются всего лишь игральными фишками, которые двигаются вне зависимости от собственных желаний. Иосифа ожидала верная смерть, однако, выпавшее значение кубика, послало навстречу братьям Иосифа караван работоторговцев, дав, таким образом, герою шанс на жизнь. Оказавшегося рабом Иосифа ожидали долгие годы тяжкого труда, но, приснившийся фараону странный сон снова сыграл роль кубика, значение которого перевернуло жизнь Иосифа. Такими же фишками на игровом поле оказываются и братья Иосифа, которые могли бы стать братоубийцами, проклятыми богом, как Каин, убивший Авеля, но проходящий мимо караван изменил не только судьбу Иосифа, но и их жизнь. Они могли бы никогда не встретить своего брата снова и не узнать о его возвышении, но наступивший семилетний голод пригнал их в Египет. Таким образом, библейская история вырастает как набор случайностей, каждая из которых не зависела от самого человека, который выполняет роль фишки на игровом поле. Такая интерпретация событий романа кажется закономерной, так как случайность, спонтанность как антитеза планированию перспектив, систематизированию реальности является важным аспектом философии постмодернизма, который, кроме того, широко использует понятие игры.

Подобными же фишками на игровом поле оказываются Теренс Сервис и Грегори Райдинг, причем, подобно судьбе Иосифа, жизнь Терри оказывается более подвержена случайностям, самой главной из которых оказывается не его появление в доме Грегори, а сам факт его выживания. После убийства Розы Сервис, отец Терри признается дрожащему от ужаса сыну: «Либо она, либо ты. Не знаю почему» [1, с. 278]. Это признание делает очевидным огромную роль случайности в жизни Теренса Сервиса.

Таким образом, название третьего романа Мартина Эмиса играет важную роль в его интерпретации. Совпадение заголовка произведения с романом немецкого писателя Лиона Фейхтвангера позволяет установить интертекстуальную связь между этими литературными творениями, которых, кроме общего названия, объединяет атмосфера наступающей катастрофы, сопровождающейся кризисом человеческого сознания. Как и в романе немецкого писателя, победа оказывается на стороне плебейства и посредственности, вытесняющих интеллект и аристократизм. Кроме того, мотив судьбы, связанный с библейским героем Иосифом и его братьями, образами которых открывается роман Фейхтвангера, обнаруживается и в романе Мартина Эмиса, где он реализуется на примере судьбы двух названных братьев, Теренса Сервиса и Грегори Райдинга.

Литература

1. Эмис Мартин Успех. – СПб: Симпозиум, 2004.

ИМЯ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ ИНАКОВОСТИ В РОМАНЕ "ИСТОРИЯ СЛУЖАНКИ" М. ЭТВУД

И. Н. Тимейчук

*Национальный Университет "Острожская академия", Острог,
Украина, rysik2210@rambler.ru*

М. Этвуд – ведущая писательница, поэтесса, критик и эссеист канадской литературы, – начала свой творческий путь в 1960-х гг. с публикации поэтических сборников: "Двойная Персефона" (1961), "Детская игра" (1964), "Дневники Сюзанны Муди" (1970), романов "Съедобная женщина" (1969) и "Постижении" (1972), а также литературоведческого исследования "Выживание: тематика канадской литературы" (*Survival: A Thematic Guide to Canadian Literature*, 1972). С тех пор одна за другой появляются другие книги, которые принесли писательнице мировую славу. В 2000 году М. Этвуд

удостоилась Букеровской премии за роман "Слепой убийца" (*The Blind Assassin*, 2000). Однако самое весомое место в творчестве писательницы занимают романы - дистопии: "История Служанки" (*Handmaid's Tale*, 1985), "Орикс и Крейк" (*Oryx and Crake*, 2003) и "Год Потопа" (*The Year of the Flood*, 2009), которые шокировали читателя мрачным видением автора будущего человечества. На сегодняшний день М. Этвуд продолжает не только активно исследовать жанр дистопии, но и развивать национальную литературу Канады, а также представлять ее в широком мировом пространстве.

В течении многих лет М. Этвуд формировала определенный шаблон изображения персонажей. В большинстве романов писательницы ("Постижение", "Слепой убийца", "История Служанки", "Орикс и Крейк", "Год Потопа") персонажи безымянные, имеют часто употребляемые имена или используют псевдоимена (прозвища или имена, которые отражают общественный статус). Кроме того, автор активно использует местоимения для замещения имен. Ярким примером является роман "Слепой убийца", в котором главные персонажи книги Лауры постоянно позиционируются как *он* или *она*. В большинстве произведений писательницы описания внешности главных персонажей сведено к минимуму или они вообще отсутствуют, однако М. Этвуд тщательно очерчивает образы второстепенных героев. Соответственно, дистопия "История Служанки" является одним из первых романов писательницы, написанных в рамках этого шаблона.

В этой статье на примере романа писательницы "История Служанки" мы рассматриваем функциональную нагрузку имен героев произведения. Цель нашего научного исследования проследить, каким образом имена женских персонажей указывают на их статус Других в дистопийном обществе.

События романа "История Служанки" совершаются в недалеком будущем, в тоталитарно-теократическом государстве Галаад, в котором происходит переворот, обусловленный рядом экологических и экономических факторов. Экстремистская религиозная группировка силой захватывает власть и вводит новый дистопийный режим. Женщины общества разделены на

категории, каждая из которых выполняет определенную общественную функцию: Жены (официальные жены Командоров – представителей правительства), Дочери (дети Командоров), Служанки (физически здоровые женщины, которые обязаны рожать детей для Командоров и Жен), Тетки (бесплодные женщины Галаада, которые управляют учреждением для перевоспитания женщин в Служанок), Марты (прислуга в доме; бесплодные женщины Галаада), Вдовы и Эконожены (многофункциональные женщины – жены простых рядовых мужчин); а также две категории нарушителей порядка: официальная – Неженщины (мятежницы, которых сослали в колонии) и подпольная – проститутки Иезавель (женщины, которые тайно развлекают Командоров и иностранных гостей). Следовательно, вследствие притеснений, женские персонажи в романе "История Служанки" играют роль подчиненных Других.

Теоретическую базу нашего анализа составляют феминистские, постструктуралистские и психоаналитические труды. В частности, мы используем взгляды основательницы женского движения Симоны де Бовуар, которая пишет, что женщине в обществе мужчин отведено позицию "второго пола". Автор апеллирует к антифеминистическим настроениям психоаналитической теории, в которой женщина - это несовершенное кастрированное существо, лишенное собственной сексуальности. Пытаясь ответить на вопрос: "Как женщина стала подвластной *другой*?", С. Де Бовуар приходит к выводу, что мужчины создают образы и мифы о женщинах [1, с. 134], аналогично тому как Запад описывает подчиненный Восток (по теории Э. Саида).

Мы используем размышления Ж. Лакана, который также обращается к концепции Э. Саида, противопоставляя большого *Другого* и малого *другого* [2, с. 339]. Большой *Другой*, по словам Ж. Лакана, представляет Запад, то есть империалистический и господствующий дискурс, в то время как малый *другой* предстает в роли колонизированного и угнетенного. Соответственно, в статье мы рассмотрим, каким образом лишение и изменение имен указывают на изменение статуса женщины в обществе дистопии: от статуса большого *Другого* к

малому *другому* и наоборот.

Прежде всего, имена в романе "История Служанки" выполняют интертекстуальную функцию. Аллюзии на библейские имена (Luke с англ. – Лука, Martha с англ. – Марфа, Moira – с гэльского Мария, Nick сокращенно от Nicholas с англ. – Николай) создают дискурс нерушимого большого нарратива (Ж. Лиотар) – религии Республики Галаад и указывают на искоренение других малых нарративов, то есть отличных от Галаадской религий. Таким образом, видим оппозицию большой Другой – малый другой в масштабе государственного строя.

Имена женских персонажей раскрывают эту оппозицию в разрезе противопоставления между полами. В частности, исследователи А. Калер [10, с. 48] и К. Браун [6, с. 99] утверждают, что писательница использует аллюзии на популярные медийные имена, которые в сущности и разоблачают иронию автора. Исследователи подчеркивают, что хотя имена представительниц категории Теток являются иллюстрацией тех компаний, которые ориентированы на облегчение жизни: Тетка Элизабет (Элизабет Арден – косметическая продукция), Тетка Сара (Сара Ли – замороженная продукция), Тетка Лидия (Лидия Пинкгам – лекарственные средства от гинекологических проблем), но роль женщин, которые являются носительницами этих имен в Галааде, наоборот, ориентированы на подавление и ограничение женских персонажей.

О подчиненной роли персонажей в романах-дистопиях М. Этвуд свидетельствует отсутствие имен. "Безымянными", в частности, выступают женские персонажи романов писательницы, во-первых, Оффред в произведении "Истории Служанки", а также Орикс из романов "Орикс и Крейк" и "Год Потопа" и повстанцы во всех трех дистопиях. Следует заметить, что М. Этвуд неоднократно использует отбрасывание имени в гендерном аспекте. Впервые автор обратилась к такому стилистическому приему в романе "Постижение", в котором, по замыслу писательницы, имя – это общественная маска, которую сбрасывает главная героиня: "У меня больше нет имени. Все эти годы я старалась быть цивилизованной, но из этого ничего не

вышло, а притворяться — с меня довольно" [5, с. 168]. Также в произведении "Постижение" отсутствие имени является отражением статуса женщины в обществе как подчиненной "другой": "Магазин помещался в передней половине дома, и заправляла в нем старушка хозяйка, которую тоже называли мадам; тогда у женщин вообще не было имен. Мадам продавала грошовые леденцы серо-зеленого цвета..." [5, с. 26-27]. Параллели между романами "Постижение" и "История Служанки" неоспоримы, ведь последний, как мы считаем, написан в рамках шаблона, очерченного в произведении "Постижение". Имя главной героини дистопии "История Служанки" читателю неизвестно, имя Оффред — это общественная маска, которую на нее надело патриархальное общество.

Основной лейтмотив романа дистопии "История Служанки" — жизнь среди мужчин в полной от них зависимости, а имя в таком случае отражает положение, которое занимает женщина в государстве. Мы считаем, что в произведении описано тезис с лакановского психоанализа, в котором говорится, что язык как порядок символического выражает патриархальную структуру. Женщина с ее природным миром остается за пределами культуры, поскольку она, как утверждается, не способна к самостоятельной репрезентации, о чем свидетельствует отсутствие собственного имени: она приходит в мир культуры с именем отца. Как видим, лексема "оффред" указывает на функцию, которую выполняет героиня романа в обществе Галаад, на принадлежность к своему хозяину — Командору, которого зовут Фред (с англ. Of Fred — та, которая принадлежит Фреду). Новое имя женщины свидетельствует о новой обязанности, возложенной на нее дистопийным обществом.

П. Даз указывает, что в романе уничтожение истинного имени — "это часть попытки уничтожить прошлое женщины и заставить ее одиноко жить в настоящем" [7, с. 241]. Дж. Гивнер считает, что значение имени Оффред лежит в самой лексеме. Исследовательница разделяет имя на две части: "офф" и "ред"(в переводе с англ. red — красный) [9, с. 59], то есть соотносит имя

с кроваво красным цветом платьев представительниц категории Служанок.

Мы считаем, что мотив нового "имени" в романе тождествен мотиву тюрьмы и ловушки: "Живешь сегодняшним днем. А я в нем жить не хочу. Но в нем я и живу, никуда не денешься. Время – ловушка, и я в ней застряла. Надо забыть свое тайное имя и все пути назад. Меня зовут Оффред, и живу я здесь" [4, с. 153]. Цитата является наглядным подтверждением нашей мысли, что новое имя главной героини свидетельствует о ее статусе как заточённого малого другого.

Имена представительниц категории Служанок указывают на совершенно подвластный статус женщин, которые полностью теряют право на собственную жизнь и на собственное имя. Когда подруга Оффред – Служанка Офглен исчезает, то на ее место приходит другая, таким образом имя "Офглен" становится символом, означаемое которого постоянно меняется [9, с. 59]. Таким образом М. Этвуд показывает текучесть женских кадров в системе Галаада и обесценивает их, переводя в ранг –"следующая":

"– Офглен перевели, так быстро? – Спрашиваю я, хотя знаю, что нет. Я ее видела утром. Она бы сказала.

– Я Офглен, – отвечает женщина. Идеально подмечено. Само собой, она Офглен, новая, а Офглен, где бы она не была, больше не Офглен. Я так и не узнала ее настоящего имени. Вот так и теряешься в океане имен. Теперь сложно будет ее найти" [4, с. 295].

Таким образом, в обществе Галаада отмечает Дж. Гивнер, "имена заменяют лица, лица заменяют имена в серии метонимических замен". Поэтому Служанки и "читают фигуру, лицо, чтобы прочесть имя" [9, с. 60].

Помнить свое имя в романе "История Служанки" означает верить в то, что возможно бежать из дистопийного мира, кроме того, помнить – это подсознательно готовить себя к восстанию, чтобы мечта о побеге когда-то стала реальностью: "меня зовут Оффред, у меня другое имя, которым теперь меня никто не называет: запрещено. Я повторяю себе, еще это неважно, имя – как телефонный номер, полезный только для окружающих, но

то, в чем я себя убеждаю – неправильно, имя важно. Я храню знания об этом имени, будто клад, будто сокровище, и когда-нибудь я вернусь и его откопаю. Я считаю, что он похоронен. У этого имени есть аура как в амулета, заклятие, которое сохраняется с нереально далекого прошлого. Я лежу ночью на узкой кровати, зажмурившись, и это имя, не совсем достижимо, трепещет перед моими глазами и светится в темноте" [4, с. 94]. Память об имени – это перманентный мотив романа "История Служанки", который символизирует луч веры подчиненной героини и намекает на ее дальнейший бунт.

Истинное имя в республике Галаад – это большая тайна: "Я говорю ему, как меня зовут по правде; и чувствую, что теперь он меня познал. Веду себя как тупица" [4, с. 282]. Имя, которое в обыденной жизни является общественно-доступным, писательница переносит в плоскость интимного и сакрального. Использование настоящего имени между персонажами является свидетельством их полного доверия, а также тайным повстанческим кодом, который может спасти жизнь. В частности, когда в конце романа за Оффред приезжает черный фургон, который приезжает за предателями, на которых скорее всего ожидает смерть, то Ник говорит главной героине: "Поезжай с ними" и называет ее настоящим именем. Имя вместе с тайным паролем свидетельствуют, что он – представитель подпольного повстанческого движения, а потому в Оффред есть шанс на спасение. По мнению исследовательницы С. Томк, тот факт, что главная героиня не называет своего имени читателю, является симптомом выживания Оффред, является ее "формой самоутверждения" [11, с. 76]. Иными словами, это также свидетельствует о ее переходе к статусу большого Другого.

Поскольку в романе "История Служанки" использование реальных имен сведено к минимуму, то М. Этвуд широко использует местоимения. Это один из основных приемов, который придает "рассказу характер некоторого типичного события, которое может случиться с каждым" [3, с. 79]. Дж. Допп отмечает, что использование местоимения *мы* в романе "создает эффект идентификации: ты, читатель, женщина – такие как я: униженные. Учитывая это каждая безымянная Служанка

является воплощением *Каждойженщины*" [8, с. 92]. Особенно часто автор использует личные местоимения третьего лица единственного числа – *он* (1317 включительно с производными его, ему) / *она* (1873 включительно с производными ее, ей) и личное местоимение *я* (3140 использований в тексте): "Я так сильно хочу, чтобы здесь был Люк. Я хочу чтобы меня обнимали и называли по имени. Я хоть, чтобы меня ценили там, где меня не ценят. Я хочу быть больше чем просто полезной. Я повторяю мое прежнее имя, напоминаю себе на что я способна, как меня когда-то воспринимали" [4, с. 108]. В частности, анафорическое использование местоимения "я" не только лучше соответствует жанру художественной автобиографии, но и вполне переносит читателя в вымышленный дистопийный мир на место главной героини. Повторение местоимения и навязчивые мысли о собственном имени свидетельствуют о нарастании бунта в душе главной героини и о ее намерении избавиться от своего статуса малого другого. Параллельно, местоимение *они* указывает на отчуждение героини от Других, в частности, от остальных Служанок, что также свидетельствует о переходе главной героини к статусу большого Другого.

Итак, в романе "История Служанки" М. Этвуд мы выводим авторский шаблон. Во-первых, мотив нового "имени" указывает на статус малого другого и тождествен мотиву Паноптикона, тюрьмы и ловушки, ведь новое имя свидетельствует о новых обязанностях, возложенных на персонажей дистопийным обществом. Во-вторых, помнить истинное имя значит противостоять строю дистопии. Следовательно, дальнейший анализ функции мотива имени позволит нам рассмотреть следующие романы-дистопии М. Этвуд и выделить тенденции писательницы в отдельный этвудский дистопийный шаблон.

Литература:

1. Бовуар де С. Друга статья: В 2-х т. – К.: Основы, 1994. – Т.1. – 390 с.
2. Лакан Ж. Семинары Книга 2 "Я" в теории Фрейда и в технике психоанализа (1954/1955) / Лакан Ж. [Электронный

- ресурс] // Пер с фр./ Перевод А. Черноглазова. М.: "Гнозис", "Логос". 1999. – 520 с. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/psycho/lacan-seminaire-2.htm>
3. Мороховский А.Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко С. В. Стилистика английского языка. – М.: "Высшая школа ", 1984. – 235 с.
 4. Atwood M. *The Handmaid's Tale*. – Virago Press, 1986. – 324 p.
 5. Atwood M. *Surfacing* // Toronto: McClelland and Stewart, 1994. – 195 p.
 6. Braun K. *Contending With Feminism: Women's Health Issues in Margaret Atwood's Early Fiction: A dissertation submitted in fulfillment for the requirements of the degree of Doctor of Philosophy / Griffin University, Queensland, Australia, August, 2004* – 261 p.
 7. Das P. *The Politics of Survival in the Novels of Margaret Atwood* // *Language in India: Strength for Today and Bright Hope for Tomorrow*. – Volume 9. – 06.06.2009. – P. 98-346.
 8. Dopp J. *Limited Perspective* // *Bloom's Guides: Margaret Atwood's The Handmaid's Tale* Bloom, H. – Chelsea House Publishers, 2004. – P. 92-93
 9. Givner J. *Names, Faces and Signatures in Margaret Atwood's Cat's Eye and The Handmaid's Tale* // *Canadian Literature*. – Summer 1992. – № 133. – P. 56-75.
 10. Kaler A. *A Sister, Dipped in Blood: Satiric Inversion of the Formation Techniques of Women Religious in Margaret Atwood's Novel The Handmaid's Tale* // *Christianity Literature*. – 1989. – № 38.2. – P. 43-62.
 11. Tomc S. *The Missionary Position: Feminism and Nationalism in Margaret Atwood's The Handmaid's Tale* // *Canadian Literature*. – Fall/Winter 1993. – No. 138/139. – P. 73-87.

СЕКЦИЯ 3. Журналистика

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА КАК ОБЪЕКТ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОТОБРАЖЕНИЯ

Х. Д. Гурчиани

*Днепропетровский национальный университет им. Олеся Гончара,
Украина, hatuna-g@rambler.ru*

«Социальные проблемы» - достаточно «молодой» научный термин. Впервые он появился в середине XIX в. в Европе. Понятие «социальная проблема» применяется относительно очень большого числа разнообразных явлений, таких как преступность, бедность, расизм, перенаселенность и т.д. [1] Все эти вопросы являются крайне важным для общества и постоянно обсуждаются на разных уровнях власти.

Однако стоит обратить внимание на роль, которая выпала журналистике в трансформации социальной проблематики. Так, в целом, социальную проблему начали рассматривать лишь в XIX столетия. В журналистике она получила освещение благодаря Джозефу Пулицеру в 80-х годах XIX в., который поднимал острые для Америки того времени социальные вопросы. Материалы, опубликованные в газете «The New York World» были не только интересны читателю, но и имели общественный резонанс и побудили власти к действию. Например, после репортажа Нелли Блай о психиатрической больнице, власти были вынуждены полностью переоборудовать лечебное заведение.

Эту тенденцию подхватили макрейкеры, которых Теодор Рузвельт назвал «разгребатели грязи». Эти журналисты делали акцент на крупных корпорациях, грязных играх власти и вреде, которые те приносили людям. Макрейкеры не только разоблачали махинации таких структур, но и побуждали к действию общество. Ведь за каждой крупной корпорацией стояли обычные рабочие люди, которые и были объектами социальных проблем.

Но во время Великой депрессии ракурс социальной проблематики снова изменился. 1929-1933 годы ввергли западную журналистику в глубокий кризис. Финансирование получали в основном фашистские издания, коммунистическая пресса. В текущий период вопрос социальной проблематики не стоял вовсе, пресса служила для освещения идеологии, а человека используется как инструмент.

А после окончания Второй мировой войны в западном обществе внезапно появляется совершенно новая социальная проблематики. Частично, ее причиной стали действия самой власти стран. Появляется такая категория людей, как рабочие-гости. Они были временно привезены в Германии, чтобы отстроить разрушенные города, а затем должны были вернуться в родную страну. Но вместо этого начали перетаскивать свои семьи из Румынии, Турции и других бедных стран, женились на немецких женщинах и становились полноценными гражданами европейской страны. И здесь СМИ вынуждены обратить внимание общества на новое течение, что появилось в результате возникновения этого вопроса социальной проблематики. Средства массовой информации в данный период выступают как связующее звено, между коренными жителями Германии и приезжими, что заявляют свои права.

