

# ВЕСТНИК МГЛУ

СЕРИЯ 1  
ФИЛОЛОГИЯ № 3 (100) / 2019



Серия основана в декабре 1996 года

Редакционная коллегия:

Л. А. Тарасевич (*главный редактор*),  
М. С. Рогачевская (*зам. главного редактора*),  
А. Н. Баранов, А. Н. Гордей, Е. Г. Задворная,  
Т. П. Карпилович, Г. Ф. Лепесская, Ю. В. Овсейчик,  
А. А. Романовская, З. А. Харитончик

*Журнал «Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология»  
включен Высшей аттестационной комиссией  
в перечень научных изданий Республики Беларусь  
для опубликования результатов диссертационных исследований*

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### Проблемы общего и типологического языкознания

<i>Аскари А. С.</i> О разграничении звуко-символизма и звукоподражания.....	7
<i>Алейник В. С., Сыроева Т. А.</i> Экспликация согласия в интернет-комментарии (на материале форумов, посвященных кинематографу).....	14
<i>Василенко Е. Н.</i> Комментарий в жанровом пространстве интернет-дискурса.....	20
<i>Воробей А. Н.</i> Моделирование семантической структуры многозначного производного слова в субстандарте (на материале американского и русского сленга).....	27
<i>Гладко М. А.</i> Императивность и кооперативность в коммуникативном пространстве г. Минска.....	35
<i>Графутко О. О.</i> Эмотивная ситуация как компонент семантической структуры художественного дискурса.....	41
<i>Иваноў Я. Я.</i> Абагульненасць зместу як лінгвістычная прымета афарыстычных адзінак.....	48
<i>Инь Дун.</i> Фитонимические образы человека в русском и китайском языках.....	56
<i>Козлова Ю. Е.</i> Мотивационные модели, лежащие в основе формирования номинаций понятия заботы (на материале литовского языка).....	62
<i>Лещенко К. И.</i> Рекурсивная реконструкция в методологическом аспекте.....	69
<i>Максименя Н. Н.</i> Культурная дифференциация театральных анонсов.....	75
<i>Шевцова А. К., Красовская Е. В.</i> Образ автора сквозь призму субъективной модальности в публицистическом дискурсе на белорусском, английском и французском языках.....	82
<i>Шуранова Е. Э.</i> О типах информации в семантике предметно-признаковых имен существительных (на материале немецкого и русского языков).....	89

### Романское и германское языкознание

<i>Ключенович С. С.</i> Национально-культурная детерминированность номинативных процессов в политическом и экономическом дискурсах.....	98
---	----

<i>Кратёнок И. В.</i> К определению ключевых терминов финансовой терминологии (на материале современного английского языка) .....	105
<i>Крот Л. Г.</i> Английская топонимия в диахроническом аспекте .....	114
<i>Манько Н. И.</i> Коммуникативно-интенциональный потенциал простых предложений в художественном тексте (на материале французского языка) .....	120
<i>Нестер Н. А.</i> Словообразовательные и прагматические характеристики окказионализмов в англоязычных рекламных слоганах.....	127
<i>Тропец Т. В.</i> Английские заимствования в структуре текста итальянской газетной публицистики .....	134

### **Литературоведение**

<i>Минина В. Г.</i> Постмодернизм и реализм британского романа рубежа XX–XXI веков .....	141
<i>Русецкая Д. В.</i> Эстетика метатеатральности в пьесе Тима Крауча «Моя рука» .....	148

### **Сообщения**

<i>Халипов В. В.</i> О рассмотрении диссертаций по специальности 10.01.03 Высшей аттестационной комиссией Республики Беларусь (2018 г.).....	155
<i>Наши авторы</i> .....	159

