

3. Ter-Minasova, S. G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya / S. G. Ter-Minasova. – M. : Slovo/Slovo, 2008. – 264 s.

4. Jakobson, R. On Linguistic aspects of translation / R. Jakobson // On Translation / R. A. Brower (ed.). – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1959. – P. 232–239.

5. Kade, O. Vermittelte Kommunikation Sprachmittlung. Translation / O. Kade. – Leipzig : VEB Verlag Enzyklopadie, 1977. – S. 44–51.

**А. В. Красник**

*Минский государственный лингвистический университет, Минск*

## **СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В БИНОМЕ S-R КАК ОТРАЖЕНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ГОВОРЯЩЕГО**

***Резюме.** Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучить значение слова как модель, отражающую способ восприятия мира носителем языка. Целью является выявление семантических отношений в ассоциативном биноме, которые позволяют получить различные указания о связях слов с другими словами лексикона конкретного языка для последующей их манифестации в процессе коммуникации. В качестве метода анализа был проведен свободный ассоциативный эксперимент на материале лексических наименований погодных явлений (было получено 3570 реакций, из них 567 разных). В результате анализа отношений в грамматически не связанном биноме были выявлены различные по характеру виды парадигматических отношений; в грамматически связанном биноме – синтагматические отношения. В заключение следует отметить, что в семантических отношениях, характеризующих ассоциативные биномы, отражается способность этих слов к взаимозаменяемости или к совместной встречаемости в речи.*

***Ключевые слова:** семантические отношения, психолингвистическая модель значения, ассоциативный бином, стратегия.*

**A. V. Krasnik**

*Minsk State Linguistic University, Minsk*

## **SEMANTIC RELATIONSHIPS IN THE BINOMIAL S-R AS A REFLECTION OF THE SPEAKER'S COMMUNICATIVE STRATEGY**

***Abstract.** The relevance of the study is due to the need to investigate the word meaning as a model that reflects the way the world is perceived by a native speaker. The aim is to identify semantic relations in the associative binomial, that will indicate the connection of words in the*

*lexicon of a particular language for their subsequent manifestation in the communication process. The method of free associative experiment was used to study lexical units naming weather phenomena (3570 associations were obtained, 567 amidst are different). The results of the analysis revealed paradigmatic relations in a grammatically unrelated binominal, and syntagmatic relations in a grammatically related binominal. In conclusion, it should be noted that the semantic relations characterizing associative binominals reflect interchangeability of these words or their coexistence in speech.*

**Key words:** *semantic relations, psycholinguistic meaning, associative binominal, strategy.*

Живя в социуме, человек каждый день сталкивается с потребностью высказать свое мнение, отношение к чему-либо и т. д. Ставя перед собой коммуникативную цель и следуя определенной коммуникативной интенции, говорящий вырабатывает коммуникативную стратегию, преобразующуюся в коммуникативную тактику. На выбор коммуникативной стратегии влияет то, чего хочет добиться говорящий в процессе общения. Немаловажную роль при этом играет выбор лексического оформления мысли как реализация стратегической либо тактической задачи говорящего.

Значение слова, изучаемое нами с позиции психолингвистики, следует понимать как сложную систему семантических компонентов, рассматриваемую «в динамике коммуникации, во всей полноте лингвистической, психологической, социальной обусловленности употребления слова» (Леонтьев, 2011). Психолингвистическая модель значения соответствует значению, функционирующему в речевой деятельности носителя языка. Используемый для изучения психолингвистической модели значения ассоциативный эксперимент дает представление о различиях, существующих в выборе стратегии ассоциирования говорящим.

Как отмечает А. П. Клименко, реакции в свободном ассоциативном эксперименте могут быть грамматически не связаны со стимулом и образовывать ассоциативный бином, члены которого входят в одну лексическую парадигму, либо могут образовывать со стимулом грамматически оформленные сочетания слов (Клименко, 1980). В результате анализа отношений в грамматически не связанном бинOME были выявлены

синонимические отношения, антонимические отношения, родо-видовые отношения, отношения соподчинения, отношения части-целого, тематические отношения.