Когда в 60-х годах начался распад колониальной империи, и Великобритания потеряла значительную часть своих колоний, мир снова изменился. Из-за действий Британии, которая возвращала себе ценные кадры, открыв доступ для жителей бывших колоний, произошла волна тотальной миграции. И социальная проблема, которую отражали международные и английские СМИ, была связана именно с этим явлением.

В дальнейшем вопрос мигрантов, которые стали гражданами или находятся в статусе гостей, станет сначала причиной возникновения оживленного дискурса на тему толерантности, который в последние годы претерпел значительную критику. В средствах массовой информации, будь-то газеты, телевидение или радио, сейчас говорят о том, что идея толерантного отношения к другим культурам на своей

территории приводит к уничтожению собственной культуры. Так, когда канцлер Германии Ангела Меркель заявила, что «кланяясь каждой национальности, строя новые мечети на немецкой земле, все меньше остается в Германии самой Германии», стали причиной острой критики общественности в ее сторону. И это также ведет к изменению освещения социальной проблематики СМИ.

И снова очередная смена освещения и самой постановке вопроса социальной проблематики потерпевшая изменений, когда в середине 80-х годов XX века появляется такое понятие, как «социальная ответственность». Модель отношений меняется на «профсоюзы - власть - руководители». Где власть выступает как посредник между работниками и работодателями. И именно в это время телевидение начинает освещение таких социальных вопросов, как заработная плата, социальные гарантии и т.п.

Кризисом этой модели стала забастовка шахтеров в Англии, когда Маргарет Тэтчер отказалась выполнять требования профсоюза. Благодаря телевидению и другим средствам массовой информации обществу стали известны эти события, и оно выступило против как забастовщиков, так и премьер - министра.

На современном этапе вопросы социальной сферы, которые освещают СМИ, тесно переплелись между собой. Их невозможно однозначно отнести к одной сфере, острые вопросы стали диффузионными: экономически социальными, экологически социальными т.п. Ясно одно - трансформация социального вопроса происходит постоянно, и от того, в каком ракурсе ее подают средства массовой информации, во многом зависит реакция общества.

Литература

1. Бережная, М.А. Алгоритмы освещения социальных проблем на телеэкране / М.А. Бережная // Известия Уральского государственного университета, 2009. – № 1/2(62). - 300 с.

СЕКЦИЯ 4. Русский язык

ВЗАИМОСВЯЗЬ СИНТАКСИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА «МЫСЛИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» С ДРУГИМИ СИНТАКСИЧЕСКИМИ КОНЦЕПТАМИ РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Н.А. Бородина

*Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина, Елец,
Россия, E-mail: borodinanadezhda@yandex.ru*

Современная наука о языке характеризуется стремительным развитием когнитивной лингвистики, которая, опираясь на языковые данные, пытается проникнуть в глубины человеческого сознания и определить, «каким образом лингвистическое знание представлено в сознании человека, как оно приобретает и постигается, используется и как связано с другими компонентами когниции» [1, с. 4].

Знания о мире хранятся в нашем сознании в виде различных мыслительных структур – концептов разного уровня сложности и абстракции – тесно взаимосвязанных друг с другом. Эти связи «просматриваются через языковые значения, через единицы, объективирующие концепты в языке», и поскольку они овнешнены, то могут быть обнаружены и описаны лингвистами [4, с. 62].

Цель данной работы – выявить и описать взаимодействие синтаксического концепта «мыслительная деятельность» с другими концептами русской языковой картины мира.

Эмпирической базой исследования послужили художественные произведения авторов русской классической литературы и современных писателей, а также книги из серии научно-художественных биографий общественных деятелей, военных, ученых, деятелей искусства и литературы «Жизнь замечательных людей».

Взаимосвязь концепта «мыслительная деятельность» с другими концептами проявляется, прежде всего, в использовании неспециализированных структурных схем,

предназначенных для вербализации иных синтаксических концептов, но в результате специфического наполнения их компонентов, получивших возможность репрезентировать концепт «мыслительная деятельность».

Анализ собранного языкового материала позволил нам выделить 18 неспециализированных структурных схем, маркирующих концепт «мыслительная деятельность». Остановимся на них подробнее.

Своим рождением неспециализированные структурные схемы «*кто думает что*», «*кто занимается чем*», «*что придумывается кем*» и «*что (есть) придумано кем*» обязаны схемам, расположенным в парцелле ядерной схемы «*кто делает что*» – знака синтаксического концепта «агенса воздействует на объект». Ср.:

Он передумывал эти слова даже с каким-то странным наслаждением (В. Гаршин. Ночь) – *Старики точили и отбивали косы, делали грабли, чинили обувь* (Ф. Абрамов. Братья и сестры);

В Падуе не менее упорно, чем в Пизе, Галилей занимается проблемами движения (А. Штекли. Галилей) – *Всякий занимался своим делом – и был доволен: ветреница по-прежнему веселилась на балах; супруг ее считал доходы от питейных сборов, а сын его занимался упражнениями, благовоспитанному юноше свойственными* (Н. Мамышев. Злосчастный);

Романсы сочинялись легко, складываясь порой в отдельные циклы (И. Кунин. Римский-Корсаков) – *Тут второй дом направо строился и весь был обставлен лесами* (Ф. Достоевский. Униженные и оскорбленные);

Много передумано, Алеша, и кое-что понято (Б. Екимов. Озеро Дербень) – *К ноябрю месяцу у всех были построены избы, и даже поспел небольшой господский флигель* (С. Аксаков. Семейная хроника).

Генетически четырехкомпонентные структурные схемы «*кто / что напоминает кому кого / что*», «*кто / что напоминает кому о ком / о чем*», «*кто / что напоминает кому про кого / что*» и «*кто посвящает что кому / чему*»

восходят к схеме «**кто дает что кому / чему**», означаемым которой также выступает вышеназванный концепт. Ср.:

Песня Ханефи напомнила ему другую песню, сложенную его матерью (Л. Толстой. Хаджи-Мурат); *Ему продолжали напоминать о несравненном Коллендэре* (Д. Данин. Резерфорд); *Вот вы напомнили про детей* (Л. Толстой. Крейцерова соната); *Владимир посвящал ей стихи, и они ей нравились* (М. Поступальская, С. Ардашникова. Обручев) – *Один из шведских ученых, приехав из Советского Союза, передал Зубру письмо от Кольцова* (Д. Гранин. Зубр).

Анализируя языковой материал, нами была выявлена связь концепта «мыслительная деятельность» и с концептом «самостоятельное перемещение агенса». Так, по своему устройству неспециализированные структурные схемы «**кто думает над чем**», «**кто задумывается во что**», «**кто додумывается до чего**» соотносятся соответственно со схемами «**кто располагается над чем**», «**кто входит во что**», «**кто доходит до чего**», описывающих отношения между агенсом и пространственным ориентиром. Ср.:

Без слёз, с какою-то застывшею решимостью, она рассказывала мне эту ужасную историю, и я долго думал над ней (В. Гаршин. Надежда Николаевна) – *Отец невидимо стоял над обрывом и следил за тем, как его сын учится плавать* (А. Иличевский. Матисс);

По совету Марьи Ивановны, она читала их по несколько раз и задумывалась в каждое слово... (П. Мельников-Печерский. На горах) – *В это время Володя вошел в комнату* (Л. Толстой. Отрочество);

А затем уже я додумался до самого главного (Ф. Искандер. Кролики и удавы) – *Петр Иванович добежал до крыльца и позвонил* (В. Катаев. Отец).

Истоки формирования схемы «**кто учится чему**» мы обнаруживаем в древнерусском языке, в котором после глаголов движения наряду с дательным предложным употреблялся дательный беспредложный. Отличие между ними состояло в том, что предложная конструкция обозначала движение без

захода в пункт назначения, а беспредложная с заходом в него [2, с. 178; см. также 5, с. 64]. Например:

Он за два месяца научился бегло читать по-русски (И. Тимофеев. Бируни); *Чтобы найти предлог для жизни в Орле, она начала учиться музыке* (И. Бунин. Жизнь Арсеньева).

Структурная схема «кто владеет чем», находящаяся на крайней периферии концепта «кинобытие объекта», может быть использована и для репрезентации синтаксического концепта «мыслительная деятельность. Ср.:

Французским он овладел за три месяца (М. Колесников. Лобачевский); *Он хорошо владел немецким, французским, но очень плохо знал английский, а она, наоборот, давала уроки английского языка и ужасно говорила по-немецки* (Л. Гумилевский. Чернов) – *Голос Руфины Эрастовны дрожал, она уже перестала владеть собой, отчаяние, безысходное отчаяние рвалось наружу* (Б. Васильев. Дом, который построил Дед).

Формирование структурных схем «кому думается что», «кому думается о ком / о чем», «кому надо думать что», «кому надо думать о ком / о чем» и «кому надо думать про кого / что» произошло на базе схем «кому есть каково», «кому надо делать что» и их структурно-семантических вариантах, специализирующихся на реализации концепта «пациент претерпевает состояние». Ср.:

Ему представлялась его семья, мать... дивная, какая-то вся прозрачная, турчанка с длинными, заостренными ресницами над древними, медленно разгорающимися глазами (В. Иванов. Близ старой Смоленской дороги); *Мне, если уж на то пошло, о многом тогда думалось* (И. Кунин. Римский-Корсаков); *Но и нам нужно понять наши ошибки, нашу вину* (В. Овечкин. Борзов и Мартынов); *И хотя в канун нового столетия мыслящему человеку полагается размышлять об Истории с большой буквы и философические реминисценции должны толпиться в его голове, он почувствовал, что ему сегодня нужно быть только утешителем Мэри – земным, деятельным, убежденным и убедительным* (Д. Данин. Резерфорд); *Забить*

тебе надо про него... (А. Толстой. Петр Первый) – *Нездоровится мне, плохо что-то* (Ч. Айтматов. Верблюжий глаз); *Вам необходимо уничтожить эту батарею* (П. Краснов. От Двуглавого Орла к красному знамени).

Взаимодействие концептов происходит и через взаимодействие их компонентов, и прежде всего, через глагольную вершину.

Концепт «мыслительная деятельность» неразрывно связан с концептом «речевая деятельность». Речь не только выражает готовую, сложившуюся мысль, но и выступает как внутреннее средство организации процесса мышления, его регуляции, совершенствования [3, с. 189]. Связь мыслительной деятельности с речевой деятельностью подчеркивается наличием большого количества глаголов, выражающих оба значения синкретично:

В этой же статье Столетов излагает несколько предположений о природе фотоэффекта (В. Болховитинов. Столетов); *Я сейчас же перевела летчику вопрос* (Б. Полевой. Мы – советские люди); *Теперь и он, и его дружок давно оженились, о поразительном Тишкином предложении вспоминали редко – так, для смеха, для того, чтобы потешить, повеселить завидовских мужиков* (М. Алексеев. Ивушка неплакучая); *В коротком споре Телегин доказал, что атаку без подготовки производить нельзя, что непременно её нужно комбинировать с обходным движением и что Хведин не знает сил противника, и – может, у них артиллерия?* (А. Толстой. Хожение по мукам).

Структурообразующим компонентом схемы «кто думает над чем» наряду с глаголами *думать* и его производными, *мудрить, размышлять / размыслить, философствовать* являются глаголы конкретного физического действия: *биться, корпеть, работать, трудиться*, объединенные значением «создавать или совершенствовать что-либо в процессе мыслительной деятельности». Например:

Крупнейший машиностроитель, английский инженер Чарльз Парсонс бился над практическим решением (Л. Гумилевский. Чаплыгин); *Николай Иванович вынужден*

*выкраивать время, **корпеть** над задачей* (М. Колесников. Лобачевский); *Тот, кто называл себя мастером, **работал** лихорадочно над своим романом, и этот роман поглотил и незнакомку* (М. Булгаков. Мастер и Маргарита); *Сейчас **трудится** над «Общей морфологией организмов»* (М. Колесников. Миклухо-Маклай).

В формировании высказываний, построенных по схемам «кто думает что», «кто додумывается до чего», «кому думается что», принимают участие фразеосочетания *схватывать на лету, выбрасывать из головы (памяти), выпускать из памяти, ловить в памяти, доходить своим умом, взбрехать в голову, приходить в голову, приходить на память* и др., в семантике глагольных компонентов которых присутствует сема `движение, перемещение`, подчеркивающая динамику развития мыслительного процесса. Например:

*Учитель заинтересовался и теперь уж умышленно стал усложнять задачи; но Николай даже не притрагивался к грифелью и аспидной доске, он **схватывал** условие **на лету** и сразу же давал правильный ответ* (М. Колесников. Лобачевский); *Он **ловит в памяти** обрывки разговоров, ищет чего-нибудь яркого, сильного, доказательного – и не находит ничего* (Л. Андреев. Нет прощения); *И все-таки он не терял еще надежды найти кого-либо, узнать о ком-нибудь, он хорошо помнил, не **выпускал из памяти** островерхую крышу аптеки в дальнем конце улицы и рядом домик под тополями, где когда-то жила Вера* (Ю. Бондарев. «Простите нас!»); *Никита Ильич знал это, он тоже **до всего доходил умом*** (М. Горький. Дело Артамоновых); *Вдруг какому-нибудь там верховному существу **взбрехать в голову** мысль устроить суд над людьми* (В. Вересаев. Euthymia); *И тут Широколобому **пришла в голову** боевая хитрость* (Ф. Искандер. Широколобый); *Здесь мне **приходит на память** один забытый мною факт, который, как я вижу теперь, не будет лишен для вас, гг. эксперты, крупного интереса* (Л. Андреев. Мысль).

Предметы, явления, ситуации, на которые направлена мыслительная деятельность, могут вызывать разнообразные эмоциональные переживания, чувства, как положительные, так

и отрицательные: досаду и радость, ужас и восторг, отчаяние и изумление, гнев и жалость, злобу и нежность, отвращение и наслаждение, уважение и зависть, стыд и раскаяние, благодарность и раздражение, удовольствие и неудовольствие, тоску, тревогу, печаль, грусть, удивление и т.д. В позиционной схеме высказывания эмоциональный компонент представлен предложно-падежными словоформами, наречиями, полупредикативными и предикативными единицами. Например:

И он зло и мстительно стал вспоминать тысячи встреч здесь, в Екатеринославе (А. Толстой. Хождение по мукам); Об этой особенности занятий Зинина с благодарностью вспоминают все его ученики (Л. Гумилевский. Зинин); Иуда стоял и придумывал какую-то ложь, но в волнении ничего как следует не обдумал и не приготовил, и его ноги сами без его воли вынесли его из подворотни вон (М. Булгаков. Мастер и Маргарита); «Хоть бы умереть там!» – думал он, смертельно тоскуя (Л. Андреев. Иностранец); Несмотря на страшное бешенство, в котором я находился, я помнил все время, какое впечатление я произвожу на других, и даже это впечатление отчасти руководило мною (Л. Толстой. Крейцера соната).

Чувства, эмоции могут сами становиться объектом мыслительной деятельности:

Помню то странное чувство, с которым я смотрел на его затылок, белую шею, отделявшуюся от черных, расчесанных на обе стороны волос, когда он своей подпрыгивающей, какой-то птичьей походкой выходил от нас (Л. Толстой. Крейцера соната); И тогда просыпается другая половинка Сенина – впадает он в сентименты и начинает мечтать о семейном счастье (Е. Замятин. Непутевый); Я помню, как злился и паниковал, впервые задумавшись над романом «Были и небыли» (Б. Васильев. Летят мои кони...).

Таким образом, в русской языковой картине мира синтаксический концепт «мыслительная деятельность» обнаруживает взаимосвязь с другими концептами, которая проявляется в использовании неспециализированных структурных схем, предназначенных для объективации других синтаксических концептов («агенса воздействует на объект»,

«самостоятельное перемещение агенса», «инобытие объекта», «пациенс претерпеваает состояние»), в маркированности структурообразующего компонента схем глаголами движения, физических действий, в появлении эмоционального компонента в позиционной схеме высказываний.

Литература

1. Гуреев В.А. Проблема субъективности в когнитивной лингвистике // Известия РАН. СЛЯ. – Т. 64. – 2005. – №1. – С. 3 – 9.
2. Иванов В.В. Историческая грамматика русского языка: учеб. для студентов пед. ин-тов по спец. «Рус. яз. и лит.». – М.: Просвещение, 1990.
3. Немов Р.С. Психология: Словарь-справочник: В 2-х частях. Ч. 2. – М.: Издательство ВЛАДОС – ПРЕСС, 2003.
4. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ, Восток – Запад, 2007.
5. Попова З.Д. Синтаксическая система русского языка в свете теории синтаксических концептов. – Воронеж: Истоки, 2009.

ЦЕННОСТНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

А. В. Гончарова

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия, anastazy2005@yandex.ru*

Особенности национального менталитета, в частности ценностные предпочтения народа и национальные стереотипы поведения, были и остаются благодатной почвой для научных изысканий [3, 4; 8, 9 и др.]. В своей работе мы остановимся лишь на тех из них, которые соприкасаются с общей оценкой.

Следует отметить, что национально-культурная специфика общей оценки наиболее ярко проявляет себя в

паремиях, лежащих на стыке языка и культуры. Паремии отражают опыт народа и специфику его мировосприятия. Очень важным (если не основным) компонентом пословицы является оценка описываемого явления в рамках некоторой абстрактной нормативной модели. Пословицы включают обычно оценочный предикат *хороший – плохой* или деонтическую оценку *должен – не должен*. В некоторых случаях аксиологическая оценка может вступать в противоречие с деонтической, последняя при этом оказывается в большинстве случаев более значимой.

Пословицы чаще всего употребляются в совершенно конкретной ситуации, но не обозначают её отдельных элементов, а ставят всю ситуацию в связь с какой-либо общеизвестной закономерностью, которую они, собственно, и выражают (ср. осмысление одной ситуации через другую в значении фразеологических единиц). Для пословиц характерны различия в оценках и жизненных установках. Паремии, таким образом, не столько отражают взгляд носителя языка на мир, сколько его конструируют. Для них характерно столкновение в одном высказывании различных оценок – положительных и отрицательных, частных и общих. Можно утверждать, что они не выражают общей оценки как таковой. Описывая, что плохо и что хорошо, паремии предписывают носителю языка и культуры, прежде всего, программу действий.

Проанализированные нами паремии являются результатом выборки из паремиологических сборников.

Как мы уже писали, этнокультурная специфика общей оценки проявляется главным образом в ценностных предпочтениях, которые отражаются в пословицах и поговорках. Утверждение о том, что хорошее предпочитается плохому, является аксиомой. Но сообщение об абстрактном предпочтении хорошего плохому было бы неинформативным, что противоречит природе языка. Этим обусловлено наличие ценностных сравнений, основанных на сопоставлении категорий добра и зла. При этом хорошее может быть снижено некоторыми недостатками, а наличие недостатков объекта в одном отношении может возмещаться наличием у него положительных свойств в другом аспекте (ср. процесс

формирования общей оценки). Таким образом, человек оказывается в ситуации альтернативы между добром, обладающим некоторыми недостатками, и компенсированным худом. Данная ситуация имеет два выхода, первый из которых – выбор добра. В таком случае возникают предложения, заключающие в себе некоторую уступку. Выбор худа влечет за собой появление предложений обобщенного предпочтения (по терминологии Н.Д. Арутюновой [1]). Во всех случаях, когда предложения предпочтения включают в одной своей части признаки, снижающие ценность добра, а в другой – признаки, улучшающие худо, перекрещиваются две разнонаправленные оценки. Рассмотрим этот процесс на конкретных примерах.

1. В русском языковом сознании количественное превосходство может покрыть качественные изъяны: *Хорошее лучше плохого*, но: *Лучше много плохого, чем чуть-чуть хорошего*. Если удовлетворено условие наличия, то предпочтение отдается количественному превосходству: *Много – хорошо, а больше – того лучше; Остаток лучше недостатка*. Большое количество имеет тенденцию переходить в плохое качество: *Лучше недоговорить, чем переговорить; Перерод хуже недорода; Пересев хуже недосева; Лучшие не дойти, чем зайти слишком далеко* и т.д. Всякое *слишком, чрезмерно, чересчур, пере-* создает отрицательную оценку.

2. Общее понятие о хорошем и плохом в применении к материальным категориям преломляется в виде противопоставления наличия отсутствию. В общем случае плохое признается предпочтительным полному отсутствию того или другого объекта: *Хорошего не стало – худое осталось, худого не станет – что останется?*; *С худой женой – горе, а без жены вдвое; Худ мой Устин, да лучше с ним*, но: *Хорошего нет, а худого не надо*. Кстати, само отсутствие имеет негативную оценку, отсюда и отрицательные коннотации у слова *пустой*.

3. Качественное превосходство во многих случаях покрывает количественную малость или недостаточность (количество – хорошо, но качество – еще лучше): *Чем плохое стадо, лучше одна хорошая корова; Лучшие знать одно ремесло*

хорошо, чем десять плохо; Хорошее молчанье лучше худого разговора; Лучше хорошо молчать, чем плохо говорить; Лучше хорошо поругаться, чем плохо помириться; Лучше быть врагом хорошего человека, чем другом плохого; Хороший враг лучше плохого родственника; Добрый сосед (друг) лучше злого брата.

4. Лучшее обычно предпочитается хорошему, но:
Лучшее – враг хорошего.

5. Свое в любом случае предпочитается чужому:
Чужое и хорошее постыло, а свое и худое, да мило; Свой сухарь лучше чужих пирогов; Плохое, да свое, лучше хорошего чужого; Свой черный хлеб лучше чужих пирогов; Хороша Москва, да не дома; Своя вода лучше чужого масла; Своя сорная трава лучше, чем чужая пшеница; Своя борона лучше чужого плуга; Добрый друг лучше ста родственников; В гостях хорошо, а дома лучше, но: Везде хорошо, где нас нет. В славянском самосознании чужой отождествляется с ‘плохим’, ‘отвратительным’ и т.п. [6,7 и др.] (полный список ценностных предпочтений см. в [1]).