## CONTENTS

### General and Typological Linguistics

<i>Askary A. S.</i> On Differentiation Between Sound Symbolism and Onomatopoeia .....	7
<i>Aleinik V. S., Sysoyeva T. A.</i> Manifestation of Agreement in Internet Commentary (on the Example of Movie Discussion Forums) .....	14
<i>Vasilenko E. N.</i> A Comment in the Genre Space of Internet Discourse .....	20
<i>Vorobei A.</i> Modeling of Semantic Structure of Polysemantic Derivatives in the Substandard (on the Basis of American and Russian Slang) .....	27
<i>Gladko M. A.</i> Imperativeness and Cooperativity in the Communicative Landscape of the City of Minsk .....	35
<i>Grafutko O. O.</i> An Emotive Situation as a Component of the Semantic Structure of Fictional Discourse .....	41
<i>Ivanov E. E.</i> Generalization of Meaning as a Linguistic Sign of Aphoristic Units .....	48
<i>Yin Dong.</i> Phytonymic Images of Human Beings in Russian and Chinese Languages .....	56
<i>Kozlova Yu. Ye.</i> Motivation Patterns Contributing to the Formation of the Nominative Units with the Semantics of Care (on the Example of Lithuanian) .....	62
<i>Leshchenko K. I.</i> Recursive Reconstruction in the Context of Methodology .....	69
<i>Maximenya N. N.</i> Cultural Differentiation of Theater Announcements .....	75
<i>Shevtsova A. K., Krasovskaya K. V.</i> Image of the Author through the Prism of Subjective Modality in Publicistic Discourse in the Belarusian, English and French Languages .....	82
<i>Shuranova E.</i> Types of Information in the Semantics of the German and Russian Substance-Attribute Nouns .....	89

### Romance and Germanic Linguistics

<i>Klyuchenovich S.</i> National-Cultural Determination of Nomination Processes in Political and Economic Discourses .....	98
--	----

<i>Kratenok I. V.</i> On Identification of Key Terms in English Financial Terminology (Based on the Material of Modern English) ..	105
<i>Krot L.G.</i> English Toponymy in a Diachronic Aspect .....	114
<i>Manko N. I.</i> Communicative Intentional Potential of Simple Sentences in the Literary Text (on the Material of the French Language) .....	120
<i>Nestser N. A.</i> Derivational and Pragmatic Characteristics of Occasionalisms in Advertising Slogans.....	127
<i>Trapets T. U.</i> Anglicisms in the Structure of an Italian Newspaper Article .....	134

### **Literary Studies**

<i>Minina V. G.</i> British Novel in 20th–21st Centuries: Postmodernism vs. Realism .....	141
<i>Rusetskaya D. V.</i> The Aesthetics of Metatheatrality in Tim Crouch’s Play “My Arm” .....	148

### **Short Communications**

<i>Khalipov V. V.</i> On the Review of Dissertations in Specialty 10.01.03 by the Higher Attestation Committee of the Republic of Belarus (2018) .....	155
<i>Our authors</i> .....	159

**ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И ТИПОЛОГИЧЕСКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ****А. С. Аскари****О РАЗГРАНИЧЕНИИ ЗВУКОСИМВОЛИЗМА  
И ЗВУКОПОДРАЖАНИЯ**

В статье рассматривается проблема разграничения звуко­символизма и звуко­подражания, анализируются достоинства и недостатки таких терминов, как *звуко­символизм*, *звуко­подражание*, *идеофон*, *образное слово*, *мимема*, *имитатив*, *ономатопея*. Автором дается уточненное определение термина *звуко­подражание*, основанное на теории имитативов Г. Е. Корнилова, предлагается собственная парадигма звуко­подражаний, разработанная с учетом полученных данных по звуковыражениям, звуко­образам и звуко­изображениям корейского и персидского языков.

Лингвисты до сих пор не пришли к общепринятому пониманию терминов *звуко­подражание* и *звуко­символизм*. Различные направления и школы предлагают множество определений и классификаций, часто вступающих в противоречие друг с другом. Ситуация усложняется и ввиду того, что большинство исследований по звуко­подражаниям и звуко­символизму до середины XX в. редко выходили за рамки европейских языков. Это привело к ряду проблем в основаниях современной лингвистики. Однако анализ данных других языков, например, корейского, показывает, что необходимо пересмотреть существующие определения и создать классификацию звуко­подражаний, учитывающую особенности разносистемных языков. Ввиду большого количества работ по данной тематике, выполняемых в рамках тех или иных лингвистических направлений и школ, закономерно возникают вопросы с определениями понятий. В одних исследованиях некоторые термины (например, *звуко­подражание* и *ономатопея*) в Лингвистическом энциклопедическом словаре (далее – ЛЭС) [1, с. 165] выступают как синонимы, а в других различия между ними весьма значительные. В настоящей статье мы рассмотрим проблемные аспекты существующей терминологии, связанной с понятиями *звуко­подражание* и *звуко­символизм*.