Синонимические отношения возникают в ситуациях, когда носитель языка останавливается перед выбором одного из возможных эквивалентных слов для передачи некоторого содержания, а не замены. В полученных синонимических бинамах (11 пар) встречаются реакции, являющиеся абсолютными синонимами стимулу, т.е. которые могут употребляться один вместо другого в любом контексте: *downpour – cloudburst, hoar-frost – rime*, либо реакции-синонимы с более широким или более узким значением, чем стимул: *cloudburst – shower, shower – downpour, mist – haze, sleet – slush*. Наряду с синонимическими отношениями были выявлены и отношения антонимические (6 пар), которые проявляются в условиях, когда у носителя языка возникает требующая разрешения неопределенность. Это может быть выбор между проявлением погодного явления и его отсутствием: *squall – calm*, либо в рамках одного и того же погодного явления, но с противоположной степенью интенсивности: *shower – sprinkle, cold – warm, cold – hot*.

Родо-видовые отношения в ассоциативном бинOME были выявлены в 61 паре. Среди них есть как прямые (30 пар), так и обратные реакции (31 пара). Прямые реакции присутствуют в бинOME, когда стимул выступает в виде родового слова по отношению к видовым реакциям. При этом наблюдается транзитивность отношений, свидетельствующая об их иерархии: видовая реакция в бинOME, выступая в качестве стимула, является родовой по отношению к последующей видовой реакции: стимул *precipitation* является родовым словом для всех видов осадков *snow, rain, hail, dew, mist, hoar-frost*, в то время как в ассоциативном поле *rain* стимул обобщает реакции, являющиеся видами дождя, такими как *drizzle, shower, downpour*. Примерами обратных реакций могут быть реакция *wind*, являющаяся родовой для видовых стимулов *breeze, gale, hurricane, storm, squall, tornado, whirlwind*; реакция *snow* служит родовой реакцией по отношению к стимулам *hail, sleet, slush*. В грамматически не связанном бинOME иерархия видо-родовых

отношений допускает выпадение ближайшего родового слова. Так, ассоциация *weather*, полученная на стимулы *squall*, *tornado* и *whirlwind*, является родовой по отношению к видовым стимулам ветрам, хотя ближайшая родовая ассоциация должна была быть *wind*. Данная ассоциация является родовой по отношению к стимулам, означающим осадки и температурные колебания *hoar-frost* и *thaw*, хотя ближайшая родовая ассоциация должна была быть *precipitation* и *temperature*. Транзитивность присуща и видо-родовым отношениям, но в качестве первой реакции на видовой стимул возникает ближайшее родовое слово, что может свидетельствовать о достаточной сильной связи между стимулом и реакцией.

Среди типов отношений между стимулом и реакцией в грамматически не связанном биноме также были выявлены отношения соподчинения (96 пар), когда объёмы некоторых понятий не имеют общих элементов, но в то же время входят в объём какого-то третьего понятия, родового для них. Так, в ассоциативном поле *wind* реакция *rain* находится в отношении соподчинения со стимулом: они не могут служить прямой заменой друг друга, но оба относятся к погодным явлениям. Реакции-осадки *rain*, *cloud*, *snow*, *showers*, *downpour* находятся в отношениях соподчинения со стимулом *storm*, а стимул *downpour* находится в отношениях соподчинения с реакциями, обозначающими виды ветра *wind*, *storm* и с реакцией температуры *heat*. В ассоциативных полях стимул может находиться в отношениях соподчинения не только с реакциями, обозначающими противоположную группу погодных явления: ветер-осадки, ветер-температура, температура-осадки, но также вступать в отношения соподчинения с ассоциациями, обозначающими тот же вид погодных явлений: *tornado* – *typhoon*, *gale* – *hurricane*, *snow* – *shower*, *dew* – *rain*, *mist* – *rain*. Следует отметить, что реакции соподчинения, принадлежащие к иной группе погодных явлений, нежели стимул, возникают чаще, чем реакции, обозначающие такое же погодное явление, что можно объяснить высокой вероятностью возникновения нескольких погодных явлений одновременно, что находит отражение в сознании носителя языка.