Остановимся также на других национальных стереотипах мировидения, поведения и т.п. носителей русского языка и культуры.

В русском языковом сознании утверждается идея о том, что хорошее порождает (ведет, предопределяет и т.п.) хорошее, а плохое – плохое: *Доброе семя – добрый и всход; Никакое худо до добра не доведет; Плохой мастер, плоха и работа; От плохого семени не жди доброго племени.* Но имеются также и утверждения иного порядка: *Начало хорошее, да конец плохой; И в хорошей воде можно утонуть; И от хорошего худое родится.* Таким образом, подчеркивается ответственность человека за его дела.

В языковом сознании русского народа хорошее (добро) связывается, прежде всего, с Богом (божественным): *Доброму Бог помогает; Добрый путь Бог правит* и т.д. Кроме того, утверждается не пассивное ожидание добра от Бога, а активность человека по отношению к добру (хорошему): *Будешь плох, не подаст и Бог; Бог-то Бог, да <и> сам не будь плох* (ср. также: *Плох тот солдат, который не мечтает быть (стать) генералом).*

В русском языке и культуре широко распространен социальный тип нормы. Ср. внутреннюю форму фразеологической единицы *не по-людски, все как у людей, все не так как у людей; На что тем хвалиться, что в люди не годится; Хорошо то, что другие хвалят*. Это вполне объяснимо, если вспомнить, что одной из особенностей русского менталитета является доминирование общественного над личным [6].

В пословицах в образной форме описывается формирование общей оценки: *Кадь добра, да кус дерьма – так хоть все под овраг*, т.е. частноотрицательное ведет к общеотрицательному. Отмечается, что общая положительная оценка может быть снижена отдельными недостатками: *Хорош цветок, да остер шипок; Хорош виноград, да зелен; Хорошо суконце, да гнило, но: Нет худа без добра*.

В ряде пословиц последовательно проводится мысль о том, что в стремлении к добру (= хорошему) нужно прилагать усилия, а плохое само “приходит”: *Хорошему научиться трудно, отвернуться от него легко; Добра, что клада, ищут, а худо под рукой; Ищи добра, а худо и само придет*. Отмечается также, что: *Худое валит пудами, хорошее каплет золотниками; Худое – охапками, хорошее – щепотью; Хорошего ненадолго, а сладкого недосыта*. Утверждается вечность добра (хорошего) (*Умирают люди, хорошее дело никогда; Хорошее дело века живет*) и временность плохого, несмотря на то, что *Лихое споро, не умрет скоро*.

В паремиях описываются прототипические ситуации общей оценки по отношению к конкретным объектам: *Добрый мужик без хомута не бывает; Добрый пес на ветер не лает; Добрый портной с запасом кроит; Добрый жернов все смелет, плохой сам смелется; У хорошей артели все лошади в теле* и т.д.

Направленность пословиц на бытовую жизнь людей проявляется и в том, что утилитарная оценка признается главной, обуславливающей общую: *Оно бы и очень хорошо, да никуда не годится; Не то худо, что худо, а то, что никуда не годится; Хоть и нехорошо, да ладно*.

В пословицах подчеркивается возможное несоответствие оценок разных субъектов: *Вам не хорошо, так нам годится*, но: *Вам хорошо, а нам подавно*; *Хорошо то, что другие хвалят*. Возможна также ситуация столкновения разного рода частных оценок, знак общей оценки определяется при этом в зависимости от конкретного случая: *Лицом хороши, а душою непригож*; *С виду хороши, а поведись – продаст ни за грош*; *Не пригож лицом, да хороши умом*; *Мастью хороши, а воз не везешь*.

Значительная группа пословиц объединяется тем, что описывает ситуацию оценки, объясняет, что оценивается положительно или отрицательно: *Хорошо беречь белую денежку на черный день*; *Хорошо беречь шубу на стужу, а деньги – на нужу*; *Хорошо бы орать, да и рук не марать, а на елку бы лазить, да платья не драть*; *Хорошо тому добро делать, кто помнит*; *Петь хорошо вместе, а говорить порознь*; *Короткую речь слушать хорошо, под долгую речь думать хорошо*.

Таким образом, ценностные предпочтения и национальные стереотипы мышления и поведения русского народа находят свое отражение в языке, а именно в поговорках и фразеологических единицах, имеющих значение общей оценки. Кроме того, в них ярче всего проявляется прескриптивный аспект общей оценки. В этих образных единицах языка чаще всего находят отражение яркие, имеющие общенациональный характер отрицательные стереотипы. Такие единицы, как правило, выражают пейоративную оценку или имеют отрицательные коннотации. Таким образом, факты языковой картины мира становятся принадлежностью языка. Многообразие приведенных выше средств выражения общей оценки указывает на его древность и значимость для русского языка и культуры в целом.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека М.: Школа “Языки русской культуры”, 1999.
3. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание. М., 1996; 1997.

4. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999.
5. Заморева А.В. Репрезентация концепта «общая оценка» в современном русском языке (системно-структурный, когнитивный и функционально-прагматический аспекты анализа). АКД. – Уфа, 2007.
6. Колесов В.В. Отражение русского менталитета в слове // Человек в зеркале наук. Л.: изд-во ЛГУ, 1991. - С. 106-124.
7. Колесов В.В. Древняя Русь: наследие в слове. Кн.2. СПб.: изд-во СПбУ, 2001.
8. Яковлева Е.С. О понятии “культурная память” в применении к семантике слова // Вопросы языкознания. – 1998. – №3.
9. Яковлева Е.С. О языковой картине мира в аспекте ее динамики // Слово в тексте и словаре. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 281-288.

**О ПРОЦЕССАХ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЛЕКСИКИ
АКТИВНОГО И ПАССИВНОГО ЗАПАСОВ
В РУССКОМ ЯЗЫКЕ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ**

Е. В. Лесных

*Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского
университета кооперации, экономики и права, Липецк, РФ,*

le_yuriy@mail.ru

Конец XX – начало XXI века характеризуется массовым перераспределением лексики активного и пассивного словаря: выходят из употребления многие наименования советских реалий, в повседневный обиход возвращаются устаревшие слова, в основном, историзмы дооктябрьского периода. Феномен массового перехода слов из пассивного запаса в активный в последние десятилетия отмечается многими лингвистами. По словам Бельчикова [1, 33], возвращаются к жизни слова и словосочетания, оказавшиеся в условиях

советской власти в глубинных “запасниках” языка, где сохраняется историческая память народа. В конце XX в. наиболее активно происходила реактивизация общественно-политической, социально-экономической, образовательной и морально-религиозной лексики.

Количественный анализ вышедших из активного употребления в конце XX века лексем показывает, что абсолютное большинство из них переходит в разряд историзмов. Это объясняется, во-первых, бурными социальными потрясениями, обусловившими деактуализацию данных лексем (как известно, экстралингвистические факторы большей частью способствуют пополнению именно класса историзмов), во-вторых, малой длительностью рассматриваемого периода, т. к. языковые изменения, в том числе и вытеснение каких-либо лексем более активными синонимами становятся заметны на протяжении более длительного времени. Тем не менее собственно лингвистические факторы (сужение круга лексической сочетаемости, ослабление связей с однокоренными словами, изменение стилистической характеристики, утрата продуктивности отдельных словообразовательных элементов и т. п.) вскрывают тенденции устаревания слов, обусловленного социально-политическими изменениями.

Отметим, что в последние десятилетия происходит пополнение всех типов историзмов: лексических (*СССР, антисоветчина, антисоветчик, промфинплан, госприемка* и др.), семантических (*невыездной, непроходной, перестройка, пятилетка* и др.), коннотативных (*прибыль, предприниматель, бизнес* и др.).

Среди семантических историзмов выделяется ряд слов, в которых архаизируется основное значение, а переносное остается в активном словаре. Как правило, эти лексико-семантические варианты образованы на основе метафорического переноса (*колхоз, стахановец* и др.). Данное явление обусловлено связью процесса архаизации с языковой картиной мира: выходит из употребления лишь то, что перестает соответствовать мировосприятию русского человека. Вместе с

тем, именно метафора является одним из наиболее продуктивных средств формирования вторичных наименований в создании языковой картины мира. «Метафорические обозначения, «вплетаясь» в концептуальную систему отражения мира, «окрашивают» ее в соответствии с национально-культурными традициями и самой способностью языка называть невидимый мир тем или иным способом» [3, 175].

В конце XX века происходит также пополнение разряда архаизмов. В основном, это группа особых архаизмов (хронизмов), выходящих из употребления по сугубо экстралингвистическим причинам: топонимы, аббревиатурные наименования коммунистической партии и коммунистического союза молодежи, наименования социально-политических явлений (*сигнал, сигнализировать* и др.).

Выходящие из активного употребления в конце XX века советизмы, с нашей точки зрения, находятся на первой, самой ранней ступени архаизации.

В тесной связи с процессом архаизации происходит процесс реактивизации. Возвращению в узус лексики, бывшей неупотребительной на протяжении многих десятилетий XX века, способствует: 1) переосмысление исторического пути развития России и ситуация выбора дальнейшего пути развития страны; 2) снятие идеологически обусловленных отрицательных оценок дореволюционной российской действительности; 3) установка социума на возрождение духовных традиций, ценностей материальной и духовной культуры, утраченных в ходе истории.

Основная масса историзмов, подвергшихся реактивизации, принадлежит общественно-политической и социально-экономической сфере. Ряд слов относится к образовательной сфере. О принадлежности данных лексем активному словарю свидетельствует частотное их употребление, в первую очередь, в средствах массовой информации в целях нейтральной номинации, а также отсутствие при них хронологических помет в толковых словарях последних лет издания, в то время как в словарях советского периода они сопровождаются пометами «истор.» или «доревол.».

Так, в конце XX в. произошла актуализация прямого значения лексемы чиновник – «государственный служащий», которое в современной публицистике используется чаще, чем переносное оценочное значение «должностное лицо, выполняющее свою работу формально, без живого участия в деле». Однако в дореволюционной России *чиновниками* называли тех, кто имел определенный классный чин по Табели о рангах; низшие государственные служащие (канцеляристы, копиисты) не имели чинов. В современном употреблении данная лексема используется для наименования всех государственных служащих. Таким образом, наряду со снятием указания на принадлежность понятия царской России и заменой темпорально-стилистической семы «устаревшее» на сему «современное», происходит расширение значения данного слова, не приводящее однако к появлению нового лексико-семантического варианта.

С 90-х годов XX века в политическую жизнь страны возвращаются *кадеты* – конституционные демократы. Программные установки дореволюционных и современных кадетов во многом совпадают: укрепление государственности и приоритет национальных интересов; тем не менее есть и некоторые расхождения, обусловленные новыми социально-политическими условиями.

Таким образом, семантические изменения в значении данного слова происходят на уровне денотативного (изменение временной соотнесенности обозначаемой реалии, а также замена ряда дифференциальных сем), коннотативного (устраняются семы пейоративной оценки: «контрреволюционная партия», «организаторы контрреволюционных мятежей», «участники белогвардейских «правительств» и т. п. [4, 526], а также собственно-языкового компонента значения (переход в активную лексику).

Прототипом неолексемы аграрий (аграрник) – «член политической партии, занимающейся вопросами аграрной политики» – послужил историзм – «крупный землевладелец, помещик». Развитие семантической структуры слова происходит в процессе семантического сдвига. Сохранение

архисемы «лицо, связанное с землей» сопровождается утратой дифференциальной семы «владеющий землей» и появлением новой дифференциальной семы «занимающийся вопросами сельского хозяйства, аграрной политики» При этом в новом значении существительного появляется конкретизирующая сема «член политической партии». Ср.: «...ни один закон не будет работать, пока не будет главного закона – земельного. Из-за своих амбиций *аграрники* задерживают формирование нормального земельного оборота в России» (Московский комсомолец – 2005.- 4 марта).

Переход слов из пассивного словаря в активный сопровождается определенными семантическими изменениями. Отметим, что наиболее характерным для реактивизации лексем в конце XX века является сохранение предметно-логического плана. Изменения касаются снятия указания на принадлежность обозначаемой реалии дореволюционной России, а также замены темпорально-стилистической семы «устаревшее» на сему «современное» (*департамент, фирма, трест, концерт, корпорация, биржа, безработица, инфляция, бакалавр* и др.). Однако в ряде случаев отмечаются значительные семантические трансформации, которые приводят к семантической модификации (*Дума, губернатор, красные, оппозиция* и др.), а иногда – к семантической деривации (*аграрии, боевик* и др.). В отмеченных нами случаях процесс семантической деривации осуществляется на основе семантического сдвига.

Изменения в семантической структуре слов касаются и национально-культурных компонентов значения. Так, в последнее десятилетие XX века наметилась тенденция к утрате национально-культурной специфики у слова *красный* (обозначение чего-либо хорошего, светлого, ценного) и наоборот, приобретение в значительном ряде социолектов утраченной после Октябрьской революции национально-культурной специфики у слова *белый* (символ нравственной безупречности, обозначение чего-либо ясного, чистого, связанного с добром).

Реактивизации подвергаются не только историзмы, но и слова узкой сферы употребления, «второе рождение которых

оправдано широким распространением соответствующих понятий (семантических сдвигов здесь не происходит)» [2, 46]. В первую очередь, это лексика конфессиональной сферы (*патриарх, владыка, митрополит, монастырь, храм* и др.). Отметим, что в сфере церковно-религиозной лексики существует довольно узкий круг терминов, вышедших из повседневного употребления верующих: *белец, вериги, вретнице, власяница* и др. Подобные слова остаются устаревшими. Основная же часть слов данного семантического поля (оставшаяся весьма частотной и употребительной в среде верующих и священнослужителей) вернулась из сферы лексики социально ограниченного употребления в сферу общенародного употребления.

К религиозным терминам тесно примыкает старославянская лексика, связанная с православием: *благотворительность, духовность, гуманность, добродетель, милосердие, кротость, смирение, раскаяние* и т. п. В отличие от церковно-религиозной лексики, актуализация данных слов нередко сопровождается определенными семантическими трансформациями, изменением сочетаемости (*соборность, милосердие* и др.).

В современных условиях происходит социальная дифференциация значения ряда актуализированных слов (*господин, предприниматель, коммерсант* и др.). В одних социумах эти лексемы имеют положительную или нейтральную, а в других – резко пейоративную коннотацию, что связано с резким социальным расслоением общества. Возникновение сопутствующего номинативному значению оценочного семантического компонента обуславливает парасемантическую структуру ряда актуализированных слов. Соответственно, разноплановой, «пестрой», отображающей различие существующих в сознании отдельных носителей русского языка (социальных групп) установок и ценностей культуры, является и языковая картина мира.

Литература

1. Бельчиков Ю. А. «Что было выражено словом, то было в жизни...»// Русская речь. – 1993. - №3.

2. Говердовская Е. В. Новые существительные в лексике современного русского литературного языка. // Русский язык в школе. – 2002. - №3-4.
3. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. / Отв. ред. Б. А. Серебренников. – М.: Просвещение, 1988.
4. Советский энциклопедический словарь. – М.: Наука, 1989.

РОЛЬ СИНТАКСИЧЕСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИИ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ФРАЗЕОСИНТАКСИЧЕСКИХ СХЕМ РУССКОГО ЯЗЫКА

В. В. Посиделова

*Ростовский юридический институт МВД РФ, г. Ростов-на-Дону,
Россия, v_posid@bk.ru*

Фразеосинтаксические схемы относятся к одному из наиболее ярких средств экспрессивного синтаксиса. Их выразительность обусловлена, в первую очередь, высоким уровнем эмоциональности, а коммуникативная востребованность – значимостью эмоциональной сферы для человека: «... средний человек – существо по преимуществу эмоциональное. «Чистая» мысль противоречит его природе, равно как и постоянным, самым насущным потребностям жизни» [1, с. 394].

По мнению К. Изард, «в человеке все движимо эмоциями, которые составляют мотивационную основу его деятельности» [3, с. 208]. Эмоции играют важную роль в процессе коммуникации и познания объективной действительности. Эмоция преобразует предметно-денотативные формы отражения в эмоционально-коннотативные, что способствует расширению понятийного и стилистического потенциала знака. Поэтому воспроизвести язык в его реальности и построить адекватное описание языковой системы невозможно без учета эмоций. При этом исследование эмоционально-экспрессивных

свойств фразеосхем должно опираться на знание их системных и функциональных характеристик.

«Фразеосинтаксическая схема – это коммуникативная предикативная единица синтаксиса, представляющая собой определяемую и воспроизводимую несвободную синтаксическую схему, характеризующаяся наличием диктумной или/и модусной пропозиции, выражающая членимое понятийное смысловое содержание (т.е. равное суждению), обладающая грамматической и лексической частичной членимостью, пронцаемостью, распространяемостью, сочетающаяся с другими высказываниями в тексте по традиционным правилам и выполняющая в речи эстетическую функцию» [5, с. 152].

К основным признакам фразеосхем относят воспроизводимость, устойчивость, структурно-семантическую целостность, идиоматичность, экспрессивность и разговорную стилистическую маркированность. Их формирование обусловлено процессом синтаксической фразеологизации. Одним из первых данное понятие попытался сформулировать Л.И. Ройзензон. Под синтаксической фразеологизацией он подразумевал прежде всего процесс создания фразеологического значения единиц, которые формально-грамматически соотносимы со словосочетаниями и предложениями и обладают либо индивидуальной, либо типологической устойчивостью [6, с. 114].

К понятиям фразеологического значения и устойчивости И.Н. Кайгородова добавляет явление грамматической идиоматизации и ряд других признаков. Синтаксическую фразеологизацию она трактует как «сложный диахронический процесс, сущность которого состоит в асимметрическом сочетании слов, когда план выражения, образованный по законам синтаксиса, не соответствует семантической целостности плана содержания. Это лингвокреативный процесс интеграции синтактико-семантической структуры предикативных образований, вызванный фразеомобразующим взаимодействием семантико-грамматических и лексических компонентов» [4, с. 30-31].

Результатом этого процесса являются утрата обычной синтаксической мотивированности и членимости, семантической, парадигматической, синтагматической полноценности, десемантизация (частичная или полная) обязательных структурных компонентов, грамматикализация лексических и лексикализация грамматических элементов, лексическая и грамматическая «стабилизация» синтаксической модели, приобретение синтаксической конструкцией вторичной синтаксической функции (грамматическая транспозиция).

Кроме того, имеет место усложнение значения, формирование его неэлементарной, многослойной структуры. Трансформации семантического плана приводят к нарушению грамматических связи. При этом структура такого предложения становится немотивированной в силу процесса архаизации отдельных грамматических форм и связей.

Кроме семантического и грамматического аспектов, здесь следует учитывать и функциональные свойства единиц: «Если понимать явление фразеологизации как образование воспроизводимых единиц речи, то на первый план выдвигается другая сторона фразеологических явлений – функциональная, которая связана с семантическими, логическими, стилистическими и грамматическими явлениями» [2, с. 9-10]. На функциональном уровне синтаксическая конструкция может получать вторичную функцию (явление функциональной транспозиции), что приводит к увеличению степени ее стабильности и идиоматичности.

В целом явление фразеологизации представляет собой длительный процесс, который идет одновременно в семантическом и грамматическом аспектах и проявляется в существенной трансформации плана выражения и плана содержания фразеологизируемой единицы. Это «более широкое по своему охвату понятие, нежели фразеология, ибо фразеологизация затрагивает образования, уже в значительной степени устоявшиеся, лексикализованные, входящие в область собственно фразеологическую, так и те образования, обычно стоящие за рамками фразеологии и традиционно рассматриваемые в синтаксисе... Стремление языка закрепить

для всеобщего пользования уже готовые обороты речи (структурные образцы) и есть та тенденция, которая захватывает все больше и больше элементов языка. В этом и состоит общий смысл явления фразеологизации» [6, с. 113].

Источником процесса фразеологизации выступает явление актуализации: «Процесс фразеологизации очень часто теснейшим образом связан с явлением актуализации. Прежде свободные, неактуальные выражения могут стать актуальными и перейти в разряд фразеологизированных образований. Актуализация приводит к превращению свободных оборотов в несвободные (устойчивые, воспроизводящиеся в речевом акте языковые единицы)» [6, с. 113].

Литература

1. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. М., 1961.
2. Гаврин С.Г. Проблема систематизации устойчивых сочетаний современного русского языка в функциональном аспекте / С.Г. Гаврин // Учен. зап. МОПИ. 1966. Вып. 11. Т. 160.
3. Изард К. Эмоции человека / К. Изард. М., 1980.
4. Кайгородова И.Н. Проблемы синтаксической идиоматики (на материале русского языка) / И.Н. Кайгородова. Астрахань, 1999.
5. Меликян В.Ю. Современный русский язык. Синтаксис нечленимого предложения / В.Ю. Меликян. Ростов н/Д, 2004.
6. Ройзензон Л.И. Фразеологизация как лингвистическое явление / Л.И. Ройзензон // Тр. Самарканд. гос. ун-та. Новая серия. 1961. №113.

ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В. А. Шевцов

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия, flrry3@gmail.com

При современном росте роли коммуникативной эффективности газеты, радио, телевидения, сети Internet, их максимального приспособления к реализации конкретных потребностей коммуникации, прослеживаемых в обществе, возрастает роль лингвистических исследований, направленных на решение проблем функционирования языка как инструмента убеждения и побуждения. Актуальным становится изучение особенностей статусно-ориентированного (институционального) общения, языка СМИ, текстов, по своей природе имеющих воздействующий характер: политических, газетных, рекламных. Повышенное внимание к прагматическому аспекту рекламы обусловлено ее интенцией, которая заключается не столько в информировании аудитории, сколько в оказании эффективного воздействия на поведение адресата. «Реклама стремится повлиять на сознание человека, поскольку основой рекламного механизма является именно воздействие на потребителя. Рекламное сообщение должно не только привлечь внимание, вызвать интерес, но и дать аргументы в пользу товара или услуги, которые подтолкнут потребителя к совершению конкретных практических действий» [1, с. 25–26].

Объектом данного исследования являются тексты рекламного характера в туристическом дискурсе, которые представляют особый интерес в связи с недостаточной изученностью вопросов относительно факторов, определяющих специфику языка отдельных разновидностей рекламного дискурса, в то время как рекламной коммуникации в целом в настоящее время посвящено множество работ. Несмотря на значительный задел ученых по обозначенной проблематике, особенности текстов в сфере туризма остаются недостаточно исследованными и конкретными, дискуссионными являются

вопросы о прагматических основах функционирования языка в указанной сфере.

Как правило, большинство исследователей выделяют следующие особенности текстов на рынке туристических услуг: достоверность, заметность, способность к убеждению [2, с. 135], информационная насыщенность [3, с. 32]. Учитывая тот факт, что с рекламируемым объектом адресат не может познакомиться до тех пор, пока не воспользуется тем или иным предложением, адресант использует в первую очередь доводы, оказывающие воздействие на чувства, побуждающие к действию путем создания образов и ассоциаций. Известно, что психологические эффекты играют не менее значимую роль, чем фактические знания о товаре или услуге, так как яркий рекламный образ обуславливает положительный эмоциональный фон, создание которого является в туристической сфере основной коммуникативной целью. Используя при этом различные тактики и приемы речевого воздействия, авторы текстов обращаются не столько к сознанию, сколько к подсознанию адресата, активизируя естественную потребность человека в отдыхе, изменении окружения и т. д.

Исследуемый нами материал (газеты и журналы «Мир туризма» (2009–2012), «Туризм и отдых» (2006–2010), «Отдых и путешествия» (2011), «Горячая линия. Туризм» (2009), «Турифо» (2011), а также тематические интернет-ресурсы и сайты туристических компаний) показал, что механизмы создания положительного образа в туристическом дискурсе могут проявляться как на лексическом, так и на синтаксическом уровне языка.

Одним из самых распространенных лексических приемов эмоционального воздействия является использование метафоризации, то есть осмысление одних объектов действительности через перенесение на них качеств других [5, с. 224]. Метафора в туристической рекламе не просто языковое выразительное средство, это мощный механизм воздействия, основанный на общекультурных знаниях, в результате которого возникает определенная языковая единица, представляющая

собой информацию о рекламируемом объекте и побуждающая реципиента к действию — приобретению рекламируемого объекта. Так, например, в рекламе тура в Австрию горнолыжный курорт Санкт-Антон назван «*настоящим бриллиантом в горнолыжной короне Австрии*» (URL: <http://www.ski.ru/>). В данном случае метафоризация позволяет адресанту создать некий образ ценного и уникального по своей природе объекта, что позволяет повысить эмоционально-оценочную насыщенность текста, которая превосходит его информативность. При этом актуализируется «опыт обращения человека с материальными объектами» [6, с. 49], что особенно важно, учитывая нематериальный характер туристических услуг.

Нередко в туристическом дискурсе адресант прибегает к использованию антропоморфных метафор, т. е. наделянию человеческими качествами объектов туристического бизнеса: *Паттайя ждет Вас!*; *Жарким солнцем и горячими пляжами вас встретит Бразилия* (Отдых и путешествия. № 23. 2011). Подобная персонификация туристического объекта позволяет адресанту приблизить предлагаемый объект к картине мира адресата, тем самым формируя в его сознании запоминающийся образ.

Для создания соответствующего эмоционального фона, кроме метафор, в туристическом дискурсе адресант довольно часто использует также прагматически заряженные единицы, к которым относят прилагательные в превосходной степени сравнения (*лучший, красивейший, самый интересный*), и лексические единицы, для которых характерно преобладание эмоционального значения над предметно-рациональным (*необычный отдых, фантастическая мечта, божественное солнце, оригинальное путешествие, впечатляющий вид, безопасный курорт* и т. д.).

Чаще всего, как показывают приведенные примеры, для аргументации через апелляцию к чувствам используется лексика, выражающая положительную оценку эксплицитно. Интересным представляется тот факт, что подобная лексика не только передает положительную оценку рекламируемого

товара, но и имплицитно дает отрицательную характеристику другим похожим товарам. Так, например: *Наша компания работает в сфере услуг уже долгое время и успела себя зарекомендовать как качественная и надежная туристическая фирма* (URL: <http://www.mgstour.ru/o-kompanii.html>). В данном примере лексема «надежный» содержит в себе сильную эмоциональную нагрузку, несет определенный элемент оценки и служит основным стержнем построения имплицитного содержания. Отталкиваясь от подобного прилагательного с положительной коннотацией, реципиент воспринимает предлагаемую информацию с тем оттенком содержания, который заложен адресантом, а именно: другие турфирмы могут быть менее качественными и надежными. Обнаруженный в результате противопоставления эксплицитному содержанию сопутствующий смысл представляет собой действенный аргумент и создает у реципиента желание приобрести рекламируемый товар как лучший.

Синтаксические особенности языка туристической сферы также отражают ее характерные коммуникативно-прагматические установки. Стремление заинтересовать аудиторию реализуется с помощью использования эмоционально окрашенных синтаксических конструкций, которые относятся к динамическому синтаксису. Распространенным синтаксическим приемом воздействия являются различного рода вопросительные предложения и вопросно-ответная форма, придающие тексту выразительность и непринужденность, благодаря чему туристический дискурс приобретает такую важную для эффективной коммуникации черту, как диалогичность: *Хотите провести медовый месяц или устроить свадьбу?* (Мир туризма. № 4. 2010); *Вы желаете получить от отдыха прекрасный загар, положительные эмоции, новые впечатления по демократичной цене?* (URL: <http://www.rio-tour.ru/newyear>); *Какие ассоциации связаны с названием этой европейской страны? Превосходные часы, надежнейшие банки... А еще — невероятным образом разместившиеся на крошечной территории красоты природы* (Горячая линия. Туризм. № 9. 2011). Эффект общения с

потребителем здесь также усиливается с помощью использования глаголов в форме второго лица множественного числа: *хотите, желаете, получите*.

Еще одной особенностью синтаксиса туристической рекламы, призванной создать эффект диалогичности, эмоциональный и психологический комфорт для потенциального потребителя, является активное употребление неполных и односоставных предложений, присущих разговорному стилю: *Учитываем интересы и пожелания туристов; Северная часть страны — это сплошные равнины, юг — во власти живописных Арденн* (Туризм и отдых. № 25. 2010); *Потому что мы знаем об отдыхе все!* (URL: <http://intourist.ru>).

Особо примечателен последний пример, представляющий собой только придаточную часть сложноподчиненного предложения и заявленный в качестве слогана туристической компании. Такой прием имплицитно несет в себе возможный вопрос адресата о достоинствах и преимуществах данной фирмы, о причинах того, почему он должен доверить свой отдых именно адресанту этого слогана. Таким образом последний, заведомо опуская контекст, главную часть предложения, будто опережает реципиента и отвечает на его вопрос, при этом устанавливает эмоциональный, доверительный тон, тем самым увеличивая прагматическую направленность текста на пробуждение у адресата желания воспользоваться услугами турфирмы.

Дополнительный эффект динамичности текста, обуславливающий быстрое восприятие и запоминание информации, создается с помощью нередко встречающегося в туристическом дискурсе приема выстраивания рядов коротких номинативных предложений: *Безупречные, нетронутые пляжи белоснежного мягкого песка. Восхитительный тропический климат и теплые бирюзовые воды. Калейдоскоп из нетронутых лесов, экзотических птиц и животных. Девственно чистые воды, до краев наполненные пестрыми рыбами. Сейшелы — все это, и многое другое* (URL: <http://tourinfo.ru>).

Прагматическую направленность имеют также и распространенные предложения, осложненные однородными членами, которые реализуют прием детализации, помогающий оптимизировать активность адресата. Здесь также необходима опора на его фоновые знания с целью вызвать у него положительные ассоциации, создать приятную атмосферу вокруг рекламируемого товара. Чаще всего детальному описанию в туристическом дискурсе подвергаются определенные достопримечательности той или иной страны, акцентируется внимание на уникальных туристических объектах, являющихся «визитной карточкой» тура, курорта и т. п. Так, например, в рекламном тексте тура в Андорру детальное описание дается горнолыжным курортам — главной достопримечательности этого края: *К услугам туристов 6 горнолыжных станций, 152 трассы общей протяженностью 247 км, 91 подъемник и около 500 горнолыжных инструкторов. Климатические условия этого горного края позволяют заниматься всеми видами лыжного спорта на протяжении 6-ти месяцев в году* (Туринфо. № 22. 2010).

Таким образом, анализ туристических рекламных текстов обнаруживает ведущие позиции приемов и средств речевого воздействия, апеллирующих прежде всего к чувствам и эмоциям потребителя. Реализуемые как на лексическом, так и на синтаксическом уровне языка, данные механизмы направлены на достижение основной коммуникативной цели туристического дискурса — создание положительного образа предлагаемого турпродукта.

Литература

1. Дудина М. Г. Аргументация как одно из средств речевого воздействия (на материале текстов рекламы) / М. Г. Дудина // Проблемы прикладной лингвистики: сб. ст. — М.: Азбуковник, 2001. — С. 19–26.
2. Божидарник Т. В. Международный туризм: учеб. пособие. / Т. В. Божидарник, Н. В. Божидарник, Л. В. Савош и др. — К.: Центр учебной литературы, 2012. — 312 с.

3. Дурович А. П. Реклама в туризме: учеб. пособие / А. П. Дурович — 4-е изд. — Минск: Новое знание, 2008. — 254 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 284 с.
5. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие Текст. / А. Н. Баранов. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. — 360 с.
6. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.

СЕКЦИЯ 5. Славянские языки

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЗЕМЛИ В РУССКОМ И ПОЛЬСКОМ ЯЗЫКАХ

А. В. Борисова

*Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия,
e-mail: niebo-i-ziemia@yandex.ru*

В настоящее время наблюдается повышенный интерес исследователей к изучению культурной составляющей в структуре языка как системы. Так, согласно данной тенденции единицы языка рассматриваются с учетом влияния на процесс их формирования человеческого фактора, а также соответствующих условий внешней среды. Особый интерес представляет изучение ключевых концептов культуры, к числу которых относятся наименования стихий. Данная работа посвящена анализу фразеологических единиц (ФЕ) с опорным компонентом *земля* / *ziemia* с целью установления степени культурной обусловленности соответствующих единиц, а также определения значимости данной стихии в жизни человека. Для реализации данной цели рассмотрим, каким образом осуществляется дифференциация фразеологических единиц по такому критерию, как значение опорного компонента. Так, ФЕ с

рассматриваемым опорным компонентом могут быть распределены следующим образом.

I. Верхний, поверхностный слой коры нашей планеты, а также ее глубокие слои; почва, грунт. Данное образное значение опорного компонента находит отражение в таких ФЕ, как *готов под землю провалиться, зарывать талант в землю, землю роет кто-либо; земля горит под ногами, как сквозь землю провалиться, ложится в землю, от земли не видать, предать земле, пусть земля будет пухом, словно земля горит под ногами, словно из-под земли вырасти, земля из-под ног уходит, сравнять с землей что-либо, терять землю под ногами, чтоб ты сквозь землю провалился!, видеть в землю на сажень, земли под собой не чуют, jak pod ziemię, w ziemię wpadł, zapadł, schował się, skrył się, leżeć w ziemi, od ziemi nie odrósł, pochować w (poświęconej, nie poświęconej) ziemi, oby ci (mu) ziemia lekką była, niech ci (mu) ziemia lekką będzie, pojawić się, wyjść, wyrosnąć, wyskoczyć spod ziemi, (z)równać z ziemią; (s)tracić ziemię spod nóg, aby święta ziemia nie nosiła.*

II. Страна, государство. Данное значение опорного компонента находит отражение в формировании следующих ФЕ: *за тридцать земель, земля обетованная, ziemia obiecana, ziemia mlekiem i miodem płynąca.*

III. Земля как противоположность водному и воздушному пространству. От данного значения опорного компонента сформированы такие фразеологизмы, как *быть далеким, как небо от земли, небо и земли, (упасть) вернуться с небес на землю, (находиться) между небом и землей; podobne jak niebo do ziemi.*

IV. Мир, свет. Данное образное значение опорного компонента находит отражение в таких ФЕ, как *земля держится на ком-л., как только земля носит / как только земля терпит, находится на краю земли; стереть с лица земли, соль земли, нун земли, nie watrt, że go święta ziemia nosi, niegodzien stapać po tej ziemi, sól ziemi, nie z tej ziemi.*

Исходя из анализа особенностей реализации фразеобазующего потенциала лексем *земля / ziemia* можно сделать следующие выводы. Большинство ФЕ образованы от

такого значения лексемы *земля*, как «Верхний, поверхностный слой коры нашей планеты, а также ее более глубокие слои; почва, грунт». Данный факт свидетельствует о том, что в языке получили выражение представления, в первую очередь, о том, с чем чаще всего имели дело древние люди. Так, предки русского и польского народов в процессе своей жизнедеятельности чаще всего использовали землю как верхний слой земной коры, как почву: она подвергалась обработке, в ней хоронили умерших, по ее поверхности ходили люди и т.д.

По нашему мнению, целесообразно обратиться к анализу семантики фразеологических единиц в целях определения, во-первых, степени влияния культуры на процесс их формирования, во-вторых, различий в способе репрезентации данной стихии в русском и польском языках, в-третьих, уровня значимости земли для наших предков и для современного человека.

Наибольшее число ФЕ имеют значение действия. В рамках данной группы следует выделять ФЕ со значением воздействия (то есть действия, определенную направленность) и со значением собственно действия. В рамках ФЕ со значением воздействия можно выделить следующие подгруппы:

а) Действие + помещение кого-л. куда-л. в целях сохранения: *передать земле*.

б) Действие + разрушительные действия кого-л.: *сравнять с землей что-л.*, (z) *równać z ziemią*:

в) Действие + нахождение: *из-под земли достать*.

К ФЕ со значением собственно действия относятся следующие фразеологизмы:

а) Действие + исчезновение: *как сквозь землю провалиться*.

б) ФЕ со значением «умереть», которое можно трактовать как «исчезновение с лица земли»: *лечь в землю, ложится в землю, leżeć, podn. spoczywać, posp. gnić w ziemi, leżeć w ziemi*.

в) Действие + нахождение + интенсивность: *словно из-под земли вырасти, pojawić się spod ziemi, z ziemi*.

Ещё одну группу составляют ФЕ с бытийно-статальным значением, то есть выражающие состояние человека. В рамках этой группы можно выделить следующие подгруппы:

а) Обозначающие физическое состояние человека: *от земли не видать* (кого-л.), *ledwie, zaledwie odrósł od ziemi / od ziemi nie odrósł* («быть маленьким, быть ребёнком»);

б) Характеризующие внутреннее состояние человека, свойственные ему в данный момент:

– *словно земля горит под чьими-нибудь ногами* («о сильно торопящемся, бегущем и т.п.»);

– *земли под собой не чувать, земля из-под ног уходит* («об ошеломленном, испуганном, растерянном и т.п.»),

– *кто-то теряет землю под ногами; (s)tracić ziemię spod nóg, потерять землю.*

В рамках ФЕ с компонентом *земля / ziemia* выделяются также фразеологизмы с бытийно-кваликативным значением, которые отражают индивидуальную значимость человека, его специфические особенности:

– *землю роет кто-либо* (простор.) («о том, кто развивает кипучую деятельность, проявляет активность для осуществления чего-либо, для достижения какой-либо цели»);

– *видеть в землю на три аршина / видеть под землей на сажень* («быть весьма проникательным»);

– *соль земли, sól ziemi* («о лучших людях, кто придает жизни вкус и смысл»);

– *пуп земли* («центр самого главного»).

Следующую группу формируют ФЕ с бытийно-релятивным значением: *быть далеким, как небо от земли, как небо и земля, podobne jak niebo do ziemi.*

Еще одну семантическую группу ФЕ образуют фразеологизмы с локативным значением:

– *за тридевять земель, на краю земли* («очень далеко»);

– *земля обетованная, ziemia obiecana, ziemia mlekiem i miodem płynąca* («место, где царит изобилие и куда кто-л. мечтает попасть»).

Особую семантическую группу представляют ФЕ, имеющие значение пожелания, проклятия, волеизъявления.

Например: *пусть земля (кому) будет пухом, пусть земля поглотит, oby ci (tu) ziemia lekką była; niech ci (tu) ziemia lekką będzie, żeby święta ziemia nie nosiła*, и др.

Важно отметить, что в основе формирования фразеологических единиц и их функционирования на современном этапе лежат представления древних народов, базирующиеся на их накопленном опыте, мировоззрении, сформированное в том числе с учетом условий их быта и т.д. Так, ФЕ с опорным компонентом *земля / ziemia* также базируются на представлениях древних славянских народов о данной стихии.

В основе возникновения фразеологизма *на краю земли* лежат представления Земле, которая по форме напоминала глубокую тарелку, за краями которой, с точки зрения древних народов, находился океан. В соответствии с данными представлениями пересечение Земли поперек, от края до края, было вполне возможно. Несмотря на то, что в настоящее время имеют место иные представления о форме Земли, данное выражение используется для обозначения чего-либо, находящегося очень далеко.

Происхождение ФЕ *как сквозь землю провалился, провалиться мне сквозь землю* и т.п. связано с представлениями о том, что ад, куда попадают души усопших грешников, находится под землей; земля, таким образом, выступает как граница между двумя мирами. В современном языке данное выражение имеет значение «пропасть, бесследно исчезнуть».

Представления о земле, в соответствии с которыми последняя осмыслялась как место, где хранились денежные сбережения, нашли отражение в функционировании фразеологизма *из-под земли достать*. Так, люди хранили деньги под землей, зарывали их, чтобы сберечь от других людей во время войны, а также от стихийных бедствий. Когда крестьянин говорил барину, что у него нечем заплатить налог, подать, барин топал ногами и кричал: «Из-под земли достань да отдай!» Это было вполне понятно обоим. Аналогичные представления о земле легли в основу фразеологизма *зарыть талант в землю*. Впервые данное выражение находим в

евангелии. Так, один человек, уезжая в дальние края, собрал своих рабов и раздал им деньги (следует отметить, что «талантом» в те времена называли денежную единицу); по возвращении он узнал, что двое из его рабов удачно вложили свои деньги и получили соответствующую прибыль, а третий в целях осторожности зарыл свои деньги, не получив от них никакой выгоды. С тех пор выражение *зарыть талант в землю* применяют по отношению к человеку, который не развивает свои природные способности. Кроме того, с данными представлениями связано функционирование фразеологизма *передать земле*, поскольку, например, тело умершего закапывают в землю с целью его сохранности (а не сжигают).

С представлениями о том, что земля не принимает в свое лоно грешников, связано функционирование в русском и польском языке таких фразеологизмов, как *как его земля носит!*. Кроме того, с данными представлениями тесно связаны представления о земле как о посмертном пристанище человека. *oby ci (tu) ziemia lekką była, aby, żeby święta ziemia nie nosiła, пусть земля (кому) будет пухом, пусть земля поглотит (кого)* и др.

Возникновение фразеологизмов *быть далеким, как небо от земли, как небо и земля, podobne jak niebo do ziemi* связано с архетипическим противопоставлением верха и низа. Так, после деления космоса по вертикали небо стало связываться с местом обитания высших сил, со сферой духа, земля представляла собой место обитания людей, животных и других смертных (материальная сфера), кроме того, третьей зоной был подземный мир. Формирование данных фразеологизмов также связано с представлениями о Небе и Земле как супружеской паре, в соответствии с которыми небо символизировало мужское начало, а земля – женское.

Древние славяне с особым уважением относились к земле. Так, следы подобного отношения к рассматриваемой стихии содержатся во фразеологизмах современного польского языка *nie watr, że go święta ziemia nosi, żeby, bodaj (bogdaj) cię święta ziemia nie nosiła*, где земля именуется святой.

Известно, что выражение *земля обетованная*, *ziemia obiecana* имеет библейское происхождение. Так, Бог сказал Моисею, что приведёт евреев в «землю хорошую и просторную, где течет молоко и мед» (ср. польск. фразеологизм *ziemia mlekiem i miodem płynąca*). Первоначально так называли Палестину, однако спустя некоторое время данное выражение получило более широкое значение – «место, где царит изобилие и куда кто-л. мечтает попасть».

Таким образом, анализ фразеобразующего потенциала лексем *земля* / *ziemia* свидетельствует о том, что земля играла большую роль в жизни древних людей и воспринималась предками русского и польского народов прежде всего как «осязаемая» стихия. Об этом говорит тот факт, что большая часть ФЕ образовалась от такого значения опорного компонента, как «Верхний, поверхностный слой коры нашей планеты, а также её более глубокие слои; почва, грунт», что, в свою очередь, связано с тем, что в своем быту древние славяне сталкивались именно с землей, выступающей как поверхность, почва. Невысокий фразеобразующий потенциал остальных значений опорного компонента обусловлен невозможностью увидеть, «пощупать» границы государства, тем более – мира.