Одним из первых с последовательной критикой существующей терминологии выступил Г. Е. Корнилов в монографии «Имитативы в чувашском языке» [2, с. 58–60]. Автор анализирует термин *идеофон*, использованный в работах Б. В. Журковского [3; 4], и отмечает два его недостатка. Во-первых, в африканистике данным термином обозначается классный показатель со звуко­подражательной основой в языках банту [2, с. 58; 5, с. 165]. В ЛЭС нет статьи об *идеофонах*, авторы словаря предлагают обратиться к статье о *звуко­символизме*. Во-вторых, в теории имитативов Г. Е. Корнилова под этим термином понимается «базисная единица низшего порядка» по отношению к имитативу [2, с. 59].

Г. Е. Корнилов дает положительную оценку термину *мимема* [2, с. 59], введенному Н. И. Ашмаринным [6, с. 8]. Главным преимуществом термина ученый считает то, что на его основе можно образовать название науки (мимология). Несмотря на то, что термин *мимема* был поддержан такими крупными специалистами по рассматриваемой теме, как Н. К. Дмитриев и А. М. Газов-Гинзберг, он не получил широкого распространения [2, с. 59]. Толкование данного термина отсутствует в словарях, в том числе в ЛЭС и в Словаре лингвистических терминов О. С. Ахмановой (далее – СЛТ).

Терминологическое словосочетание *образные слова* было употреблено В. З. Панфиловым в «Грамматике нивхского языка» [7], Н. Б. Киле в работах по звукоподражаниям нанайского языка [8; 9], в исследованиях Л. А. Афанасьева [10], Е. В. Нестеровой [11]. Г. Е. Корнилов указывает на основной недостаток данного термина: чаще всего он используется в ином значении в таких дисциплинах, как литературоведение и стилистика [2, с. 59].

Весьма жестко Г. Е. Корнилов критикует определение традиционного, а потому удобного термина *звукоподражание* в СЛТ. Лингвист считает, что это толкование нанесло «непоправимый вред делу признания теории звукоподражательного происхождения человеческой речи» [2, с. 59]. В СЛТ термин *звукоподражание (ономатопея)* имеет два значения: 1) «условное воспроизведение звуков природы и звучаний, сопровождающих некоторые процессы (дрожь, смех, свист и т.д.), а также криков животных»; 2) «создание слов, звуковые оболочки которых в той или иной степени напоминают называемые (обозначаемые) предметы и явления» [5, с. 157]. Мы солидарны с мнением Г. Е. Корнилова о том, что такое определение имеет недостатки, поскольку звукоподражания – это речь, представляющая собой «подражание звукам, процессам, движениям; световым, цветовым, статическим и иным явлениям и качествам окружающей действительности (включая и самого человека во всех его проявлениях) с помощью звуков (звуковых комплексов и звучаний)» [2, с. 60]. Г. Е. Корнилов правильно указывает на то, что звукоподражание – это не подражание звукам, а подражание с помощью звуков [2, с. 60], то есть использует термин в широком смысле. Еще В. Скаличка предлагал рассматривать звукоподражания в широком смысле и считал уместным «распространить понятие звукоподражательности и на аналогичные явления оптических систем», чтобы увеличить «ценность данного понятия» [12, с. 281]. Б. В. Журковский, цитируя фрагмент статьи Д. Кунене «The ideophone in Southern Sotho», справедливо отмечает: «Относительно терминов, свидетельствующих о чисто звукоподражательном происхождении идеофонов, следует возразить, что они “становятся бессмысленными ввиду существования идеофонов, описывающих тишину, а также цвет, запах, температуру, походку и т.д.”» [4, с. 10]. Мнение автора подтверждает тезис о том, что узкая трактовка звукоподражания опровергается данными неевропейских языков. На отсутствие во многих индоевропейских языках подражаний с помощью звука не-звуку указывал и Н. Б. Киле [8, с. 125].