Многоступенчатость проявления отношений между целым и его частями характерна для устройства объектов природы и погодных явлений, что находит отражение в отношениях часть-целое (46 пар). Так как стимулами выступали слова, обозначающие сами погодные явления, полученные биномы представляют собой только вариант целое – часть: *wind – gust, hurricane – eye, drop – dew – drop, rain – drop, snow – flakes, hail – ball*. Следует отметить, что часть некоторого целого является характерной для каждой группы явлений и не используется с другими явлениями.

Тематические отношения в грамматически не связанном бинOME не являются отношениями замены, поскольку ЛЕ отличаются более чем по одному признаку. Спектр тематических отношений между ассоциациями не ограничивается употреблением только собственно погодной лексики. Это могут быть разные типы тематических отношений, порожденных специфической знаковой деятельностью людей между означаемым и означающим: стимул-название погодного явления и реакция, обозначающая место протекания этого явления (99 пар): *wind – Scotland, squall – sea, breeze – beach, lightning – sky, snow – Belarus, rain – London*; стимул-название погодного явления и реакция, обозначающая время протекания погодного явления (54 пары): *squall – winter, gale – day, breeze – summer, thunder – night, rain – March*; стимул-название погодного явления и реакция, обозначающая объект влияния погодного явления (47 пар): *squall – baby, frost – children, wind – hair, haze – eyes, wind – clothesline, mist – car*; стимул-название погодного явления и реакция, обозначающая результат влияния погодного явления (96 пар): *rain – good smell, rain – life, blizzard – traffic jams, blizzard – accidents, wind – danger, storm – damage, heat – exhaustion*; стимул-название погодного явления и реакция, обозначающая способ борьбы с погодным явлением или способ защиты от него (51 пара): *hail – roof, rain – umbrella, fog – masks, slush – wellingtons, cloudburst – running inside, snow – shoveling, lightning – stay home*; стимул-название погодного явления и реакция,

обозначающая деятельность человека во время погодного явления (30 пар): *snow – snowballs, rain – reading, blizzard – cinnamon buns, tornado – music, cloudburst – dancing, cloud – picnic.*

Семантические отношения в грамматически не связанном бинOME классифицируются как парадигматические, а связь между стимулом и ассоциацией показывает, что оба члена бинOMA могут быть использованы в тексте или акте коммуникации. Стратегии ассоциирования в бинOME с парадигматическими отношениями основывается на выборе типичного субъекта или явления из класса подобных, выборе его составляющих. Тематические ассоциации отражают отношения между типичными объектами, субъектами и обстоятельствами, либо действиями.

Семантические отношения в грамматически связанном бинOME являются синтагматическими отношениями. Это отношения между стимулом и реакцией, которые составляют подчинительное сочетание, т.е. фрагмент текста. Синтагматические отношения были выделены на основе признаков и действий погодных явлений. Одним из типов синтагматических отношений являются атрибутивные реакции, когда испытуемые называют признак по отношению к субъекту. Выявленные реакции согласно концепции Е.М. Вольф, были разделены на дескриптивные и оценочные (Вольф Е.М., 1978). Дескриптивные прилагательные выражают собственные свойства предметов и не содержат никакой оценки (250 пар). Среди типичных признаков полученных адъективных реакций была выявлена интенсивность проявления погодного явления: *wind – strong, breeze – light, hail – hard, fog – dense*; место протекания погодного явления: *tornado – American, storm – tropical*; температурные признаки: *weather – warm, wind – cold, breeze – cool*; скорость протекания: *wind – fast, drizzle – continuous, lightning – quick*; внезапность проявления: *blizzard – sudden, downpour – unexpected*; звук: *storm – loud, thunder – echoing*; цвет, который ассоциируется либо с самим погодным явлением: *snow – white, lightning – silver, slush – brown, cloud – grey, fog –*

