

реконструкции Королевского Оперного Театра: *Given the intractable, jumbled layers of the existing complex, Stanton Williams hasn't resolved all of the Royal Opera House's quirks, but the surgical alterations have smoothed out the flow and made the building a more useful and inviting place for everyone to enjoy* (The Guardian, 19.09.2018). В статье на белорусском языке «Чаму мы можам навучыцца па 400-гадовым «Буквары»» журналіст падводзіць ітогі свайго ісследования і адвечает на вопрос, поставленны в названии: *Мэтай «Буквара» было не проста навучыць чытаць, але навучыць чытаць добрыя тэксты* (Літаратура і мастацтва, 13.09.2018).

Особенностью статей на английском языке является то, что в большинстве проанализированных текстов журналист подводит итог, ссылаясь на специалиста: *Its co-editor, Paul Edmondson, an expert from the educational charity, said: "These theories just seem to get more and more fantastic and take us into the realms of science fiction and fantasy novels. This has always been part of the fascination of those who are seeking to disprove authenticated history"* (The Guardian, 28.10.2017).

Проведенный анализ показал, что структура аналитических статей культурно-исторического дискурса характеризуется нежесткой последовательностью семантических компонентов. Наиболее подвижным компонентом является 'исследование автора', так как рассматриваемый жанр подразумевает тщательный анализ представленных фактов и их оценку на всем дискурсивном пространстве статьи как на английском, так и на белорусском языке. Компонент 'комментарий специалиста', хотя и не является обязательным, способен разнообразить и «оживить» статью. Данный компонент чаще встречается в аналитической статье на английском языке и выражен прямой речью. В аналитической статье на белорусском языке комментарий автора выражен в большинстве случаев косвенной речью, но не характерен для абсолютного большинства анализируемых статей. Семантический компонент 'вывод' всегда расположен в конце текста и имеет коммуникативную цель убедить адресата в актуальности и важности описываемой культурно-исторической реалии.

**М. А. Суркова**

#### МАДЭЛІ РЭГУЛЯРНАЙ ПОЛІСЕМІІ І МЕТАФАРЫЗАЦЫІ ПРЫМЕТНІКАЎ-КАЛЯРОНІМАЎ У СКЛАДЗЕ КАЛАКАЦЫЙ У АНГЛІЙСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ МОВАХ

Вывучэнне праблематыкі каляронімаў традыцыйна з'яўляецца часткай семантычных даследаванняў у лінгвістыцы. У рэальным свеце колер не існуе па-за межамі асобных аб'ектаў. Ён заўсёды прывязаны да якога-небудзь класу аб'ектаў і не існуе як самастойны дэнатат. Семантыка колеру займае асобнае месца ў кагнітыўных даследаваннях моўнай карціны свету. Пры звяртанні лінгвістаў да праблем каляронімаў аб'ектам даследавання становяцца, перш за ўсё, структурна-семантычныя асаблівасці гэтай групы слоў, іх этнакультурная спецыфікацыя.

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляюцца прыметнікі-каляронімы ў англійскай і беларускай мовах у складзе калакацый, а таксама іх семантычная структура на падставе лексікаграфічных дадзеных на матэрыяле тумачальных, частотных і асацыятыўных слоўнікаў.

Мэтай дадзенага даследавання з'яўляецца прасачыць, наколькі блізкімі з'яўляюцца мадэлі рэгулярнай полісеміі і метафарызацыі абранай групы слоў ў англійскай і беларускай мовах.

У якасці гіпотэзы мы выказваем меркаванне аб тым, што мадэлі рэгулярнай полісеміі і метафарызацыі павінны мець адрозненні і валодаць ідыяэтычнымі асаблівасцямі ў дзвюх мовах, якія параўноўваюцца, з прычыны таго, што яны належаць да розных моўных арэалаў і гістарычна-культурных традыцый.