В семантике фразеологических единиц заключен жизненный опыт предшествующих поколений, особенности их мировоззрения, мировосприятия и т.д. Так, исходя из анализа семантики ФЕ с соответствующим компонентом, можно сделать вывод, что на современном этапе земля как стихия осмыслиется, прежде всего, как пригодная для сохранения чего-л., как противоположность небу, миру высших сил, как поверхность, по которой ходит человек. Кроме того, необходимо отметить, что по своей семантике ФЕ с рассматриваемым опорным компонентом в русском и польском языках во многом схожи, что во многом связано с этнической, культурной и языковой общностью соответствующих народов.

СЕКЦИЯ 6. Германские языки

ПОЛЕВАЯ СТРУКТУРА КАЧЕСТВЕННЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Д. А. Борисов

НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, Н.Новгород, Россия, di_1972@mail.ru

Имя прилагательное до сих пор остается одной из наименее изученных частей речи. Несмотря на то, что отечественными и зарубежными учеными был рассмотрен целый ряд лингвистических проблем, связанных с классом прилагательных, остаются некоторые аспекты, требующие уточнения и дальнейшей разработки. В современной лингвистической литературе отсутствует анализ класса качественных прилагательных (КП) английского языка как полевой структуры, которая включает центр (ядро), периферию, а также переходные зоны между разрядами, что позволяет подойти более дифференцировано к классификации указанных адъективных слов и адъективной лексики в целом.

Лингвистический статус КП в системе адъективной лексики предопределяется обобщенным (категориальным) грамматическим значением имени прилагательного – значением качественной признаковости предмета, которое предстает в виде дихотомии двух основных сем, соотносимых с понятием качества а) как неотъемлемой, внутренне присущей предмету и постоянной величины, фиксирующей его определенность и обуславливающей его видовую принадлежность; б) как своего рода самостоятельной (автономной) единицы, которая способна характеризовать не один, а множество предметов различной природы. [1].

Анализ языкового материала показал, что КП представляют собой неоднородные единицы с морфологической и синтаксической точки зрения. По отношению к одним прилагательным фиксируется их способность к участию в образовании степеней сравнения и свободному замещению ряда синтаксических позиций. Функционирование других ограничено

лишь позицией препозитивного определения и отсутствием степеней сравнения. Неоднородность семантических, морфологических и синтаксических особенностей КП, связана с тем, что семы категориального значения представлены неодинаково в плане содержания КП, что наводит на мысль о полевом структурировании КП.

Центр полевой структуры КП составляют истинно качественные прилагательные (ИКП), обладающие всеми характеристиками, присущими классу в целом: морфологическими (формоизменение по степеням сравнения) и функционально-синтаксическими (способность замещать ряд синтаксических позиций в предложении – препозитивного определения, предикативного определения и предикатива – и выполнять функцию качественной характеристики предмета). Выделенные характеристики в полном объеме присутствуют у прилагательных «эмпирических», обозначающих качества предметов, воспринимаемых зрительно (величина, форма, размер, цвет), обонятельно, осязательно, на вкус [2; 3]. В плане содержания ИКП категориальная сбалансированы, что и обуславливает наличие отмеченных выше характеристик..

В ходе исследования была выделена небольшая группа «эмпирических» прилагательных – предельно качественных прилагательных (ПрКП), обозначающих, по словам А.М. Пешковского, качества, которые «представляются нам абсолютными, не могущими количественно изменяться» [4], например, *dead*, *blind*, *round* и т.п. Такие прилагательные не участвуют в формообразовании степеней сравнения, так как в их плане содержания происходит ослаблением семы «автономного» качества, что обусловлено их лексическим значением. Правда, в переносном значении и под влиянием контекста прилагательные указанного типа могут «оживлять» сему «меры-количества», например: *He was so very dead, so much deader than yesterday* [5]; *All animals are equal. But some animals are more equal than others* [6].

Из приведенных примеров видно, что существует непосредственная связь между ПрКП и ИКП, обусловленная аттракцией со стороны ядра полевой структуры КП. Однако

отмеченные выше особенности детерминируют их смещение от центра полевой структуры КП. ПрКП образуют переходную зону между ИКП и неполно-качественными прилагательными (НКП).

НКП – адъективные слова, образующие периферию полевой структуры КП. Вследствие аттракции со стороны ядра полевой структуры относительных прилагательных в плане содержания НКП наблюдается дисбаланс категориальных сем, что приводит к актуализации семы внутренне присущего предмету качества. В результате некоторые НКП теряют способность выполнять ряд синтаксических функций, типичных для ИКП, так прилагательные *sheer, whole, only* могут замещать только позицию препозитивного определения, а также не принимают участия в формообразовании степеней сравнения. В именной группе НКП способны выполнять семантическую функцию классификации, характерную для традиционно выделяемых относительных прилагательных, помимо функции качественной характеристики предмета, ср. *green tea (a kind of tea which is subjected to a heating process without previous special withering and fermenting) VS green apple (an apple of this colour)*.

У НКП наблюдаются ограничения сочетаемости с существительными разных лексико-семантических групп, что не характерно для центральных единиц полевой структуры КП. НКП с точно заданной сочетаемостью образуют крайнюю периферию полевой структуры КП, формируя переходную зону с полевой структурой относительных прилагательных. К таким единицам относятся адъективные слова типа *hoarse, blonde, hazel*. Ограничения в сочетаемости фиксируются в словарных дефинициях, ср. *hoarse – having a husky, harsh, rough, or grating voice, as when affected with a cold; sounding husky, harsh, or gruff [7]*.

Как видно из словарной статьи прилагательное *hoarse* может применяться только при описании голоса человека или человека, имеющего такой голос.

Следует отметить, что функционально-семантическое поле качества, ядро которого составляют КП, пересекается с функционально-семантическим полем оценки. Оценочные

прилагательные традиционно рассматриваются как качественные, так как обладают морфологическими и синтаксическими характеристиками, присущими КП. Взаимосвязь значения качественного признака и оценки отмечается многими лингвистами (Е.М. Вольф; П.Х. Ноуэлл-Смит; Р.М. Хэри др.) С.В. Постникова отмечает, что способность прилагательных выражать оценочное значения обусловлена «автономностью» качественного признака, которая делает практически неограниченной возможность его приложения к предметам различной классной принадлежности [8]. Из этого следует, что в плане содержания истинно оценочных прилагательных (ИОП) сема «автономного» качества занимает главенствующую позицию, а сама оценка, выражаемая прилагательными, по словам Е.М. Вольф, сводится к обозначению хорошо – плохо (good – bad) [9]. Системно закрепленное значение оценки фиксируется в словарных дефинициях этих адъективных слов, ср.

Good: 1. of a high standard (one can enjoy it - оценка); 2. having the qualities that are worth praising (one can enjoy it - оценка); 3. clever or skilful (one can enjoy it - оценка); 4. strong, likely to be successful, to persuade people (one can enjoy it - оценка); 5. enjoyable, pleasant (one can enjoy it - оценка); 6. in a satisfactory condition for use; not broken, damaged, decayed, out-of-date etc (one can enjoy it - оценка); 7. healthy (one can enjoy it - оценка); 8. morally right (one can enjoy it - оценка) [7].

Bad: 1. unpleasant, harmful, or likely to cause problems (one cannot enjoy it - оценка); 2. low in quality or below an acceptable standard (one cannot enjoy it - оценка); 3. morally wrong or evil (one cannot enjoy it - оценка); 4. serious or (one cannot enjoy it - оценка) [7].

Такие адъективные слова составляют ядро полевой структуры оценочных прилагательных. Периферию образуют оценочно-качественные прилагательные (ОКП), способные выполнять как семантическую функцию оценки, так и качественной характеристики. Рассмотрим, например, прилагательное *great*, его первым системно закрепленным значением является значение «*very good, excellent*». Однако оно

также может выполнять функцию качественной характеристики предмета. Так, *great* – “*very large, impressive*” [7].

Крайняя периферия, образующая переходную зону с полевой структурой КП, формируется качественно-оценочными прилагательными (КОП). В плане содержания КОП наблюдается снижение степени актуализации семы «автономного» качества под воздействием аттракции со стороны ядра полевой структуры КП. Эта особенность отражается в словарных дефинициях КОП: первым системно закреплённым значением является качественный признак, например:

Rich: 1. *having abundant material possessions; wealthy; well-supplied*; (a person’s welfare - качественный признак); 2. *productive; fertile* (one can enjoy it - оценка); 3. *composed of valuable or costly materials or ingredients; sumptuous; highly valued; costly* (one can enjoy it - оценка); 4. *abounding in nutritive or agreeable qualities* (one can enjoy it - оценка); 5. *excessively sweet, luscious, or highly flavoured as food* (one can enjoy it - оценка); 6. *gratifying to the senses* (one can enjoy it - оценка); 7. *vivid; bright; sweet, mellow or full in tone* (one can enjoy it - оценка); 8. *highly fragrant* (one can enjoy it - оценка); 9. (*colloq.*) *very amusing; laughable; absurd* (one can enjoy it - оценка) [7].

В предложении КОП выполняют как функцию качественной характеристики, так и оценки, ср. “*He hasn’t said. Tell me, Joey – how rich is he?...*” [10] (What is his welfare?); *The rich aroma of corned beef and cabbage, wafting into her room on the heavy summer breeze from the kitchen next door, told her it was Sunday* [11] – (gratifying to the senses - one can enjoy it).

Таким образом, полевая структура КП состоит из трех разрядов, пересекающихся между собой, а также имеет зону пересечения с полевой структурой относительных прилагательных и оценочных прилагательных, состоящих в свою очередь так же из трех разрядов. Такой дифференцированный подход к рассмотрению КП дополняет традиционную классификацию имени прилагательного.

Литература

1. Борисов Д.А. Развитие адъективной лексики (на материале английских отсубстантивных суффиксальных прилагательных): дис...канд. филол. наук / Д.А. Борисов. Н.Новгород, 2005. 140 с.
2. Виноградов В.В. Русский язык (грамматическое учение о слове) / В.В. Виноградов. М.-Л.: Учпедгиз, 1947. 784 с.
3. Шрамм А.Н. Очерки по семантике качественных прилагательных / А.Н. Шрамм. ЛГУ. – Л., 1979. 134 с.
4. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении / А.М. Пешковский. – М.: Учпедгиз, 1956.- 512 с.
5. Rice A. Violin / A. Rice. Arrow Books, 1998. 367 p
6. Orwell G. Animal Farm / G. Orwell. М.: Цитадель, 2001. 144 с.
7. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language – dilithium Press, Ltd., 1994.
8. Постникова, С.В. Разряды прилагательных в современном немецком языке: дис... докт. филол. наук: / С.В. Постникова. - Н. Новгород, 1992. – 441 с.
9. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. - Изд. 2-е, доп. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.
10. Steinbeck J. The Winter of Our Discontent / J. Steinbeck. – М.: Высшая школа, 1985.– 271 с.
11. Robbins H. The Carpetbaggers / H. Robbins. – A Four Square Book, 1963. – 633 p.

АППЛИКАЦИЯ И МУТАЦИЯ АСПЕКТУАЛЬНЫХ СВОЙСТВ ПРЕТЕРИТА В РОМАНЕ М. А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА» В ЕГО ПЕРЕЛОЖЕНИИ НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

Н. Ф. Муртазина, О. А. Данилина

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск, Россия,
olesjadanilina@mail.ru*

Аспектуальность (от лат. *Aspectus* - внешний вид, облик) - система морфологических, словообразовательных, синтаксических, лексических, лексико-грамматических и др. средств, служащих для передачи характера протекания и распределения действия во времени. [8] В русском языке аспектуальность образует функционально-семантическое поле, в основе которого лежит грамматическая категория глагольного вида.

В. В. Виноградов определяет вид как категорию, обозначающую действие в отношении к его пределу: основным признаком совершенного вида является признак предела действия, достижения цели, результата, отсутствие представления о длительности действия, а основным значением несовершенного вида является выражение действия в его течении, без представления о пределе процесса в целом. [6]

По мнению А.И. Фефилова, «более убедительная интерпретация понятий «предельности/непредельности» дается в работах аспектолога Б.М. Балина». Он говорит о том, что «предельными следует называть глаголы, которые вне контекста, в своем главном значении содержат указание на внутренний предел, который преодолевается или достигается. Согласно такому подходу, «все глаголы совершенного вида предельны», а «непредельными в русском языке могут быть только глаголы несовершенного вида». [7]

В немецком же языке отсутствует грамматическая категория вида. Г. Хербиг отмечает, что видовое значение в немецком языке передается через семантику глагола. [11] Е.В. Болотова пишет о том, что для передачи совершенного и несовершенного видов в немецком языке используются:

лексические индикаторы, определенные синтаксические конструкции.[9]

Таким образом, языки «изыскивают те способы и средства, которые свойственны структуре данного языка».[10]

Стоит разделять вид и способ действия глаголов. Способ действия (способ глагольного действия, совершаемость, Aktionsart), тип модификации глагольного действия, выраженный определенными словообразовательными средствами (приставками, суффиксами, комбинацией приставки и суффикса или приставки и постфикса).

На основе анализа глаголов в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» было выделено четыре основных способа действия глаголов: результативность, дуративность, инхоативность и лимитативность.

Результатив - одна из аспектуальных категорий глагола, выражающая состояние (субъекта или объекта ситуации), наступившее после достижения ситуацией естественного предела. [3]

Дуратив - содержательный тип глагола, обозначающий протекающее действие, не указывающий при этом предела. [4]

Инхоатив - вид, обозначающий начало действия (процесса) или его становление. В русском языке включается в категорию совершенного вида, почему и называется начинательным (инцептивным) подвидом совершенного вида. [1]

Лимитатив - один из аспектуальных показателей, обозначающих свернутую информацию, превращенную в ограниченный отрезок. [5]

В переводе этого романа на немецкий язык Т. Решке «Der Meister und Margarita» было выделено два наиболее употребительных способа глагольного действия: результативность и дуративность.

На основе структурных особенностей русскоязычного претерита и его переводного варианта на немецкий язык были определены четыре типа аспектуальных соотношений:

1. Аппликация (полное соотношение аспектов) (*всхлипнул*[2,с.187] – *aufschluchzte*[12, с.247] – результативность = результативность)

2. Дотация (дополнение исходной позиции новым компонентом) (*ввели* [2,с.23] – *brachten geführt* [12,с.25] – результативность результативность с интенсификацией)

3. Мутация (изменение исходного аспекта) (*заговорил* [2,с.24] – *sagte*[12,с.27] – инхотативность дуративность) \Rightarrow

4. Редукция (сокращение исходных компонентов) (*начал преследовать* [2, с.22] – *verfolgte* [12, с.24] – инхотативность +дуративность дуративность)

В данной работе будут рассмотрены два типа аспектуальных соотношений: аппликация и мутация.

Аппликатив (аппликативный вид, аппликативная форма, благоприятствующий вид) англ. applicative, applied (accomodative) aspect, фр. applicatif, нем. Applikativ, исп. aspecto aplicativo. В некоторых кавказских, африканских и др. языках производная форма глагола, придающая данному глагольному действию значение благоприятствования объекту. [1] В данной работе как аппликацию мы определяем совпадение способов глагольного действия в романе М.А. Булгакова и его переводе. Аппликация проявляется в глаголах, обозначающих в претерите дуратив, то есть процесс действия без обозначения начала и конца. Эти действия связаны в основном с глаголами восприятия и говорения (т.е. понятийными глаголами, связанными с чувствами и разумом), например,

Более всего на свете прокуратор ненавидел запах розового масла, и все теперь предвещало нехороший день, так как запах этот начал преследовать прокуратора с рассвета. [2, с.22] - Nichts auf der Welt verabscheute der Prokurator so sehr wie den Geruch von Rosenöl, und jetzt stand ein schlechter Tag zu erwarten, denn dieser Geruch verfolgte ihn schon seit Tagesanbruch. [12, с.24]

Крысобоя вообще все провожали взглядами, где бы он ни появлялся, из-за его роста, а те, кто видел его впервые, из-за того еще, что лицо кентуриона было изуродовано: нос его

некогда был разбит ударом германской палицы. [2, с.24] - *Überhaupt blickte man ihm stets nach, wo immer er sich zeigte, seines Riesenwuchses wegen, und wer ihn zum erstenmal sah, tat es auch deshalb, weil sein Gesicht verunstaltet war.*[12, с.26]

Секретарь **думал** теперь только об одном, верить ли ему ушам своим или не верить.[2, с.29] - *Der Sekretär dachte nur noch darüber nach, ob er seinen Ohren trauen sollte oder nicht.* [12, с.33]

Но он **знал**, что и это ему не поможет. [2, с.24] - *Allein, er wußte, das würde ihm nicht helfen.* [12, с.26]

На следующем месте аппликации стоит результативный аспект, который в претерите чаще реализует движение и говорение, например,

И сейчас же с площадки сада под колонны на балкон двое легионеров ввели и **поставили** перед креслом прокуратора человека лет двадцати семи. [2, с.23] - *Als bald brachten zwei Legionäre einen Mann von vielleicht siebenundzwanzig Jahren von der Gartenterrasse her zum Balkon in der Mitte des Säulengangs geführt und stellten ihn vor den Sessel des Prokurators hin.*[12, с.25]

Африканец кинулся было подбирать осколки и затирать лужу, но прокуратор махнул ему рукою, и раб **убежал**. [2, с.318] - *Der Afrikaner wollte hastig die Splitter auflesen und die Lache wegwischen, aber der Prokurator winkte ihn weg, und da lief der Sklave davon.* [12, с.421]

Я точно не знаю, – живо **ответил** арестованный. [2, с.25] - *"Das weiß ich nicht genau", antwortete der Gefangene lebhaft.* [12, с.28]

При этом внутри аппликации действуют те же самые типы аспектуального взаимодействия. Внутренняя аппликация представлена большей частью префиксами и их одинаковыми значениями в русском и немецком языках. Например,

В числе прочего я говорил, – **рассказывал** арестант, – что всякая власть является насилием над людьми и что настанет время, когда не будет власти ни кесарей, ни какой-либо иной власти. [2, с.34] - *"Ich habe ihm unter anderem gesagt", erzählte der Arrestant, "daß von jeder Staatsmacht den Menschen Gewalt*

geschehe und daß eine Zeit kommen werde, in der kein Kaiser noch sonst jemand die Macht hat.[12, с.40]

*Пилат **выкрикивал** слова и в то же время слушал, как на смену гулу идет великая тишина.*[2, с.44] - *Pilatus **schrie** diese Worte **hinaus** und hörte, wie an Stelle des Gemurmels tiefe Stille trat.*[12, с.54]

В качестве дотации на формальном уровне выступает возвратная частица *sich* и приставки. Например,

*Прокуратор при этом сидел как каменный, и только губы его **шевелились** чуть-чуть при произнесении слов.* [2, с.23] - *Der Prokurator saß reglos wie aus Stein, nur seine Lippen **bewegten sich** ein wenig, indes er sprach.* [12, с.25]

*Секретарь **думал** теперь только об одном, верить ли ему ушам своим или не верить.*[2, с.29] - *Der Sekretär **dachte** nur noch darüber **nach**, ob er seinen Ohren trauen sollte oder nicht.*[12, с.33]

Мутация прослеживается в изменении дополнительного к результативности аспектуального компонента фреквентативности (неоднократности действия) на чистую результативность и в снижении интенсификации действия, заложенной в семантике глагола. Например,

*Пилат **выкрикивал** слова и в то же время слушал, как на смену гулу идет великая тишина.* [2, с.44]. - *Pilatus **schrie** diese Worte **hinaus** und hörte, wie an Stelle des Gemurmels tiefe Stille trat.*[12, с.54] В этом примере глагол «выкрикивал» помимо результата действия содержит элемент повторяемости действия, благодаря суффиксу –ива-. Его переводной вариант глагол «*hinausschrie*» содержит только аспектуальное свойство результативности.

*... и Пилат указал вдаль направо, туда, где в высоте **пылал** храм...*[2, с.40] - *Pilatus wies nach rechts in die Ferne, wo hoch droben der Tempel **leuchtete**.*[12, с.48] Глагол «пылать» содержит более интенсивное действие в своей семантике, в то время как глагол «*leuchten*» - более нейтральный (светить).

Второй тип аспектуальных соотношений – мутация. Мутация англ. sound-shift(ing), фр. mutation, нем. Mutation, исп. mutación. То же, что изменение внезапное. Изменение англ.

change, фр. changement, нем. Wandel, Veränderung, исп. cambio, mutación. Разнообразные процессы преобразования или утраты существующих элементов и возникновения новых, непрерывно осуществляющиеся как в звуковой стороне (выражении, обозначающем) составляющих язык единиц, так и в их содержании (значении, обозначаемом). Изменение моделей словосочетания.[1]

Мутация ориентируется в основном на смену результативности дуративностью. В ней участвуют глаголы зрительного восприятия и говорения, глаголы действия, связанные с перемещением объектов действия в пространстве и перемещением или манипулированием вещами. Например,

*Не удержавшись от болезненной гримасы, прокуратор искоса, бегло **проглядел** написанное, вернул пергамент секретарю и с трудом проговорил...[2, с.22] - Der Prokurator **überflog** es flüchtig, wobei er eine schmerzliche Grimasse nicht unterdrücken konnte, dann reichte er es dem Sekretär zurück und sagte mühsam...[12, с.24]*

*Крысобою **вынул** из рук у легионера, стоявшего у подножия бронзовой статуи, бич и, несильно размахнувшись, ударил арестованного по плечам. [2, с.24] - Marcus Rattenschlächter führte den Gefangenen aus dem Säulengang in den Garten, **nahm** dem Legionär, der zu Füßen einer Bronzestatue stand, die Peitsche aus der Hand und schlug sie, ohne sonderlich auszuholen, dem Arrestanten um die Schultern.[12, с.27]*

*Тут прокуратор поднялся с кресла, **сжал** голову руками, и на желтоватом его бритом лице выразился ужас. [2, с.28] - Da erhob sich der Prokurator von seinem Sessel, **preßte** den Kopf in die Hände, und sein glattrasiertes gelbliches Gesicht spiegelte Verstörtheit.[12, с.32]*

Также часто инхоативность мутирует в дуративность.

