

УДК 811.111'22'37

Галина Григорьевна Бондарчук, д. филол. н.

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

эл. почта: bondarchuk.gal@yandex.ru

Galina Grigorievna Bondarchuk, Dr of Sc. (Philology)

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

e-mail: bondarchuk.gal@yandex.ru

Георгий Валерьевич Грачев, к. филол. н.

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

эл. почта: georgegrachev@gmail.com

Georgy Valerievich Grachev, Cand. of Sc. (Philology)

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

e-mail: georgegrachev@gmail.com

ПРЕДМЕТНЫЕ ИМЕНА КАК НОСИТЕЛИ СЕМИОТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Рассматривается роль предметных имен – членов категорий «Питание» и «Одежда» – как носителей дополнительной семиотической информации в семиотически маркированных ситуациях в англоязычной художественной литературе.

Ключевые слова: лингвистическая семиотика, семиотически маркированная ситуация, семиотически маркированный объект, коды предметов потребления

OBJECT NAMES AS CARRIERS OF SEMIOTIC INFORMATION

The role of object names – members of the categories "Nutrition" and "Clothing" – as carriers of additional semiotic information in semiotically marked situations in the English-language fiction is considered.

Key words: linguistic semiotics, semiotically marked situation, semiotically marked object, commodity codes

Исследование выполнено в русле лингвистической семиотики и непосредственно связано с проблемой изучения связи смысла вещей (т. е. их семиотической роли в жизни) с их языковым воплощением – вопрос, который впервые поставила Е. С. Кубрякова и ввела для решения данной задачи новые понятия *семиотически маркированной ситуации* и *семиотически маркированного объекта*. При этом Е. С. Кубрякова подчеркивала, что распознавать подобные объекты и ситуации нам помогает язык: «Роль языковых знаков во всех этих явлениях настолько велика, что о многих из них мы бы вообще не знали – доступ к ним осуществляется через их языковые описания, через их разъяснения, содержащиеся в языковых текстах и дискурсе (т. е. в актах коммуникации и фиксации их результатов в вербальной форме). О семиотически маркированных объектах и ситуациях мы тоже узнаем из соответствующих описаний ...» [1, с. 97].

В качестве **материала** исследования выступают тексты англоязычных художественных произведений, где часто встречаются семиотически маркированные ситуации, понимание которых требует инференции, т. е. семантического вывода. В анализируемых текстах в качестве носителей дополнительной семиотической информации выступают названия предметных имен – членов лексических категорий «Питание» и «Одежда», которые авторы активно используют, в частности, для имплицитной оценочной характеристики персонажей и элементов сюжета. Важно подчеркнуть, что понимание таких семиотически маркированных ситуаций требует подчас значительных фоновых знаний о культуре и социальной истории общества, говорящего на конкретном языке, в данном случае – на английском.

Выбор предметных имен в качестве объекта исследования не случаен. Известно, что предметные имена в большинстве случаев являются средством лексической номинации физических объектов повседневной реальности, их денотаты содержат информацию о физических свойствах данных объектов. Однако окружающие людей предметы настолько тесно связаны с различными аспектами жизни человека, что в концептуальной картине мира возникают

виртуальные связи между конкретными предметами и абстрактными характеристиками жизни людей: их социальным статусом, стилем жизни, идеологическими установками, политической ориентацией и т. п. Таким образом, предметные имена часто несут значимую семиотическую нагрузку. В терминах когнитивной лингвистики мы связываем семиотическую функцию предметных имен с глубинными структурами общего знания (shared knowledge), которые не входят в лексическое значение, но являются комплементарными ему. В ментальном лексиконе такие структуры знаний являются глубинными семантическими структурами, неотъемлемыми от денотативного значения.

Не случайно ученые, работающие в русле современной лингвистической семиотики, пытаются определить коды и не выраженные словами правила и ограничения, которые лежат в основе создания и интерпретации значения внутри каждого кода. Например, Д. Чандлер (David Chandler), подразделяя все коды на социальные (social codes), текстуальные (textual codes) и интерпретирующие (interpretive codes), в группе социальных кодов, наряду с вербальным языком (verbal language), телесными кодами (bodily codes) (внешность человека, выражение лица, взгляд, жесты и т. д.), поведенческими кодами (behavioural codes) (протоколы, ритуалы, игры, исполнение роли), выделяет товарные коды, или коды предметов потребления (commodity codes) (моды, одежда, легковые автомобили). При этом он поясняет: «Мы сообщаем (communicate) о типе своей социальной личности (social identity) посредством работы, которую мы выполняем, того, как мы говорим, через *одежду, которую носим*, нашу прическу, *то, как и что мы едим*, через домашнюю обстановку и вещи, которые нас там окружают, то, как мы проводим свободное время, то, как мы путешествуем, и т. д. Использование языка является ключевым маркером социальной личности» [2, S. 153] (Выделено нами. – Г. Б., Г. Г.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Кубрякова Е. С. О семиотически маркированных объектах и семиотически маркированных ситуациях в языке // Концептуальное пространство в языке : сб. науч. тр., посвящ. юбилею Н. Н. Болдырева. Тамбов : ТГУ, 2005. С. 95–101.

2. Chandler D. Semiotics. The Basics. 2nd ed. London ; New York : Routledge, 2007. 307 p.