Асноўныя колеры – гэта найбольш абстрактныя ўтварэнні, на сінхронным узроўні найменш матываваныя, якія выступаюць у адносінах да неасноўных колераў як гіперонімы і маюць значную колькасць лексіка-семантычных варыянтаў. Мы, услед за большасцю даследчыкаў (А. Вежбіцка, В. Г. Кульпіна, А. Х. Мерзлякова, М. У. Разладава), згодныя з вылученнем 11 асноўных колераў ў беларускай мове і 10 ў англійскай за кошт таго, што ў ёй няма падзелу на *блакітны* і *сіні* колеры. Дадзены даклад прысвечаны толькі тым каляронімам, якія валодаюць высокай ці сярэдняй ступенню полісеміі і адпавядаюць астатнім крытэрыям адбору, пададзеным у даследаванні. Гэта прыметнікі *чырвоны, жоўты, зялёны, блакітны/сіні, карычневы, белы, чорны; red, yellow, green, blue, brown, white, black*.

У аснове рэгулярнай полісеміі знаходзіцца паўтаральнасць розных лексічных адзінак і семантычных адносін паміж зыходным і вытворным значэнням, абумоўленых аднатыпнасцю. Вылучаюць наступныя тыпы вытворных значэнняў: 1) метанімічныя пераносы: другасная метанімія, каўзальная метанімія, канверсіўная метанімія, 2) сінекдаха, 3) метафарычныя пераносы: полірэцэпторная метафара, монарэцэпторная метафара, імпрэсіўная метафара. Менавіта гэтыя тыпы пераносаў з'яўляюцца істотнымі і асноўнымі пры апісанні семантыкі каляронімаў.

Падчас даследавання мы выявілі, што развіццё пераносных значэнняў прыметнікаў абранай групы ў абедзвюх мовах ідзе ў асноўным па падобных рэгулярных мадэлях метанімічнага і метафарычнага пераносу. Агульным для ўсіх прыметнікаў дазенай ЛСГ (акрамя *карычневы*) з'яўляецца перанос па гіпа-гіперанімічнай мадэлі, калі вытворнае значэнне поўнаасцю ўваходзіць ў асноўнае. Адносіны паміж гэтымі значэннямі можна ахарактарызаваць як лагічныя адносіны поўнага ўключэння.

Каляронімы ў англійскай мове хутчэй развіваюць метафарычныя значэнні ў параўнанні з беларускімі прыметнікамі, якія імкнуцца больш да метанімічных мадэляў пераносу, якія таксама сустракаюцца і ў англійскай мове. Прыклады тыповых мадэляў метанімічнага пераносу:

• каўзальная метанімія: 'які мае колер А => таму што => які мае на паверхні Х' – 'які мае цёмны колер, таму што брудны, запэцканы': *чорныя*

рукі, *black hands*; ‘які мае зялёны колер’  $\Rightarrow$  таму што  $\Rightarrow$  ‘складаецца з зелены’: *зялёны корм, зялёныя ўгнаенні, зялёны боршч, зялёнае варыва; green food, green folder, green fence*;

- сінекдаха: ‘які мае колер А  $\Rightarrow$  які мае адценне колеру А + [адзнака -]’ (пра скуру, пра колер твару): *зялёны твар, to turn green; blue skin, сіні тварык*;

- другасная метанімія: ‘які мае колер А  $\Rightarrow$  які мае адценне А + Х’, дзе Х – скура, поўсць жывёлы або адценне: *чорныя расы, a black student; a yellow girl; a white dog; блакітная сукенка*.

Найбольш тыповымі відамі метафарычнага пераносу з’яўляюцца наступныя пераходы:

- колер – эмоцыя (*to be green with envy; белы ад жаху*);
- колер – адзнака (‘які змяшчае зло’ – бел.: *чорнае злачынства, чорныя кнігі, чорная пячатка*; англ.: *black magic, black art*);
- колер – інтэнсіўнасць (*blue fear ‘extreme, complete’; чорная меланхолія*). Першы від пераходу значна больш часта сустракаецца ў англійскіх каляронімаў.

У наступнай табліцы падаюцца некаторыя спецыфічныя для кожнай з моў мадэлі пераносу адпаведна колерам:

Колер	Віды пераносу	Мадэлі пераносу
сіні/ блакітны/ blue	каўзальная метанімія	Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае колер А сваім сімвалам’ актуалізуе ў дадзеным выпадку варыянт ‘які належыць да кансерватыўнай партыі’. Гэтае значэнне з’яўляецца гістарычна і культурна-сацыяльна матываваным, таму характэрна толькі для англійскай мовы: <i>the Blue lodge of Freemasons, a blue conservative</i> .
зялёны/ green	каўзальная метанімія	Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які не суадносіцца з нормай + ужыванне’. англ. Размова ідзе пра любы прадмет, які павінны прайсці апрацоўку перад ужываннем: <i>green wood, green tobacco, green bricks</i> .
	імпрэсіўная метафара	1) англ. Перанос ‘які мае колер А + [сакавітасць + моц + маладосць + свежасць + int.] $\Rightarrow$ які валодае энэргіяй, моццю’: <i>to be green at heart, green old age</i> . 2) англ. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае + паходжанне + нядаўна’ (свежы, новы): <i>green wound, green milk</i> .
чырвоны/ red	другасная метанімія	Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае колер А + Х’, дзе Х – скура: ‘of coppery skin of American Indians’.
	метафара адзнакі	бел. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які валодае станоўчай якасцю’ (пачэсны, парадны; яркі, светлы, прыгожы): <i>за чырвоным сталом; чырвоная вясна, чырвоная рانیца</i>
карычневы/ brown	другасная метанімія	англ. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае адценне А + Х’, дзе Х – скура’ (пра народы) рэалізуе варыянт ‘які мае цёмны колер скуры і валасоў’: <i>a brown boy, brown Indian</i> .

жоўты/ yellow	другасная метанімія	1. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае колер А + X’, дзе X – скура: а) <i>англ.</i> Колер указвае на прыкмету расы: <i>a yellow girl, yellow race, yellow peril</i> . Гэтае значэнне адносяць да размоўнага стылю, з паметкай ‘offensive’.
	імпрэсіўная метафара	1. Перанос ‘які мае колер А + [адзнака –] $\Rightarrow$ які перажывае пачуццё С’: а) <i>англ.</i> Перанос ‘які перажывае пачуццё зайздрасці, рэўнасці’: <i>a yellow look, yellow mood</i> ; б) <i>англ.</i> ‘які перажывае страх’: <i>He’s too yellow to fight</i> .

Мы выявілі, што некаторыя каляронімы маюць уласныя этна-культурныя асаблівасці, звязаныя з гісторыяй, ладам жыцця, сацыяльна-культурнай спецыфікай народу.

Так, наяўнасць такіх значэнняў у структуры прыметніка *белы* як ‘контррэвалюцыйны’, ‘дагледжаны’ (пра хату), ‘светлы, ясны’ (пра ночы) указвае на адметнасці ў грамадска-палітычным жыцці, культуры і ўспрыняцці з’яў прыроды беларусамі. У англійскай мове слова *white* асацыіруецца з нечым прыемным, любімым, лепшым, а не толькі чыстым і светлым. Для прыметніка *blue* перанос ‘які мае колер А + [надзейнасць]  $\Rightarrow$  які мае якасць + надзейнасць’ узнік на падставе асаблівасці псіхалагічнага ўспрыняцця сіняга колеру, колеру спакою, традыцыйнасці: *blue chip*. Цікавым падаецца і тое, што у беларускай мове вылучаюць значэнні з моцным пазітыўным зарадам, такія як ‘яркі, ясны, светлы, пачэсны’ і ‘новы, прыгожы, цудоўны’, якія абумоўліваюцца гістарычным развіццём каляроніма *чырвоны* ў агульнаславянскай культуры.

Разам з тым пэўны рад каляронімаў-характарыстык аб’екта абумоўлены сацыяльна і звязаны з лінгвістычнай традыцыяй, якая існуе сярод прадстаўнікоў дадзенага грамадства.

## Т. А. Сысоева

### АКТУАЛІЗАЦІЯ КАТЕГОРИИ АВТОРА В ПЕЧАТНОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Известно, что тексты аналитического характера (письма, комментарии, статьи) тяготеют к открытой манифестации авторского «Я». Степень авторского присутствия может варьироваться в зависимости от жанра, однако неизменным является открытое выражение отношения к сообщаемому. Такой порядок вещей обусловлен процессами, происходящими в современной медиасфере, а именно персонификацией и субъективизацией медийных жанров. Изображение событий в газетно-публицистических текстах дается через опыт, мировоззрение адресанта, усиливая роль личностного начала в тексте и подчиняя его форму и содержание глобальной целеустановке – выражению мнения автора по поводу актуальной проблемы.

С целью анализа средств, способных вербализовать категорию адресанта в медийных сообщениях, обратимся к текстам жанра «газетная дискуссия».