*Прокуратор вытянул шею, и глаза его **заблестали**, выражая радость. [2, с.319] - Er reckte den Hals, und seine Augen **glänzten** vor Freude. [12, с.422]*

Иногда в дуративность мутирует лимитативность.

Tom помолчал, потом тихо спросил по-арамейски...[2, с.23] - Dieser schwieg, dann fragte er leise auf aramäisch...[12, с.25]

Переводчик использует дуративные глаголы и тем самым меняет аспектуальные свойства глагола, акцентируя внимание на семантических свойствах глагола. Исходные аспектуальные свойства он дотирует контекстуальными компонентами, но чаще происходит редукция компонентов результативности. Предполагаем, что это обусловлено отсутствием в немецком языке глаголов такого типа. И переводчик делает упор на семантику, чтобы сохранить красочный мир М.А. Булгакова.

Таким образом, в переводе романа «Мастер и Маргарита» на немецкий язык исходный претерит большей частью апплицируется, в результате чего сохраняются содержание и смысл текста. Однако нередко переводчик прибегает к мутациям аспектуальных свойств русскоязычного претерита. Это связано, как нам кажется, со стремлением автора перевода сохранить богатство семантической палитры глаголов, использованных М.А. Булгаковым, и донести его до немецкого читателя.

Список литературы

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. - 2-е изд., стер. - М : УРСС : Едиториал УРСС, 2004. - 571 с.
2. Булгаков М.А. Мастер и Маргарита: Роман. Рассказы. – М.: Изд-во Эксмо, 2008. – 672 с. (Русская классика)
3. Маслов, Ю.С. Результатив, перфект и глагольный вид // Типология результативных конструкции / Под ред. В. П. Недялкова. — Л.: Наука, 1983. — 262 с.
4. Словарь иностранных слов.- Комлев Н.Г., 2006.
5. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. — Назрань: Изд-во "Пилигрим". Т.В. Жеребило. 2010.
6. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов: Пособие для учителя. — Изд. 3-е, испр. и доп. — М.: Просвещение, 1985. — 400 с.

7. Фефилов А.И.. Конфронтативная морфотематика русского и немецкого языков (когнитологическое исследование). Монография. Ульяновск, 2009. - 323 с.
8. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева — 2-е изд. — М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. — 685 с.: ил.
9. Болотова Е.В. Учебно-методический комплекс по курсу «Сравнительная типология немецкого и русского языков» [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-156916.html>
10. Коновалова О.А. "Категория результативности и специфика её проявления в ЛСП зрительного и слухового восприятия": автореф. дис. ... канд. филолог. наук /Коновалова О.А. [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/kategoriya-rezultativnosti-i-spetsifika-ee-proyavleniya-v-leksiko-semanticheskom-pole-zritel>
11. Рахманкулова, И.Э.С. К вопросу о теории аспектуальности [Электронный ресурс]/Вопросы языкознания.- 2004. №1/Режим доступа: http://files.istorichka.ru/ftp/Periodika/Voprosy_Jazykoznanija/2004/2004_1.pdf
12. Michail A. Bulgakov: Der Meister und Margarita. Verlag Kultur und Fortschritt, Berlin 1968. (die Übersetzung von Thomas Reschke)//[Elektronische Quelle]

**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ДЕТАЛЬ
КАК ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ ОПЕРАТОР
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА
(НА МАТЕРИАЛЕ РАЗНОЖАНРОВЫХ
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ О. УАЙЛЬДА)**

Н. В. Кистян

*Севастопольский национальный технический университет,
Севастополь, Украина, natalielukianchuk@gmail.com*

Актуальность работы обусловлена общей направленностью исследований по семантике художественного текста на углубленный анализ выразительных и изобразительных средств художественной речи с целью выявления скрытых смыслов. Комплексный подход к изучению художественной детали дает возможность определить ее роль в текстопорождении и формировании образов.

Цель статьи – определить роль деталей в осуществлении композиционной функции в разножанровых текстах английского писателя О. Уайльда.

Художественная деталь (ХД) в общем смысле понимается как «отдельный фрагмент информации или факт о чем-то, или незначительные подробности о качестве чего-то, которые видны только при придирчивом рассмотрении» [1, р. 375]. В русле формальной поэтики ученые, применяя инструменталистский подход, видели в ХД инструмент создания художественности текста. В частности В.Б. Шкловский считал, что ХД могут влиять на сюжет (точнее, что детали являются узловыми моментами сюжета произведения) [7, с. 56-69]. В свете структурного подхода, рассматривающего художественный текст как систему, ХД трактуется как структурный элемент, неотъемлемая составляющая этой системы, как содержательная единица, способствующая воспроизведению авторского намерения. В русле структурно-семиотической поэтики художественную деталь стало возможным рассмотреть не только в качестве участника формирования ткани художественного текста, но и как участника процесса текстовосприятия. С развитием лингвопоэтики, дисциплины,

изучающей не только формальную, но и содержательную сторону произведения [4, с. 9], исследователи начинают уделять особое внимание не только явлению художественной детали как категории текста, но и ставят вопрос о разграничении таких понятий, как художественная деталь и подробность, до сих пор не получивших однозначного толкования.

О сложности и многогранности художественной детали свидетельствует существование целого ряда её классификаций.

Несомненный интерес представляет типология детали В.А.Кухаренко. Ученая классифицирует детали по функциональному признаку на изобразительные, уточняющие, характерологические и имплицитные [3].

Более широкий филологический подход к проблеме детали предлагает М.А. Березняк. Исходя из лингвистического аспекта порождения образа, который возникает в связи с выдвиганием языковой единицы, реализующей деталь в тексте, М. А. Березняк называет деталь “минимальным коммуникативно-значимым элементом его структуры, способным индуцировать неделимый образ благодаря специфике своего положения в сообщении как иерархии структур” [2, с. 8]. По мнению исследовательницы, особенности функционирования детали зависят от специфики актуализации словесного материала, формирующего деталь, и от той роли, которую играет деталь в иерархичной образной системе текста. Сочетание семантических и функциональных параметров позволяет разграничить три типа детали:

Констатирующая деталь: Реализуется языковыми единицами в узуальном значении. Создает эффект достоверности.

Имплицитная деталь: Характеризуется одновременной актуализацией более чем одного значения лексической единицы. Неоднозначность языкового оформления воспринимается симультанно и независимо от того, повторяется ли деталь. Глубинный смысл – импликация.

Репрезентирующая деталь: Объединяет элементы текста, которые одновременно реализуют не менее двух значений языковой единицы: узуальное, зафиксированное в словаре, и

текстовое, реализуемое только в данном тексте. Восприятие детали проходит две стадии: семантическую стадию понимания, в которой ведущую роль играют парадигматические и синтагматические функции, и семиотическую стадию узнавания, опирающуюся на текст. Глубинный смысл – подтекстовая информация.

Особый интерес для исследования представляет функционально-семантическая классификация художественных деталей в новой когнитивной парадигме, предложенная И. А. Щировой. Эстетический потенциал детали в упомянутой классификации связывается с характером семантической трансформации языковых единиц, составляющих вербальную форму ХД в художественном тексте и делятся на две группы: констатирующие и имплицитные художественные детали [8, с. 75].

На выбор деталей, формирующих подтекст, влияет творческая индивидуальность автора, время и условия создания произведения. Сопрягаясь с денотативным значением слова коннотации формируют глубинный подтекст. Деталь начинает обозначать “скрытый смысл”.

В ходе прочтения текста читатель использует запрограммированную автором актуализацию средств текстопостроения. Наше исследование направлено на выявление и изучение некоторых запрограммированных продуцентом средств текстопостроения, которые способствуют усмотрению и построению определенных социально адекватных смыслов и метасмыслов конкретного произведения в процессе мыследействия или, вернее, выводят к ним.

Так, например, в процессе анализа примеров фрагментов разножанровых художественных текстов О. Уайльда нами было отмечено, что особую роль в организации художественного пространства выполняют такие художественные детали, как окно (*window*) и дверь (*door*). На наш взгляд данные художественные детали являются границей не только пространства в прямом его значении, но границей реального и нереального, тем самым усиливая смысловую импликацию художественной ткани текста, становясь границами смыслового

пространства текста. Рассмотрим это на примерах. Так, в романе «Портрет Дориана Грея» (The Picture of Dorian Gray), точнее, в самом начале романа, ХД дверь представляет пограничное пространство, двери не закрыты, а потому пространство не является полностью «замкнутым». Между одними из главных персонажных образов (ПО) (Лордом Генри и художником Безилом Холлуордом, создателем рокового портрета) еще нет секретов, нет противоречий и ревности. И, как в подтверждение этого, в описании интерьера деталь дверь открыта – и символически открыто пространство между персонажными образами и окружающим миром, фрагмент получает аксиологически позитивную оценку:

“The studio was filled with the rich odor of roses, and when the light summer wind stirred amidst the trees of the garden there came through the open door came the heavy scent of the lilac, or the more delicate perfume of the pink-flowering thorn” (5, p.79).

Затем происходит знакомство Лорда Генри и Дориана, юноша впечатлён словами Лорда о молодости и красоте, об их скоротечности, выбегает в сад, за ним выходит Генри, в саду, не смотря на просьбу художника не оказывать дурного влияния на мальчика, и все-таки меняет что-то в душе Дориана, но еще не окончательно склоняет на свою сторону: ведь с Лордом Дориан только познакомился, но это знакомство стало необычным для него, а художник – старый друг. Художник появляется на пороге, и зовет их обратно. Два пространства сталкиваются впервые:

“Suddenly the painter appeared at the door of the studio, and made staccato signs for them to come in” (5, p.106).

Лорд Генри и Дориан возвращаются в студию, художник показывает им готовый портрет. Дориан видит себя на портрете как в зеркале, и его красота становится для него очевидной, и вместе с этим открытием до него начинает доходить весь смысл слов Генри о красоте и молодости и о тех возможностях, которые они дают своему обладателю. Дориан произносит роковые слова, тем самым шокирует и глубоко ранит художника: раньше Дориан не был таким. Лорд Генри все-таки взял верх над художником и подчинил себе юношу. Дориан уже никогда не будет прежним. И никто не будет прежним. Лорд Генри и

Дориан покидают студию Безила вместе. Но переход Дориана с лордом Генри из одного пространства в другое символизирует больше, чем просто перемещение персонажей в пространстве – это выбор пути, решения с кем тебе по дороге:

“As the door closed behind them, the painter flung himself down on sofa, and a look of pain came into his face ”(5, p.114). - Аксиологически негативная оценка, закрытая дверь служит индикатором негативной оценки последующим событиям.

Рассмотрим еще один пример, взятый из того же романа, где фигурирует ХД пространства дверь:

“... as he unlocked the door that opened into the room that was to keep for him the curious secret of his life and hide his soul from the eyes of men ” (5, p.224).

Здесь данная деталь интерьера стала символом тайны – то, что нельзя знать другим должно быть в тайне – за закрытой дверью.

В текстовом фрагменте из сказки «Кентервильское привидение» (The Canterville Ghost) художественная деталь «дверь» является не только эксплицированной границей между комнатой и коридором, но и импликацией границы между реальным художественным миром нынешнего хозяина замка и миром теней, где обитает призрак бывшего хозяина замка:

“He put on his slippers, took a small oblong phial out of his dressing case, and opened the door. Right in front of him he saw, in the wan moonlight, an old man of terrible aspect ” (5, p 42).

ХД с имплицитным значением границы, черты, разделяющей художественные пространства служит деталь замкнутого пространства «окно» (the window). В сказке «Кентервильское привидение» именно на окне написаны стихи, ставшие ключом к освобождению души Сера Симона и ее успокоения:

“ ‘Have you ever read the old prophecy on the library window?’

‘Oh, often,’ cried the little girl, looking up, ‘I know it quite well. It is painted in curious black letters, and it is difficult to read’ ... ”(5, p. 62).

Границей миров реального и нереального становится окно

в маленькой комнате замка, где найдены кости несчастного сэра Симона. Близнецы, пытаясь разобраться, в какой части здания находится секретная комната, выглядывают из окна и удивленно обнаруживают, что расцвело старое миндальное дерево:

“ ‘Hullo!’ Suddenly exclaimed one of the twins, who had been looking out of the window to try and discover in wing of the house the room was situated. ‘Hullo! the old withered almond-tree has blossomed’ ” (5, p.68).

Окно в произведениях О.Уайльда отгораживает комнату от внешнего пространства (реализуя свое прямое значение), и является источником прекрасного, загадочного сияния, освещает закрытое пространство - помещение, комнату и т.д.:

“And now and then the fantastic shadows of birds in flight flitted across the long tussore-silk curtains that were stretched in front of the huge window, producing a kind of momentary Japanese effect, and making him think of those pallid jade-faced painters who, in an art that is necessarily immobile, seek to convey the sense of swiftness and motion ” (5, p.78-79).

Или становится источником преобразования ПО:

“And lo! through the painted windows came the sunlight streaming upon him, and the sunbeams wove round him a tissued robe that was fairer than the robe that had been fashioned for his pleasure. The dead staff blossomed, and bare lilies that were whiter than pearls. The dry thorn blossomed, and bare roses that were redder than rubies. Whiter than fine pearls were the lilies, and their stems were of bright silver. Redder than male rubies were the roses, and their leaves were of beaten gold” (6, p. 106).

Таким образом можно сделать вывод о том, что выполняя свою первоначальную функцию – формирование пространства художественного текста, такой тип художественных деталей осуществляет и композиционную функцию, оказывая влияние на динамику сюжета, систему персонажей и характер повествовательной перспективы.

Литература

1. Iser W. The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response / W. Iser. -Baltimore L.: The John Hopkins Univ. Press, 1978.

2. Березняк М.А. Типы и функции художественной детали в англоязычной прозе. Автореф....к.ф.н / М. А. Березняк. – Одесса, 1985. – 18 с.
3. Кухаренко В.А. Интерпретация текста / В.А. Кухаренко. – М.: Просвещение, 1988.
4. Липгарт А. А. Основы лингвопоэтики. / А. А.Липгарт— М.: «Диалог-МГУ», 1999.
5. Уайльд О. «Избранные произведения» В двух томах (на англ. яз.) Т.1 / О. Уайльд. – М.: Прогресс, 1979.
6. Уайльд О. «Сказки» (на англ. яз.) издание второе / О. Уайльд. – М.: Прогресс, 1979.
7. Шкловский В. Б. Техника писательского ремесла / В.Б. Шкловский. - М. - Л.: Молодая гвардия, 1927.
8. Щирова И.А. Психологический текст: деталь и образ / И .А. Щирова. - Филологический факультет Санкт-Петербургского Государственного университета, Санкт-Петербург, 2000.

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
ИЗУЧЕНИЯ ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ
ОБЩЕНИЯ В СТРУКТУРЕ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ
В СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЯХ**

О. Е Носова, Л. Ю.Жуковская

*ФГОУ ВПО Уфимский государственный авиационный университет,
г. Ишимбай, Россия, Nosova.oxana10@yandex.ru*

Целью данной работы является рассмотрение проблематики, связанной с личностью говорящего. В современных лингвистических исследованиях языковая личность выступает центральным системообразующим звеном коммуникативного процесса.

Среди существующих трактовок к пониманию и структуризации языковой личности выделяются работы А.А. Залевской (2000), Ю.Н. Караулова (1999), В.И. Карасика (2002),

В.В. Красных (2001), В.А. Масловой (2001). Под языковой личностью в настоящее время понимают «любого носителя того или иного языка, охарактеризованного на основе анализа произведённых им текстов с точки зрения использования в этих текстах системных средств данного языка для отражения видения им окружающей действительности и для достижения определённых целей в этом мире» [2, 156]. В рамках межкультурной коммуникации языковая личность определяется как национально-специфический тип коммуниканта, обладающий культурно обусловленной ментальностью, картиной мира и системой ценностей, придерживающийся определенных когнитивных подходов, языковых, поведенческих и коммуникативных норм и потенциально способный к межкультурной трансформации [6, 101].

Лингвисты подчеркивают сложность структуры языковой личности. В структурной организации языковой личности, предложенной Ю.Н. Карауловым, выделяются три уровня: нулевой, или вербально-грамматический, или грамматический и лексико-семантический, или структурно-системный; первый, или когнитивный, или лингвокогнитивный, или тезаурусный; второй, или мотивационный, или прагматический [2, 156].

В настоящей работе структура языковой личности рассматривается с точки зрения С.В. Ивановой (2004). Автор несколько иначе видоизменяет характеристику соотношения уровней в структуре языковой личности, при этом указывая, что культурологически маркированными оказываются единицы каждого уровня, и механизмом, осуществляющим эту маркированность, является культурологическая компонента [1, 27-30]. Первый уровень - структурно-семантический (уровень владения единицами языковой системы), на котором язык и культура переплетены настолько тесно, что выступают как единый комплекс, как культурно-языковой код, обеспечивающий доступ к эффективной коммуникации [1, 28]. Второй – лингвокогнитивный, уровень владения когнитивными механизмами языка, третий – прагматико-экстралингвистический, который предполагает владение культурной базой, обеспечивающей реализацию

коммуникативных потребностей личности [1, 29]. Несомненный интерес для данного исследования представляют вопросы, касающиеся последнего уровня, включающего в себя пресуппозицию, паралингвистические средства, мотивационную базу говорящего [1].

Под пресуппозицией в глобальном смысле понимают фонд знаний, которым обладает любой говорящий на данном языке, общий опыт, общие предварительные сведения, которыми обладают коммуниканты [4, 104]. В трактовке Ю.Н. Караулова пресуппозиция рассматривается как «фонд национальной памяти» [2, 99] и значит, является «частью культурного наследия» [1, 29]. Стратегическое планирование коммуникации также относят к пресуппозиции, поскольку требования к осуществлению коммуникации входят в общий фонд знаний, и эти требования в лингвистике известны как речевое поведение. Культурологическая маркированность речевого поведения подтверждена большим количеством исследований в этой области.

Лингвокультурологи подчеркивают деятельностный характер и языка, и культуры, который обуславливает их взаимосвязь на уровне целеполагания. «Целеполагание – это то общее, что позволяет говорить о взаимодействии языка и культуры» [7, 36]. В свою очередь, сочетание целеполагания и потребности высказывания создает мотивационную базу. С позиций лингвокультурологии мотивационная база представляет интерес с нескольких точек зрения (см. Иванова 2004, Иссерс 2002, Красных 2002). «Лингвокультурологическое исследование может быть сфокусировано на определении доминантных мотивов для вступления и осуществления коммуникации членами определённого лингво-культурного сообщества» [1, 103]. Кроме этого, культурологическая маркированность мотивационной базы может быть выявлена при сопоставлении принципов вежливого общения и ряда мотивов, т.к. сама «мотивационная база коммуникации складывается под влиянием правил вежливого общения» [1].

Паралингвистические средства относят к коммуникативной подсистеме. «Неязыковые средства,

непосредственно участвующие в коммуникации, и есть те паралингвистические условия, которые вплетаются в языковое общение» [3, 18]. В области лингвокультурологии исследуется национальная специфика паралингвизмов в процессе коммуникации. «На функционирование и роль паралингвизмов в общении смотрят с позиций их обусловленности традициями этнокультуры, системы национальных ценностей, этнокультурных этикетных ограничений, понятности / непонятности для участников межкультурной коммуникации и т.д.» [8, 182].

Рассмотрению предлагается ситуация, в которой паралингвизм «молчание» обусловлен общекультурными нормами, существующими поведенческими рекомендациями в соответствии с правилами речевого этикета, который, как известно, базируется на принципе вежливости. Как правило, это ситуации институционального типа с четко прописанными нормами поведения. Во время заседания Совета директоров поступает сообщение о смерти президента банка мистера Россели:

E.g. On a small silver tray it was a single sheet of paper, folded. The vice-president accepted the paper, unfolded and read it. After a pause he rose to his feet and waited while conversation around the luncheon table quietened. "Gentlemen". Patterton voice quavered. "I grieve to inform you that our beloved president, Ben Rosseli, died a few minutes ago". Soon after, by mutual consent and without further discussion, the board meeting was abandoned [9, 136].

В условиях институционального общения от коммуниканта требуется точное исполнение своей роли. Молчание, в знак уважения к умершему человеку в условиях социального общения в англо-американской среде, нужно рассматривать как коммуникативную норму, зарегистрированную в словарях: *one – minute / two minute silence - a period of time in which everyone stops talking as a sign of honour and respect towards someone who has died [LDCE]*, или *silence – a period of time when no one speaks / a moment of silence [MED]*. Так, в данном примере коммуникативное поведение говорящего и слушающих является строго нормативным и носит

ритуальный характер. Паралингвистические средства: поза говорящего (вице-президент произносит сообщение, стоя в знак почтения перед президентом банка), пауза перед сообщением о смерти, дрожащий (*quaver*) голос, - всё это соответствует регламентированному поведению. Построение речевого высказывания отвечает требуемой официальности и ритуальности *to grieve to inform (to grieve – to feel extremely sad, especially because someone you love died (LDCE))*. Соответственно, молчание директоров означает не только прекращение дискуссии: молчание носит ритуальный характер в данной типизированной ситуации. Собеседники выбирают адекватную форму выражения своего коммуникативного намерения в зависимости от параметров ситуации общения, учитывая правила вежливого речевого общения.