*yellow*, либо с общей картиной за окном: *drizzle – grey, downpour – grey, gale – grey*. Адъективные реакции в грамматически связанном ассоциативном бинOME могут выражать отношение говорящего к погодному явлению, что видно в таких бинOмах как *sleet – awful, dew – pretty, rainbow – beautiful, haze – oppressive, cloud – miserable*. Это оценочные прилагательные, которые выражают свойства, приписываемые им субъектом оценки (139 пар), с доминирующей ролью отрицательных прилагательных. Синтагматические отношения между стимулом именем существительным, и реакцией-глаголом составили 63 пары. Это действия, совершаемые природными явлениями: *rain – pour, fog – lift, whirlwind – spin*; результат действия погодного явления: *tornado – kills, lightning – dazzle, lightning – causes fire, drizzle – penetrate, slush – melt*. Синтагматические отношения в бинOME указывают на стратегию выбора типичного признака названного стимулом субъекта либо его действия, выбора «хороший – плохой» субъект.

Выявленные примеры показывают разнообразие семантических отношений в бинOME стимул – реакция. Стратегии ассоциирования, используемые носителем языка, характеризуются стереотипностью выбора ассоциации, а также характером связи, лежащем в основе ассоциативного бинOMA.

### Список литературы

1. Вольф, Е. М. Грамматика и семантика прилагательного: на материале иберо-романских языков / Е. М. Вольф. – М. : Наука, 1978. – 200 с.
2. Клименко, А. П. Проблемы лексической системности в психолингвистическом освещении : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / А. П. Клименко. – Минск, 1980. – 406 с.
3. Леонтьев, А. А. Психолингвистический аспект языкового значения / А. А. Леонтьев // Вопросы психолингвистики. – М. : ИЯ РАН, 2011. – № 13 – С. 8–29.

## References

1. Volf, E. M. Grammatika i semantika prilagatel'nogo: na materiale ibero-romanskih yazyikov / E. M. Volf. – M. : Nauka, 1978. – 200 s.
2. Klimenko, A. P. Problemyi leksicheskoy sistemnosti v psiholingvisticheskom osveschenii : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.19 / A. P. Klimenko. – Minsk, 1980. – 406 s.
3. Leontev, A. A. Psiholingvisticheskiy aspekt yazykovogo znacheniya / A. A. Leontev // Voprosyi psiholingvistiki. – M. : IYA RAN, 2011. – № 13 – S. 8–29.

**А. В. Куракин, И. В. Попова**

*Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, Орел*

### **ПОБУЖДЕНИЕ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ**

***Резюме.** Актуальность статьи заключается, с одной стороны, в интересе ученых к изучению языка рекламного текста, с другой, – в недостаточности данных исследований. Цель – рассмотреть отдельные формы выражения побуждения, обозначив при этом общую стратегию. Материалом для исследования послужили тексты телевизионной рекламы, методом – лингвистическое описание. Основные положения: необходимо изучить основные значения терминов «рекламная тактика» и «рекламная стратегия»; содержательный уровень манипуляций включает в себя различные рекламные стратегии; для реализации главной функции рекламы, заключающейся в воздействии на реципиента с целью побудить его приобрести определенный товар или услугу, применяется тактика побуждения, грамматически выраженного глаголами в форме повелительного наклонения 2-го лица единственного или множественного числа, при этом рассмотрены следующие позиции: для установления доверительных отношений и демонстраирования дружеского обращения употребляются формы повелительного наклонения единственного числа; использование «манипулятивной инструкции»; сложные предложения с причинно-следственной связью; эллиптические предложения.*

***Ключевые слова.** Речевое воздействие, рекламная тактика, рекламная стратегия, побуждение, повелительное наклонение.*