

Вполне возможно, что изменение написания связано с процессом унификации терминологии. Языку уже известен зафиксированный словарем термин *ротавирус*. Заимствован он из латинского языка и почти ничего не имеет общего с русским словом *рот*, хотя эта инфекция и связана со слизистой рта, через которую вирус проникает в организм. Название свое этот вирус получил по внешнему виду: под микроскопом, как утверждают исследователи, этот вирус напоминает колесо с четко очерченным ободком. В переводе с латинского языка *rota* означает 'колесо'. По-видимому, можно было оставить дефисное написание обоих терминов, но они уже прочно входят в речь с написанием через А и слитно.

О. И. Десюкевич

ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЯ В ПОЛЬСКОЙ ЭТНОЛИНГВИСТИКЕ И РУССКОЙ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ АНТРОПОЛИНГВИСТИКЕ: ОПЫТ СОПОСТАВЛЕНИЯ

Человек говорящий, проявляющий себя в актах понимания и создания текстов, является объектом изучения очень многих лингвистических школ. Из всего их разнообразия рассмотрим русскую антропололингвистику (В. И. Карасик) и люблинскую школу этнолингвистики (Е. Бартминьский), которые объединяет то, что свои исследования представлений о личностях, воплощающих свою (и/или чужую) лингвокультуры, они основывают на достижениях когнитивной науки.

В русской аксиологической антропололингвистике, основанной на теории языковой личности Ю. Н. Караулова, разработана типология языковых личностей. На основании критерия уровня языковой культуры выделены элитарные и массовые языковые личности: в рамках первого типа – «творцы» и «эксперты»; в рамках второго – маргинальные (экстернальные) и вульгарные языковые личности. Кроме этого, разработана теория *лингвокультурных типажей* (ЛКТ).

Содержанием ЛКТ является обобщенное представление о личности, модельной для определенной культуры, которой подражают или, напротив, сходства с которой стремятся избежать. Как и другие типы концептов, ЛКТ представлен в русле аксиологических исследований как сложное единство понятийного, перцептивно-образного и ценностного компонентов, выделяемых на основе анализа системных данных (прежде всего статей толковых словарей), употреблений соответствующей лексики в текстах разных типов, кроме того, для описания типажа могут привлекаться данные опросов. Типология типажей многопланова, поскольку типизация может проводиться по разным основаниям. Среди существенных признаков, позволяющих рассматривать определенную личность как ЛКТ, исследователями выделяются типизируемость, значимость, возможность как фактического, так и фикционального существования, а также наличие упрощенной,

карикатурной репрезентации. Примерами ЛКТ могут служить американский ковбой, английский аристократ, русский интеллигент. Данные социально-культурные типы рассматриваются как модельные личности, поскольку они существенны для знаний о целой лингвокультуре, они представимы, т.е. помимо собственно понятий о характере деятельности данной личности, они легко соотносятся с образом, «мыслительной картинкой», носители культуры способны интерпретировать и оценить данную личность, соотнести с воплощаемыми ею ценностями данной лингвокультуры. Статус личности как ЛКТ подтверждает присутствие в значимых для лингвокультуры литературных и кинотекстах, а также возможность ее иронической интерпретации, представления в «сниженном» тоне.

Понятие *лингвокультурный типаж* соотносится с понятием *стереотипа*, который в рамках анализируемой школы воспринимается скорее в социологическом смысле, в связи с чем типаж противопоставляется стереотипу. Типажу приписывается многомерность и относительная объективность, поскольку в его основе лежат обобщенные характеристики реально существующих или созданных творческим воображением людей. Стереотип является инструментом для обработки общественного мнения, навязывания обществу моделей поведения и связанных с ними ценностей.

Лингвокультурный типаж в реконструированном виде представляет собой *модусно-диктумное единство*, в котором *диктум* составляют выявленные исследователем типичные признаки модельной личности, а *модус* – типичные ее оценки, причем как собственные, так и оценки его другими представителями данной лингвокультуры. Например, лингвокультурный типаж английского чудака (диссертационное исследование Е. А. Ярмаховой) может быть представлен как модусно-диктальное единство, в котором диктумом являются признаки чудака и чудачества, а модусом выступают типичные позиции людей по отношению к чудакам: (Модус: Недоумение) + (Диктум: Необычность как странность, загадочность, стремление выделиться, непредсказуемость). Внутренняя форма номинаций чудака мотивирует признак странности признаками отклонения, искривления, физической ненормальности, психической ненормальности. Модус ЛКТ *чудак* определяется отношением к нему как неопасному, хотя и эксцентричному человеку. Сопоставление данных опроса английских и русских респондентов выявило, что для английских респондентов релевантны прежде всего особенности социального поведения чудаков (эксцентричность свойственна богатым людям либо выступает как знак успеха), в качестве типичного чудака у них приводится чудаковатая старушка; русские респонденты демонстрируют скорее стереотипное представление о типичном английском чудаке как пожилым чопорным джентльмене с зонтиком.