Анализ языкового материала подтверждает мысль о том, что исследование коммуникативного поведения в совокупности вербальных и невербальных средств коммуникации непосредственно обусловлено функциональной стороной языковой личности. По справедливому высказыванию В.А. Лабунской, «прогресс в изучении невербального поведения состоит в рассмотрении его как компонента межличностного общения, позволяющем создать облик действующего лица, раскрыть его внутреннее содержание во внешнем действии. Невербальное поведение вплетено во внутренний мир личности, что дает возможность оценивать (анализировать) его как целостную личностную характеристику» [5, 4].

Таким образом, изучение паралингвистических средств общения в русле лингвокультурологии будет концентрироваться на прагматико – экстралингвистическом уровне в организации языковой личности (принимаемый термин «прагматико-экстралингвистический» подчёркивает его отличие от языковой прагматической парадигмы). Следовательно, к перспективам лингвокультурологического анализа процесса коммуникации предлагаем отнести вопросы, раскрывающие проявления человека говорящего в стратегическом планировании коммуникации, во владении им общим фондом знаний, в поиске специфических этнокультурных норм

паралингвистических средств, в выявлении мотивов, побуждающих говорящего к использованию той или иной речевой тактики.

В заключение необходимо отметить, что соотнесение языковых данных с проблематикой языковой личности представляется несомненно перспективным, поскольку «личность может быть представлена как квинтэссенция этнокультурного/национального дискурса, реализующего этнокультурный контекст, то есть совокупность национально и культурно детерминированных доминант, сопряжённых с национальным характером и/или менталитетом и «опредмечивающих» его» [1, 41].

Литература

1. Иванова С.В. Лингвокультурология и лингвокогнитология: сопряжение парадигм: Учебное пособие. – Уфа: РИО БашГУ, 2004. – 152 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 262 с.
3. Колшанский Г.В. Паралингвистика. Изд. 2-е, доп. – М.: КомКнига, 2005. – 96 с. (Лингвистическое наследие XX века.)
4. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?. – М.: ИТДПК «Гнозис», 2003. – 375 с.
5. Лабунская В.А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). Ростов-н/Д: РГУ, 1986, - 136 с.
6. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: Монография. – Москва: Гнозис, 2005. – 352 с.
7. Смирнова Т.В. Языковая личность в контексте проблемы «Язык и культура» // Языковая личность: Лингвокультурология. Лингводидактика. Лексикография / Под редакцией профессора В.В. Воробьева, профессора Л.Г. Саяховой / Издание Башкирского государственного университета. – Уфа 2001. - С. 15-39.

8. Чанышева З.З. Этнокультурные основания лексической семантики: Монография. – Уфа: РИО БашГУ, 2004. – 256 с.
9. Hailey A. The Moneychangers. Pan Books, Cavaye Place, London SW10 9PG, 1989. – 476 p.

Список лексикографических источников

LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English – Pearson Education Limited, 2007. – 1950 p.

MED – Macmillan English Dictionary for advanced learners. International student edition. – Oxford: Macmillan Publishers Ltd, 2002. – 1692 p.

СЕКЦИЯ 7. Классическая филология, византийская и новогреческая филология

АВТОРСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ

И. К. Уристемова

*Казахский гуманитарно-юридический университет, г. Астана,
Казахстан, INDIRA21_KK@MAIL.RU*

Целью данной статьи являются ответы на вопросы: что такое авторский неологизм, чем он отличается от собственно неологизмов, какова его роль в языке, и актуальность его изучения.

Современное общество движется вперед, и с развитием науки, культуры и техники становится необходимым появление новых слов и выражений для наименования новых понятий. Ведь, по подсчетам ученых, объем знаний, которыми располагает человечество, удваивается каждые десять лет. Конечно, для обозначения новых предметов и явлений нужны новые средства языка. Их анализом и отбором занимается новая наука неология. Она изучает те сферы языка, в которых образуется больше всего новых слов и выражений -

неологизмов. Также выявляет факторы, обуславливающие их создание./3;3/.Так как данная научная дисциплина сложилась недавно, существуют разные определения неологизма, но, на наш взгляд, более точно его раскрывают следующие определения:

1) Неологизм - это новообразование, т.е. вновь созданные на материале языка, в полном соответствии с существующими в языке словообразовательными моделями слова или словосочетания, обозначающие новое, ранее неизвестное, несуществующее понятие, предмет, отрасль науки, род занятий и т.д., например reactor- ядерный реактор./1,232/

2) Собственно неологизмы, вновь созданные синонимы к уже имеющемуся в языке слову для обозначения известного понятия, однако несущие коннотативные оттенки, т.е. сопутствующие семантические и стилистические оттенки слова, которые накладываются на его основное значение, а так же словам в новом значении. Например, слово boffin (ученый, занятый секретной работой, чаще всего в военных целях) является близким синонимом слова scientist, однако имеет другой семантический оттенок. Поэтому они являются семантическими неологизмами. /2,63/

Неологизмы могут быть созданы самой жизнью или писателями, учеными.

Тем не менее, согласно некоторым исследователям, авторские неологизмы отличаются от лексических по следующим качествам:

1. Эмоциональность./5,60 /

2. Индивидуальность стиля./Там же /.

А также мы бы хотели предложить характеристики, которые были выявлены в ходе исследования:

3. Относительная «долговечность».

4. Применение

Данные критерии относятся к авторским художественным неологизмам. Научные авторские неологизмы отличаются тем, что имеют быстрое внедрение в лексический фон языка и быстро «устаревают», так как являются часто готовыми терминами для обозначения новых понятий, например

«компьютер». Авторские новообразования в художественной речи редко переходят в неологизмы языка, так как не имеют цель вхождения в лексику, а для экспрессивности речи. Однако, благодаря случайным обстоятельствам некоторые из них всё же становятся «всеобщим достоянием.»./4,22/

Таков, например, неологизм Дж. Толкиена “Hobbit”, который может служить примером «долговечности» существования. Он был создан в 30х гг. XX века и был известен тем читателям, которые предпочитали фантастику. Но как только на экранах появился фильм, снятый по книге «Властелин Колец», она стала всемирно известна, и неологизм “Hobbit” приобрел свое второе рождение. Сам автор говорит, что это слово - «изобретение». Толкиен даже придумал для него этимологию: он пишет, что оно имеет свои корни и ведет свое происхождение от слова ‘Holbylta’- ‘hole-builder’ «строящий норы». Опять же, из фильма мы можем вспомнить, что хоббиты обитали в жилищах, напоминающих норки крота - углубленные, удлиненные, с низким потолком, уходящие в землю. Также автор упоминает, что люди, обитавшие в то время, в период «Великой войны Колец», называли хоббитов “halflings”, т.е. «получеловеки». Хотя и в реальности существуют люди небольшого роста, так называемые «карлики». В мире все относительно. Кто знает, может и мы «карлики» по сравнению с людьми-гигантами, жившими когда-то, тысячелетия назад? Поэтому, несмотря на то, что произведение «Властелин Колец» является фантастикой, сказкой, трилогией-эпопеей, события могут иметь под собой вполне реальную основу, или же наоборот, фантастика может стать реальностью.

Также, в своем повествовании Толкиен упоминает эльфов (elves), гномов (dwarves), троллей (trolls), орков (orcs). Первые три из упомянутых существовали в воображении людей уже давно, так как они часто встречаются в сказках, сказаниях. Например, эльфы-обитатели леса, гномы и тролли живут в горах. А вот орки - «ужасный, отвратительный народ, порождение зла»- авторский неологизм, так как данное слово не встречается в словарях и отличается по своей форме и содержанию.

Кроме того, что автор населил 'Middle Earth' этими «расами», он изобрел для них жилье, место обитания, предметы быта, календарь, одежду. Но что важнее всего, у них был собственный язык, у каждой «расы» отдельно: алфавит, произношение, лексика. Что касается лексики, например у хоббитов существовало понятие 'mathom'-«для чего-либо, что не имело немедленного употребления, но неохотно выбрасывалось». С точки зрения семантики 'mathom'-неологизм. Конечно, с точки зрения грамматики суффикс “-om” уже существовал в языке, корень “math” тоже может быть найден, но как сокращенное от “mathematics”. Тем не менее, он не подходит по своей семантике и поэтому можно исключить, что корень “math” является оттенком значения какого-либо слова.

Еще одно слово, употребляющееся в языке хоббитов- 'Sickle'-так они называют Созвездие Большой Медведицы. 'Sickle' в переводе с английского звучит «серп луны, месяц». Поэтому в том значении, в каком его употреблял автор, оно не может войти в язык, кроме того, для данного Созвездия имеется своё наименование. Тем не менее, в данном значении 'Sickle'-авторский неологизм.

Имеется интересный пример из «языка» эльфов. Это слово – 'Iembas', или 'waybread', т.е. «дорожный хлеб». Здесь невозможно проследить какую либо этимологию, семантику или способ создания. Может быть, Толкиен руководствовался звучанием, ведь слово на «языке» эльфов должно звучать мягко и благозвучно? Скорее всего, так оно и есть. Значит, можно сказать, что здесь используется фонетический принцип создания новых слов.

Все вышеперечисленные слова не встретишь даже в самых современных словарях. Из них только слово 'hobbit' вошло в большой англо-английский, т.е. толковый словарь. Если принять во внимание данное обстоятельство, то можно сказать, что эти неологизмы долгое время будут обладать признаком новизны и необычности. Однако, судьба таких слов известна: они останутся жить только на страницах текста, так как и были созданы для «однократного» применения, т.е. для данного контекста, «Войны Колец».

Итак:

1. Авторские неологизмы - это новообразования, которые не отмечены в большинстве словарей, при благоприятных условиях переходящие в активную лексику, отличающиеся по своей семантике, структуре, звучанию и применению.

2. Имеют свои функции: служат для придания экспрессивности тексту, т.е. письменной речи; создают атмосферу необычности; выражают индивидуальность стиля.

3. Они обогащают словарный состав языка, что подтверждает пример неологизма 'Hobbit'.

Список литературы

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М., 1973. С.232
2. Гальперин И.Р. К проблеме стилистической дифференциации словарного состава современного английского языка. М., 1953. С.63
3. Лейчик В.М. Люди и слова. М., 1982. С.3
4. Намитюкова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов, 1986. С.22
5. Будагов Р.А. Очерки по языкознанию. М., 1953. С.60

СЕКЦИЯ 8 . Теория языка

ГЕНДЕРНАЯ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ АНЕКДОТАХ

Е. В. Зайсанова

ГМУ им .Ф. Ф. Ушакова, Новороссийск, Россия, fr-el@yandex.ru

Современные анекдоты фиксируют неоднозначное отношение к женщине (блондинке, супруге, матери, женщине-водителю и пр.). Яркость и привлекательность такого жанра фольклора, как анекдоты, способствовали появлению ряда научных работ. Однако в них до сих пор не проводилось сопоставление английских и русских анекдотов в гендерном аспекте, в частности, посвященных женщинам. Именно поэтому вопрос об изучении гендерного аспекта анекдотического дискурса сегодня остается актуальным в современной лингвистике. Целью настоящей работы является рассмотрение анекдотов о женщинах по материалам английских и русских источников и выделение их тематических групп.

Человек не только рождается мужчиной или женщиной, он становится ими, причем в этом процессе важную роль играют социальные и культурные факторы, обуславливающие различия в социальном поведении мужчин и женщин. С вовлечением женщин в общественно-производственную деятельность и образование, привычное «половое разделение труда» перестало выглядеть универсальным. Оказалось, что мужчины и женщины могут одинаково успешно выполнять самую разную работу, а изменение характера деятельности неизбежно влияет на их психику и самосознание.

Понятие гендер обозначает сложный социокультурный процесс формирования обществом различий в мужских и женских ролях, поведении, эмоциональных характеристиках. Важный элемент создания гендерных различий является противопоставление «мужского» и «женского».

Согласно А.В. Кирилиной, в ассоциативных экспериментах, проведенных ею, проявилась «высокая оценка

женского интеллекта, в целом положительное отношение к женщине, значимость ее внешности, невысокая контрадикторность полов» [5].

Однако в определенной коммуникативной ситуации женщина попадает в область непонимания, когда сталкивается с традиционно мужскими субкультурами – футбольной, рыбацкой, автомобильной и т.д. Гендерные различия проявляются не только в наборе используемых слов, но и в их интерпретации. Все это вызывает появление неодобрительной реакции в тексте анекдотов:

Как всегда торопясь, девушка наехала на пешехода.

– Ну вот, опять! - кричит пострадавший. - Будьте внимательнее, вы и *вчера меня сбили!*

– Простите, - лепечет девушка, - я вас *не узнала...*

- Мисс, вы ехали со *скоростью* 60 миль в час, - говорит полисмен.

– Так это же прекрасно, я только *вчера села за руль.*

С.Г. Айвазова отмечает, что гендерные дискурсивные поля обладают своей внутренней иерархией. Эти поля имеют различные темы для обсуждения, потребление специализированных источников информации. Есть «мужской» и «женский» разговор. Они имеют различия и в содержании, и в форме [2].

Стереотип начинает действовать прежде, чем включается человеческий разум. Это накладывает отпечаток на данные, которые воспринимаются нашими органами чувств еще до того, как эти данные достигают разума. В определенной степени внешние стимулы, особенно сказанные или напечатанные, активизируют некоторую часть стереотипов, так что впечатление и ранее сложившееся мнение появляются в сознании одновременно. Например:

- Маша, давай *поговорим.*

- Я очень устала, давай лучше *потанцуем!*

- Знаешь, Маше скоро стукнет тридцать, а ей столько

никогда не дашь, правда?

- Да, по внешнему виду ей запросто можно сбросить лет десять, а по умственному - и все пятнадцать.

Двое приятелей беседуют за стаканчиком джина.

- Говорят, ты *научил* свою жену играть в бридж? - любопытствует один из них.

- Да, ты знаешь, это была *великолепная идея*, - рассказывает второй. - В прошлую среду, например, я *выиграл* у нее почти половину своей зарплаты.

Практически неизменной темой анекдотов остается высокая ценность материнства и такие качества, как любовь, самоотверженность, самопожертвование. Многие реакции, особенно относящиеся к личностным качествам, повторяются как в оценке мужчин, так и в оценке женщин.

Одну из тематических групп в анекдотическом дискурсе формируют анекдоты, описывающие различные семейные ситуации, например:

Жена спрашивает мужа:

- Что тебе *подарить* на *день рождения*?

- Минуту *молчания*.

- Отчего ты, дорогая, плачешь? Ведь я уезжаю не на 10 лет, а всего на месяц.

- Знаю я тебя, говоришь на *месяц*, а вернешься через *3 дня*.

Муж и жена рассматриваются как комплементарные сущности, они практически не противопоставляются друг другу. Многие их наиболее частотных реакций на эти стимулы совпадают. Вместе с тем жена чаще определяется через отношение к мужу, однако обратное также представлено, хотя и в меньшей степени.

Жена супругу:

- Раньше ты был счастлив, если видел меня хоть *несколько минут в день*!

- И сейчас тоже!

– Николай, ты знаешь, я развожусь с женой. Она уже шесть месяцев со мной не разговаривает.

– Ну что ты, Иван, одумайся! Где ты еще найдешь *такую* жену?

Следует подчеркнуть, что в тексте анекдота так или иначе отражаются общекультурные ценности: любовь, семья, верность, материнство, и их отсутствие и подвергается осмеянию.

Муж стоит и смотрит в окно. Вдруг он кричит:

– Соня, вот идет женщина, которую *любит* Иванов! Жена роняет тарелку,

спотыкается о порог, бросается к окну:

– Где, где?

– Да вон, на углу, в синем платье.

– Идиот, это же его жена!

А я что сказал?

– Ты меня *любишь*?

– Да.

– А когда поженимся?

– Ну нельзя же так резко менять тему разговора...

– Папа! Что такое диалог?

– Это разговор двух людей.

– Это так ты разговариваешь с мамой?

– Нет - это монолог.

– Папа, почему ты женился на маме?

– Вот видишь, - обращается отец к жене, - даже ребенок этого не понимает!

Можно заключить также, что гендерные стереотипы, с одной стороны, сохраняют свою значимость: в разные хронологические периоды материнство, любовь, самоотверженность для женщин и сила для мужчин остаются значимыми факторами, что отражается в языке. Существенное

место занимает семья, и эта тематика определяет особую лексико-семантическую группу анекдотов.

С другой стороны, имеет место определенная динамика гендерных стереотипов, связанная с историческими и социальными изменениями. Анализ материал показал, что усилились положительные черты, приписываемые женщинам. К числу стереотипных женских черт относятся интеллектуальная недостаточность, болтливость. Большую значимость приобретает внешность женщины, и особую роль играет цвет волос. Так, в современном мире умственные способности блондинки вызвали появление огромного числа анекдотов:

- There are 17 blonds standing outside a disco but they could not get in.... the sign said, "Must be 18 to enter".

- Why does a blonde smile when there is lightening.... she thinks she is getting her picture taken.

- How did the blond burn her ear.... the phone rang while she was ironing.

- I'm a blonde and still like blonde jokes.... must have been written by a true blonde

- Why are there blonde jokes.... to make brunettes jealous.

- Pepsi came out with a new can just for blondes.... It has "open other end" printed on the bottom.

В анекдотах несколько размыт мужской образ. Частотными являются как реакция "сильный", так и "красивый", а реакция "умный" не является частотной. "Традиционно мужской" стереотип, на наш взгляд, выражен слабо. За исключением реакции "сила/сильный" и разного рода лексем, относящихся к тематической группе "надежность", иных частотных реакций мы не обнаружили. Негативные оценки мужчин связаны в основном с пьянством, отчасти с супружеской изменой.

- Адам, почему ты так поздно вернулся? С кем ты провел этот вечер?

-Ну, что ты придумываешь? Ведь нас, Ева, в раю только двое.

Но когда Адам засыпает, Ева на всякий случай пересчитывает его ребра.

Таким образом, культурная репрезентация пола поддается манипулированию посредством актуализации определенных гендерных стереотипов в анекдотическом дискурсе.

Литература

1. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс - медиа / Н.Ажгихина. – М.: Эслан, 2001. - 270с.
2. Айвазова С.Г. Женщина. Гендер. Культура. / С.Г.Айвазова. - М.: МЦГИ, 1999. – 390с.
3. Гапова Е.И. Антология гендерных исследований / Е. И. Гапова, А. Р. Усманова. – Минск, Пропилеи, 2000. – 180с.
4. Геодакян В.А. Теория дифференциации полов в проблемах развития человека / В.А. Геодакян. - М.: Просвящение, 1989. - 370с.
5. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. Мон.: М., 1999. - 155с.

**СЕКЦИЯ 9. Сравнительно-историческое,
типологическое и сопоставительное языкознание**

**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИСКУРСА
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ**

Елена Александровна Селянская

Челябинский Государственный Университет, г. Челябинск, Россия
helena_alexandrovna@yahoo.com

Рекламный текст представляет собой пример максимально эффективного использования языковых средств. «Важное требование, предъявляемое к рекламным текстам, – максимум информации при минимуме слов» [4, с. 178].

В основе создания рекламных текстов лежат две тенденции: сжатость, лаконичность выражения и выразительность, емкость информации.

Чаще всего реклама не только информирует читателя, но и формирует у него яркий рекламный образ через систему изобразительно-выразительных средств языка. Имея своей целью интенсивное концентрированное воздействие, язык рекламы постоянно требует обновления, так как выразительные средства изнашиваются и, быстро распространяясь, начинают воспроизводиться механически. В результате стирается образность, а значит, снижается убедительность рекламы [4, с. 154].

В социальной рекламе используют огромный спектр средств выразительности на всех языковых уровнях. Нередко в рекламе используются тропы. Наиболее распространенные виды тропов: аллегория, гипербола, ирония, метафора, метонимия, олицетворение, перифраза, синекдоха, сравнение, эпитет. Не менее выразительны и фразеологические обороты. Журналисты часто используют фразеологию не только в том виде, в каком она существует в языке, но и в измененном. Обновляя семантику, структуру фразеологических оборотов, они создают новые смысловые оттенки. В рекламе также используются различные стилистические фигуры. Наиболее распространенные

фигуры речи: анафора, антитеза, бессоюзные конструкции, градация, инверсия, параллелизм, риторический вопрос, эллипсис, эпифора. Образные средства языка оживляют, актуализируют рекламный текст [3, с. 127].

В создании социальной рекламе преобладают простые предложения. Употребительность простых предложений связана с динамичностью, экспрессивностью рекламного текста, который должен быстро и результативно восприниматься читателями, а также с влиянием разговорной речи. Эффективно употребление в рекламе восклицательных предложений. Они играют роль своеобразных сигналов, призывов к действию. Действительные и побудительные конструкции, которые выражают предложение, приглашение, убеждение и т.д. Они придают живость и эмоциональность высказыванию.

Печатная реклама имеет в своем распоряжении графические средства: набор шрифтов, выбор цветового фона, пунктуация. Значимы восклицательные и вопросительные знаки [1, с. 34].

Эффективная социальная реклама строится благодаря удачной компоновке всех составляющих ее компонентов: изображения, звука, образа, словесной ткани. Вместе с тем, исследователи отмечают первостепенную важность именно вербального компонента рекламы – словесного текста. Проблемы соотношения вербальных и невербальных (изобразительных) знаков в системе печатных текстов нашли разрешение в диссертационной работе Ю.Э. Леви «Вербальные и невербальные средства ответственности рекламных текстов».

