

## КОННОТАЦИЯ ИМПЕРАТИВА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Человек – это основа, за счет которой язык вообще существует и динамично развивается. Язык можно считать отражением эмоционального состояния человека. *Эмоциональность* – это способность субъекта переживать эмоции и открыто выражать их. *Эмотивность* же – продуманный набор языковых средств отображения эмоций для того чтобы как-то воздействовать на адресата. Согласно А. В. Кунину, эмотивность – это «эмоциональность в языковом преломлении».

Категория эмоциональности универсальна и способна выражаться - всех языковых уровней. Однако побуждение к действию как нельзя лучше в языке выражается именно императивом. **Цель** доклада: на материале художественного текста проанализировать коннотативные оттенки императивных конструкций с учетом их структурно-семантических характеристик. Источником фактического материала явились произведения А. П. Чехова. В ходе анализа нами было выявлено девять лексико-грамматических приемов выражения императива и соответственно некоторых коннотативных значений, которые осуществляют связь определенной императивной формы с контекстом ее употребления. Следует отметить, что в художественном тексте императив может функционировать совершенно по-разному: позволяет не только побуждать, приказывать, к примеру, но и предлагать, советовать, спрашивать, ставить условия или даже намекать. Рассмотрим некоторые семантические типы побуждения и их добавочные значения:

1) мольба (семантика отчаяния): – *Бери, окаянный, и лошадь, и телегу, только не губи ты моей души!* («Пересолил»);

2) побуждение к совместному действию: – *В таком случае, давайте есть. Что же ждать?* («Леший»);

3) разрешение (оттенок отчаяния): – *Пускай артисты подадут на меня в суд! Что суд?* («Душечка»);

4) предложение помощи (оттенок нетерпеливости): – *Вася, дай я за тебя поставлю! — говорит Соня.* («Детвора»);

5) коннотация торжественности призыва: – *Господа, покорнейше прошу! Ужинать! Молодые люди!* («Леший»);

6) намёк: – *Пора бы уж и пирог подавать. Я сейчас ее позову.* («Леший»);

7) приказ: – *Полный ход! Пошел к свистку!* («Белолобый»);

8) просьба: – *И квасу мне принесишь.* («Вишневый сад»);

9) вежливое предложение: – *Крёстненький, выпьете водки?(выпейте)* («Леший»);

10) совет (коннотация вежливости): – *Ты бы лучше надел серенький костюмчик. Этот тебе не к лицу.* («Леший»);

11) смягчение повеления: – *Вафля, отрежь-ка мне ветчины!* («Леший»);

12) дружеское обращение с определенной целью: – *Давайте-ка зайдем в аптеку и купим чего-нибудь!* («Аптекарьша»)

Результаты проведенного анализа позволяют заключить, что способы выражения коннотации императива в художественном тексте в структурно-семантическом отношении весьма разнообразны.

**Е. Лосева**

## НОВЕЙШИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ-АНГЛИЦИЗМЫ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ

Лексическая система языка является самой открытой по сравнению с фонетической, синтаксической, грамматической системами. В последние десятилетия одной из важнейших тенденций развития русского языка является более частое употребление иноязычных слов, что происходит посредством заимствования иноязычной лексики.

**Объектом** исследования в работе выступали новейшие заимствования из английского языка. Примеры употребления иноязычных слов, рассматриваемых в данной работе, были взяты из Национального корпуса русского языка, печатных произведений, различных интернет-порталов, интернет-изданий и др.

В наши дни использование англицизмов вышло за рамки профессиональных сфер общения или авторского слога современной литературы. В «окололитературной» сфере возникают новые виды и названия печатной продукции, новые стратегии и способы продвижения текстов, заявляются новые читательские роли, появляются новые нарративные приёмы и др.

При анализе лексики были выявлены как полноэквивалентные слова (*вэнити наблшинг, гострайтер, лайфлоггинг* и др.), так и неполноэквивалентные (*бета-ридер, букридер, блук, буккроссинг, вебблиография, гайд, дримбук, клифф ноут, копилефт, копинаст, кофе тейбл бук, ремикс, спойлер* и др.).

Сравним, например, *бестселлер* и *bestseller*. В русском языке слово имеет значение *'популярное печатное издание, пользующееся особо высоким читательским спросом, коммерческим успехом; наиболее раскупаемая книга, адресованная самой широкой аудитории'*, в английском языке оно имеет более широкое значение *'книга, либо любой другой товар, продающийся в больших количествах'*. Это говорит о неполноэквивалентности значений. В данном примере можно выделить следующие понятийные доли (или семы), *'печатное издание'*, *'продаётся в больших количествах'*, но в русском языке слово *бестселлер* ассоциируется у носителей языка именно с книгой, в то время как у носителей английского языка *бестселлером* может быть любой товар.

Наиболее часто встречающимся случаем расхождения значений является несовпадение их предметно-логического содержания. Русское слово может совпадать с английским не во всех его значениях (например, *'beta-reader'* и *'бета-ридер'*, *'bookreader'* и *'букридер'*, *'guide'* и *'гайд'* и др.).