Лингвоперсонология в люблинской школе этнолингвистики не выделена в особое направление, обобщенные представления о личностях эксплицируются теми же методами, что и другие объекты. Предметом изучения в рамках данного направления являются *языковые стереотипы*, для экспликации которых был разработан метод профилирования.

С точки зрения Е. Бартминьского, стереотип неотделим от сущности естественного языка, от тех его стилей, для которых свойственны эмоциональные способы упорядочения мира, в которых отражена обыденная категоризация действительности. Таким образом, стереотип как единица обыденного мышления противопоставляется понятию как единице мышления научного. В отличие от последнего, стереотип не поддается воздействию опыта, характеризуется устойчивостью и выполняет защитную и интегративную функции, имеет яркую субъективную окраску, особую внутреннюю организацию и входит в состав культурно-языковой картины мира данного коммуникативного сообщества.

Введение в практику описания значения слова стереотипа позволяет более полно представить смысловое содержание слова, уловить связь значения с говорящим субъектом, его точкой зрения, системой ценностей, выявив таким образом не только семантику соответствующего языкового знака, но и его прагматику.

В с о д е р ж а н и и с т е р е о т и п а взаимосвязаны языковые и энциклопедические знания, которые в когнитивном подходе разделять признано непродуктивным. Языковой стереотип может быть выявлен посредством анализа внутренней формы слова, производных значений слова, значений его дериватов, фразеологизмов, в котором данное слово возникает как компонент, а также имплицатур. Выявленные путем анализа этих данных признаки составляют с е м а н т и ч е с к о е я д р о стереотипа, которое дополняется с помощью анкетирования и анализа учебных, художественных, публицистических текстов. Результатом профилирования является организованная относительно нескольких категориальных признаков (аспектов) совокупность частных признаков (фасет), в целом представляющих образ предмета, явления. В профилировании образа человека Е. Бартминьский предлагал выделить биографический, психологический, социальный, бытовой и этический профили (аспекты).

Так, когнитивная дефиниция работника верфи (stoczniowiec) включает в себя помимо акционального предиката 'работает на верфи' характеризующие – сильный, умелый, работающий тяжело и любящий свою тяжелую работу, последние актуализируют образ трудоголика и составляют бытовой профиль стереотипа. Ответы респондентов о прототипе работника верфи содержат указания на признаки человека, борющегося за свои права, выступающего против режима, – в данном образе актуализируются представления о солидарности общества, что пополняет социальный и этический профили образа.

Рассмотренные методологические подходы объединяет направленность исследования не только на экспликацию традиционных представлений об объекте, как это свойственно московской, екатеринбургской школам этнолингвистики, но также на обнаружение изменений в этих представлениях, характерных для современного городского общества. В достаточно большой степени коррелирует и выбор материала: анализ языковых и текстовых

данных дополняется экспериментальными данными, с тем отличием, однако, что в люблинской школе разработана этнолингвистическая анкета, позволяющая эксплицировать прототип образа, связанные с ними имплицатуры. Отличия подходов состоят в систематизации и представлении данных: в русской антропологистике выявленные признаки организуются в модально-диктумное единство, в польской школе систематизируются относительно аспектов профиля. Самое существенное отличие состоит в толковании стереотипа: в рамках первой он получает социологическое толкование и рассматривается как упрощенное оценочное суждение об объекте, во второй – это целостная единица обыденного мышления, включающая категориальные и оценочные признаки.

Е. М. Дубровченко

ПРИВАТНОСТЬ И ПУБЛИЧНОСТЬ В КОММУНИКАЦИИ: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Приватность и публичность представляют собой особый интерес для исследователей многих дисциплин, поскольку они выступают важными параметрами каждой коммуникативной ситуации. Большое значение обретает изучение приватности и публичности с позиции культурологии, позволяющей выявить ценностные ориентиры и национально-культурную специфику коммуникативного поведения.

Понятия *публичность* и *приватность* не получили однозначной интерпретации в научной литературе, кроме того, любопытным представляется тот факт, что эти феномены трактуются по-разному в разных культурах. Американское восприятие «публичного» и «приватного» значительно отличается от восприятия, принятого в России. Более того, в русском языке нет отдельного слова для наименования приватности. Марк Гарцелон утверждает, что американское понимание «публичного» «в значении социально заметного (*visibility*) или превалирующего общественного мнения» в русском языке соответствует терминам *общественный* или *социальный*.

В нашем исследовании приватность и публичность рассматриваются в качестве основных факторов, определяющих коммуникативную дистанцию. *Коммуникативная дистанция* представляет собой область пересечения геометрического и социального пространства, в котором проявляется тип взаимоотношений между коммуникантами (Ефанова). Геометрическое, или физическое, расстояние между коммуникантами в разных культурах различно, например, величина личной дистанции в арабской культуре гораздо меньше, чем в американской. Для американской культуры характерны 4 межсубъектные зоны, каждая из которых имеет близкую и дальнюю фазу и определенное количественное измерение: 1) интимную (0 – 45 см); 2) личную (46 – 120 см); 3) социальную (120 – 400 см); 4) публичную (более 400 см) (Холл). На основе данного деления коммуникативной дистанции можно