В исследовании стилистических особенностей социальной рекламы можно выделить следующее:

1) Использование императива - прием открытого убеждения, нередко при помощи повтора, приобретающий черты суггестивного воздействия, не сопровождающийся аргументацией: например, «*Wipe off 5*» (из рекламы «*Что меняет разница в 5 км?*») или «*Don't Speed!*» (из рекламы «*Скорость убивает*»), «*Lace up. Save lives*» (из рекламы Nike – «*узелок во имя жизни*»), «*Make your influence positive*», «*Don't DO IT. Don't DRINK*», «*Quit Smoking now*», «*Don't make children*

breathe cigarette smoke» (из рекламы против курения), «Don't contact with drugs», «Quit for us», «Break the habit», «Get unhooked» (из рекламы здорового образа жизни), «Take stand against bullying. Take the pledge», «Don't let your child be educated by TV!» (из рекламы семейных ценностей), «Don't buy exotic animal souvenirs» (из экологической рекламы). Использование императива мотивируется целевой аудиторией социальной рекламным.

Социальная реклама с использованием императива не дает возможность сделать выбор: или ты делаешь, как я говорю, или ты погибнешь. Это одна из самых распространенных тональностей социальной рекламы в России. Приведем пример: *Кишечник. Алкоголь агрессивно разрушает защитный слой оболочки желудочно-кишечного тракта. Уничтожается микрофлора, нарушается кровообращение. Во всей слизистой кишечника образуются многочисленные эрозии. Они перерождаются в язвы, а впоследствии в злокачественные опухоли. Кишечник оказывается в рюмке с прозрачной жидкостью. Береги себя.*

В социальной рекламе отражаются некоторые черты русского общения. Импозитивность – допустимость оказания прямого воздействия, давления, навязывания своего мнения – это одна из черт общения русского человека. Социальная реклама в России бывает в высшей степени импозитивна. Использование императива в социальной рекламе не является эффективной, но часто встречаются: *«Сообщи о подозрительных предметах прежде, чем прочтешь об этом в газетах», «Экономь энергию», «Не пей», «Не кури», «Думай о будущем».*

Использование императива иногда дополняется оттенком тревоги, угрозы, такая реклама пронизана ощущением непосредственной опасности. Визуальная составляющая в рекламе с такой тональностью ярче, натуралистичнее.

2) Обращение во 2 л. ед. ч. к аудитории, направленное на сокращение коммуникативной дистанции и, следовательно, на создание доверительных отношений с реципиентом. Например, *«If you use pot, you're not using your brain», «Protect your life from*

drugs», «*If you smoke around children, they smoke too*» (из рекламы здорового образа жизни) или «*Start Talking, before they start drinking*», «*Use condoms*» (из рекламы семейных ценностей), «*Drive carefully. You're tough. But you're not invisible*», «*Pay attention*», «*What's stopping you?*» (из рекламы любителей быстрой езды), «*Kill your speed, or Live with it*» (из рекламы вождения в нетрезвом состоянии).

Социальная реклама с использованием обращения к целевой аудитории во втором лице является более мягкой, чем социальная реклама, построенная на использовании императива, обращение к адресату, использование собирательного «мы» в значении «*вместе мы справимся*». Часто создается эффект диалога за счет включения вопросов, которые может задавать герой рекламы, если он присутствует. Эти вопросы, размышления вслух, как правило, созвучны мыслям, страхам и опасениям адресата. Наиболее ярко эта тональность проявляется в серии рекламных роликов «*Наши дети*». Приведем один пример:

Мужчина пьет кофе и думает: Мы так долго ждали этого дня, а теперь страшно. Женщина расчесывает волосы. Мальчик собирает в детдоме свои вещи. Так хотел к ним, а теперь боюсь. Женщина думает: «Вдруг ему у нас не понравится». Мальчик: «А друзья меня не забудут?» Женщина: «Что если мы не справимся?» Мальчик: «А меня назад не отдадут?» Голос за кадром: «Страхи уйдут, семья останется. Приемный ребенок может стать родным».

Реклама с обращением во 2 лице в России в основном посвящена проблемам детства, болезням, наркомании.

3) Гипербола (преувеличение), которая служит для нагнетания проблемы и подчеркивания ее остроты и необходимости разрешения: например, «*Drug driving kills you*» (из рекламы законопослушности) или «*Drop of oil is enough to kill yourself and your family*» (из рекламы здорового образа жизни).

Гипербола особенно эффективна как прием, когда речь идет о причиняемой вреде обществу и себе, и является очень

выразительной и результативной в воздействии на целевую аудиторию данной социальной рекламы.

Особая "гиперболическая" тема – разворот гиперболы, направленный на "обострение" проблемы, порождающей необходимость прекращения данных действий. Как правило, этот вариант гиперболы используется с тем, чтобы показать масштабность присутствия проблемы в обществе, значимость в жизни целевой аудитории или в какой-то конкретной ситуации. Рассмотрим только один пример, в одной рекламе по борьбе с алкоголизмом: *«Из рабочей гущи выгоним пьющих», «В МАЛЕНЬКОМ стакане в этом вот может утонуть ОГРОМНЫЙ завод».*

Все приведенные примеры гиперболизации относятся к разновидности рекламного юмора, который является основным средством воздействия на целевую аудиторию. А юмор, в свою очередь, выступает одним из наиболее действенных способов рекламного навязывания мысливирусов. Иными словами, удачно найденная гипербола – это тот творческий прием, который почти безотказно может привести к эффективному воплощению социальной рекламной концепции.

4) Обращение к авторитету, основано на доверии целевой аудитории социальной рекламы к известным людям: например, *«Drugs kill you! Celebs against drugs. Chuck Norris, Keke Palmer», «Kids shouldn't watch too much TV – Lego»* или *«Fur? I'd rather go naked – Khloe Kardashian»* (из рекламы здорового образа жизни).

Обращение к авторитету относится к так называемой «серой» пропаганде. Одним из самых эффективных методов влияния на целевую аудиторию является обращение к авторитету. Это может быть политическая фигура, деятель науки или другой профессии. Например: *«Ученые на основании многолетних исследований установили...», «Доктора рекомендуют...», «Дом-2 против наркотиков», «Звезды против курения и алкоголя».*

Таким внушением часто пользуются российские СМИ для создания социальной рекламы. Оно предполагает использование как осознаваемых психологических элементов, так и элементов бессознательного. Необходимо отметить, что внушение

возможно, а в качестве источника информации может быть использован человек, обладающий высоким авторитетом и пользующийся безусловным доверием. Внушение будет иметь больший эффект опять-таки при многократной повторяемости рекламного обращения.

5) Инкорпорация (употребление местоимений и / или глаголов в 1 л. мн. ч), которая «включает в деятельность потребителя», что создает впечатление совместной деятельности реципиента с автором текста. Так как предполагается участие в действии и воздействующего лица, оно считается правильным, непредвзятым и не представляющим угрозы для реципиента. Например: «*Stop Global warming. You can help*», «*Preserve your world. Preserve yourself*», «*Don't treat others the way you don't want to be treated*», «*They weren't born to be worn*», «*Fashion victims... Raise your hand if you wear fur*», «*Fashion shouldn't kill*» (из экологической рекламы) или «*Social tendency. Give blood – give life*», «*If you pay a prostitute, you're financing human trading*».

Инкорпорация в социальной рекламе Российской Федерации совершается разными способами: во-первых, помогает рекламе выйти из состояния анонимности, заключается в употреблении личных местоимений; во-вторых, построение на почве совета, доверия, сопричастности, в которой читатель становится "Я". Такая субъективизация читателя позволяет интериоризировать нормы поведения. Но так же наиболее предпочтительными местоимениями в тексте социальной рекламы будут местоимения «*вы*» и «*ты*».

Итак, в рекламе наиболее последовательно проявляется субъект пользы. Для его экспликации могут использоваться как лексические (выбор слов из лексикона целевой аудитории), так и грамматические (личные местоимения, повелительное наклонение глагола, определенно-личные предложения и т.д.) средства. Субъект оценки редко бывает эксплицитно выражен в рекламе, однако средства его экспликации заслуживают пристального внимания, поскольку от выбора субъекта оценки и правильности его представления во многом зависит степень убедительности дискурса социальной рекламы.

б) Риторический вопрос: «утвердительное высказывание в форме вопроса». Наличие вопросительных форм говорит о большей степени желания авторов рекламы добиться коммуникативного контакта с аудиторией: например, «*You wouldn't start a night like this, so why end it that way?..*» (из рекламы здорового образа жизни) или «*How would you tell a freind?*» (из рекламы здорового образа жизни), «*Does it look like fun to you?*», «*How smoking has effected you or someone you love?*», «*What's your poison?*», «*You wouldn't inject your children with junk, so why are you FEEDING it to them?*» (из рекламы здорового образа жизни).

Риторические вопросы использовались ещё в античности и широкое применение их в наши дни сразу вводят адресата в курс дела, например: «*Плюешь на экологию?*», «*Все равно?*», «*Ты еще не бросил курить?*», «*Тебе все равно, что брат в рот?*», «*Закурим?*», «*Любить или убить?*».

Риторический вопрос – прием, который с помощью определенных речевых конструкций направляет внимание респондента на самого себя, а затем на его реальные или мнимые нужды.

Ключевые слова для вопросно-риторических конструкций – "Вы" и "ты" (для молодежи). Например: «*Как долго ты будешь жить?*».

Риторические вопросы можно строить и с помощью ряда предложений, усиливающих эмоции. Перед Вами ставятся вопросы, на которые невозможно ответить «нет». Но наше «да» впоследствии оказывается ловушкой, так как означает гораздо больше, чем ответ на вопрос.

7) Олицетворение – перенесение человеческих черт на неодушевленные предметы и явления, а также на животных. Этот прием особенно хорошо привлекает внимание целевой аудитории к данной проблеме за счет своей нереалистичности: например, «*Alcohol make you feel invulnerable*», «*Cigarettes kill you*», «*Your eyes will give you away*», «*Drug driving makes you be off your head*», «*Smoking Kills*», «*Drugs destroy your brain*», «*Smoking can reveal hidden laser traps*», «*Tobacco kills 19,019*

people», «*Every cigarette is doing you damage*», «*Smoking causes impotency*», «*Alcohol impairs your ability to make smart decisions*».

Прием олицетворение широко используется в современной российской рекламе. Он является развитием национальных традиций. Этот прием оказался весьма продуктивным: очень важный для идентификации, он также говорит о «характере», «индивидуальности» и «поведении», о «языке», на котором рекламисты обращаются к целевой аудитории.

Олицетворение тесно связано с антропоморфизмом, древним стремлением людей приписывать предметам и явлениям неживой природы человеческие качества и наделять живых и неживых существ человеческой психикой. Это связано с тем, что олицетворенную природу понять легче и удобнее в ней ориентироваться.

Прием олицетворения активно используется в современной социальной рекламе, позволяет делать ее более выразительной, содействует продвижению месседжа социальной рекламы путем создания ярких образов.

В олицетворении учитываются как рациональные, так и эмоциональные мотивы - это придает рекламе повышенную информационную насыщенность. Однако адекватное использование стилистического приема олицетворения делает коммуникацию не только оригинальной и выразительной, но и более эффективной, поскольку помогает лучше отобразить негативный эффект оказываемый на целевую аудиторию. Такая социальная реклама становится более яркой, интересной и, что особенно существенно, выступает областью не искажения и порчи языка, а сферой, в которой язык проявляет свои богатые возможности.

Таблица № 1. Стилистические особенности дискурса США и РФ

Лингвистические особенности	США	РФ
Императив	24,06 %	18,9 %
Олицетворение	22,3 %	22,5 %
Обращение к аудитории	18,29 %	10,9 %
Инкорпорация	13,53 %	21,8 %
Риторические вопросы	13,03 %	13,7 %
Гипербола	10,52 %	5,1 %
Обращение к авторитету	8,27 %	8,1 %

Изучив таблицу лингвистических особенностей дискурса социальной рекламы США и РФ, можно отметить, что американские создатели рекламы ставят императив на первое место, в то время как российские отдают его олицетворению. Второе место на рынке рекламы США занимает олицетворение, а в России – инкорпорация. Третье место в США отдается обращениям к аудитории, а в России – императиву. Четвертое место занимает в США инкорпорация, а в РФ его занимают риторические вопросы. В США пятое место по использованию отводится инкорпорации, в России его занимают обращения к аудитории. Американские создатели рекламы ставят на шестое место гиперболу, в РФ – обращения к авторитету. Седьмое место в рекламе США отводится обращениям к авторитету, в России же его занимает гипербола.

Итак, причиной неразвитости социальной рекламы в России специалисты считают трудности с ее размещением в российских СМИ. В России очень мало внимания уделяется вопросу о том, что для различных типов целевой аудитории социальной рекламы необходимы различные информационные носители: интернет, пресса, телевидение, радио, наружная реклама и т.д. Бывает так, что социальная реклама, рассчитанная, например, на подростков, не доходит до своего адресата, поскольку идет не по тем коммуникационным каналам, с которыми подростки непосредственно имеют дело.

Литература

1. Бове, К. Современная реклама [Текст] / К. Бове, У. Арнс. – Тольятти: Издательский Дом Довгань, 1995. – 704 с.
2. Карасик, В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – Волгоград, 2000. – 228 с.
3. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: «Перемена», 2002. – 477 с.
4. Феофанов, О. А. Реклама. Новые технологии в России [Текст] / О. А. Феофанов. – СПб.: Питер, 2000. – 456 с.

ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ В ПЕРЕВОДЕ

С. В. Скрыльник

*Киевский национальный университет им. Т.Г. Шевченко, Киев,
Украина, s.skrylnik@mail.ru*

Проблема языковых контактов является одним из самых сложных вопросов современного переводоведения. Остаётся большое количество неразрешённых теоретических и практических задач, связанных с определением и описанием сущности, функций и механизмов языковых контактов в процессе и результате перевода. В данном научном изыскании мы попробуем хотя бы частично дать ответы на следующие вопросы:

- 1) Какими особенностями обладает языковой контакт в процессе перевода?
- 2) Что и кто является участником языкового контакта в процессе перевода?
- 3) Какими функциями обладает контакт языков в переводном тексте?
- 4) Негативные и позитивные стороны языкового контакта.

Прежде всего необходимо констатировать, что переводоведение является относительно «молодой» наукой. Её предмет находится в постоянном научном определении,

особенно в научном пространстве бывшего СССР. В странах западной Европы «Translation Studies» или «Translatology» как отдельное филологическое знание набрало обороты во второй половине XX века благодаря Дж. Холмзу, который дал определение зарождающейся науке в 1971 году, опубликовав статью «The Name and Nature of Translation Studies».

Принимая во внимание факт относительной «молодости» переводоведения, проблема языковых контактов активно разрабатывалась в лингвистической науке еще до определения предмета «знания про перевод». Вспомним работы Ю. Жлуктенко [4], С. Семчинского [6], Э. Ахунзянова [1], У. Вайнрайха [2], К. Закирьянова [3], В. Розенцвейга [5] и других лингвистов, которые рассматривали вопрос контакта языков в довольно широком ракурсе контакта языковых групп в условиях билингвизма либо в условиях близости языковых социумов. Языковеды описывали механизмы межязыкового проникновения, лексико-семантического заимствования, лексического обогащения, языковой экономии и избыточности с точки зрения универсальных объективных языковых законов и универсалий в синхронии либо диахронии. Переводоведение, в свою очередь, не может оперировать исключительно общими объективными закономерностями, поскольку в его предмете вариативность преобладает над закономерностью, то есть результаты переводоведческого исследования в значительной мере более открыты для дискуссий, дополнений и изменений нежели лингвистического. Результатами переводоведческого исследования не могут быть константы, поскольку по своей природе перевод производится индивидом, обладающим отличным от всех других индивидом языковым и речевым опытом. Переводоведение является по существу междисциплинарным знанием, инкорпорирующим в своей теоретико-методологической базе наработки других филологических наук: литературоведения, общего и сравнительного языкознания, общей и сравнительной стилистики, общей и сравнительной лексикологии, прагматики, социолингвистики, лингво-экологии, корпусной лингвистики и других смежных наук.

В связи с этим, можно констатировать, что теория языковых контактов в переводе имеет отличный от лингвистического субъект, предмет и объект исследования. Поэтому, необходимо четко разграничить область лингвистического и переводоведческого исследования языковых контактов. В таблице ниже указаны основные отличия, определяющие методы и конечные результаты переводоведческого исследования языковых контактов.

	Лингвистическое исследование	Переводоведческое исследование
1. Субъект	Языковая группа, языковой ареал, смежные ареалы, социолингвистические группы и др.	Индивид-переводчик, индивид-автор
2. Объект	Язык, языковая структура в диахронии, языковые единицы и др.	Речь, стилистические особенности речи, индивидуально-авторская речь, текст перевода и др.
3. Предмет	Языковые изменения, лексические заимствования, языковое слияние, поглощение, ассимиляция, интерференция, конвергенция и др.	Прагматика текста перевода, лексические, стилистические и другие сдвиги в тексте перевода, влияние, связанное с направленностью на целевую аудиторию и др.

Вышеупомянутые отличия являются определяющими для переводоведческой теории языковых контактов. В таком исследовании применяется широкая методология междисциплинарного знания с одной стороны, а с другой – ученый находится в узких рамках триодной связи: «оригинал -

перевод», «автор – переводчик», «перевод – целевая аудитория». Именно эти составляющие элементы чертят границы анализа языковых контактов в переводе. Например, в случае лексико-семантического заимствования ученого-переводоведа интересует его актуализация исключительно в рамках текста перевода как элемент, который обладает прагматическим наполнением для целевой аудитории и является продуктом языкового опыта переводчика. В свою очередь ученого-лингвиста интересует функционирование заимствованного элемента в языковой структуре в целом.

Такой, на первый взгляд, узкий подход к языковым контактам позволяет нам провести демаркационную линию между лингвистикой и переводоведением с одной стороны, а с другой – очертить методы решения более конкретных задач в рамках языковых контактов в переводе. Одной из таких задач является исследование масштаба влияния одного языка на другой в процессе перевода, что предполагает анализ функциональности продукта языкового влияния в тексте перевода и определения целесообразности языкового контакта.

Безусловным есть тот факт, что любой текст перевода, поскольку является продуктом работы над текстом оригинала, содержит, как выразился Г. Тури, «оригинальный антураж» [7]. Текст оригинала и перевода находятся в неразрывной связи. Такую связь обеспечивают, во-первых, текстовая структура, стилистические особенности, которые безусловно выражаются языковыми методами, прагматическое наполнение и наконец индивидуально-авторский метод, который переводчик обязан заимствовать. В случае разрыва этих связей текст перевода назвать переводом нельзя, а скорей пересказом по мотивам оригинала.

Таким образом, любой текст перевода интерферирует в себя те или иные лингвистические и экстралингвистические элементы оригинала. Такую особенность переводного текста мы называем **интерферентностью**, которую мы определяем как «характеристика текста перевода, которая заключается в его структурном, функциональном и стилистическом сходстве с

текстом оригинала». Интерферентность – это универсалия любого текста перевода [8].

В зависимости от функциональных особенностей интерферированных элементов мы выделяем степени прагматического проникновения элементов текста оригинала в текст перевода. Если заимствованный элемент искажает оригинальный образ либо же не передает первоначальную прагматику, такой случай мы называем **переводческой интерференцией**, которую мы определяем как «несознательное окказиональное нарушение переводчиком структуры текста перевода под влиянием структуры текста оригинала» [8]. Переводческая интерференция имеет сходные механизмы с лингвистической интерференцией, однако прагматическое наполнение различное. Основными причинами интерференции в переводе являются: переводческая некомпетентность, отсутствие редакторской либо корректорской правок и сжатые сроки перевода. В свою очередь переводческая некомпетентность – это профессиональная характеристика переводчика, в результате неосознанных действий которого текст перевода теряет коммуникативную функциональность, становится непонятным целевой аудитории.

Существует и другая сторона медали. Часто переводчик осознанно делает ошибки в тексте перевода, имитируя либо копируя языковую структуру текста оригинала с целью придать тексту перевода необходимую коннотацию и прагматическую функциональность. Такую степень интерферентности мы называем **трансференцией**, которую мы определяем как «осознанное окказиональное нарушение структуры текста перевода под влиянием текста оригинала» [8]. Основными мотивами переводческой трансференции являются: адекватная передача межязыковых лакун, этно-специфической лексики и реалий, адекватное отображение в переводе авторских неологизмов и окказионализмов.

В зависимости от типа и жанра перевода, причины, мотивы и результат интерферентности будут различными. Независимо от стратегии, которую выбрал переводчик, очень важно в полной мере контролировать процесс языкового

контакта, чтобы за форелизацией не потерять коммуникативную функциональность переведенного текста.

Литература

1. Ахунзянов Э.М. Двухязычие и лексико-семантическая интерференция / Э.М. Ахунзянов. – Казань: Издательство Казанского университета, 1978. – 188 с.
2. Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие / У. Вайнрайх // НЛ. Вып. 6. М.: Высшая школа, 1972. – С. 25-28.
3. Закирьянов, К. З. Двухязычие и интерференция: учеб. пособие / К. З. Закирьянов. – Уфа: БУ, 1984. – 80 с.
4. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двухязычия / Ю.А. Жлуктенко. – К.: Вища школа, 1974. – 176 с.
5. Розенцвейг В.Ю. Языковые контакты / В.Ю. Розенцвейг. – Л.: Наука, 1972. – 77 с.
6. Семчинський С.В. Семантична інтерференція мов / С.В. Семчинський. – К.: Вища школа, 1974. – 256 с.
7. Toury G. Translation Theory: A Reader / Gideon Toury. – Tel Aviv: Dyonun, 1980. – 252 p.
8. Скрильник С.В. Ступені інтерферентності у художньому та нехудожньому перекладі / Сергій Вікторович Скрильник. – дис. ...канд. філол. наук: 10.02.16. – Київ, 2012. – 220с.