Поскольку во многих работах термин *звукоподражание* используется в узком смысле (подражание звуку), Г. Е. Корнилов вводит термин *имитатив*, под которым понимает «подражание с помощью звуков объектам живой и неживой природы, а также их свойствам и качествам, событиям и явлениям» [2, с. 60]. Автор считает, что в современных языках имитативы превратились в части речи, хотя на предыдущем этапе развития языка (в имитативную эпоху) «это были единственно возможные максимальные отрезки речи, несущие в себе зародышевые состояния категорий предикативности, модальности и времени» [2, с. 60]. Древний корень-имитатив, по мнению автора, функционально равнозначен предложениям современных языков; звуки, составляющие имитатив, являются идеофонами, а не фонемами, и равнозначны современному слову [2, с. 181]. Достоинство термина заключается в том, что от него можно образовать наименование раздела языкознания, который Г. Е. Корнилов предлагает назвать *имитативикой (теорией имитативов)*. Имитативика исследует этап развития языка, выходящий за хронологические рамки, интересующие компаративистику, поэтому эти отрасли должны взаимодополнять друг друга [2, с. 180–181]. Автор указывает, что в современных языках имитативы представляют собой реликты предшествующего (имитативного) этапа развития языка [2, с. 181] и вместе с антиимитативами составляют лексику современного языка [2, с. 9]. На наш взгляд, термин *имитатив*, при всех его достоинствах, может использоваться только в диахронических исследованиях, поскольку необходимо строгое доказательство того, что современное звукоподражание – это древний имитатив, а не окказионализм, характерный для комиксов [13, с. 163–168].

Рассмотрим, как определяются термины *звукоподражание* и *звукоимитативизм* в ЛЭС. Автор статей – основоположник фоносемантики С. В. Воронин, соответственно словарные дефиниции отражают основные идеи Санкт-Петербургской школы фоносемантики. «**Звукоподражание** (ономатопея) – закономерная не произвольная фонетически мотивированная связь между фонемами слова и лежащим в основе *номинации* звуковым (акустическим) признаком *денотата* (мотивом)» [1, с. 165]. «**Звукоимитативизм** (звуковой символизм, фонетический символизм, символика звука) – закономерная, не произвольная, фонетически мотивированная связь между фонемами слова и полагаемым в основу *номинации* незвуковым (неакустическим) признаком *денотата* (мотивом)» [14, с. 166].

В ЛЭС термины *звукоподражание* и *ономатопея* являются синонимами. Однако Б. В. Якушкин отмечает, что в Древней Греции под термином *ономатопея* понималось словотворчество, а сейчас – звукоизобразительные явления в языке. При этом выделяются два типа слов: звукоподражательные («подражание внешнему звучанию») и звукообразные («ассоциативное сходство звучания слова с признаком предмета») [15, с. 7]. Б. В. Якушкин фактически ставит знак равенства между ономатопеей и звукоизобразительной системой языка. Взгляды ученого вступают в противоречие с идеями С. В. Воронина, который считает ономатопею и звукоподражание синони-

мами и отмечает, что звукоизобразительная система языка состоит из звуко-символической и звукоподражательной подсистем [14, с. 166]. В то же время С. В. Воронин разграничивает понятия *звукоподражание*, или *онома-топея* («условная имитация звучаний» [1, с. 165]), и *звуко-символические слова*, или *идеофоны*, *образные слова* («обозначают различные виды движения, световые явления, форму» [14, с. 166]). Это противоречит мнению Г. Е. Корнилова о необходимости использования термина *звукоподражание* в широком смысле.

Рассмотрим также проблемные моменты в определении термина *звуко-символизм*, который, по мнению С. В. Воронина, является одной из подсистем звукоизобразительной системы языка [14, с. 166]. Однако существует и иное определение, предложенное Ж. Ж. Варбот и А. Ф. Журавлевым: «**Звуко-символизм** – широкий круг явлений, связанных с **семантизацией** отдельных звуков и звуко-сочетаний» [16]. Ученые сюда относят: 1) звукоподражания и их производные, 2) вторичное осмысление слов как звукоподражательных, 3) «слова, построенные на выразительных фонетических последовательностях, прямо не воспроизводящих внеязыковых звучаний», 4) синэстезия, 5) связь звуков с отвлеченными идеями [Там же]. Исходя из этого определения, можно поставить знак равенства между звуко-символизмом и звукоизобразительной системой языка. Следовательно, допустимо говорить о том, что звукоподражания являются частью звуко-символической системы языка. Исходя из вышесказанного, мы считаем, что не стоит отказываться от широко используемого в русскоязычной литературе термина *звукоподражание*, однако необходимо пересмотреть его определение. В связи с этим обратимся к исследованиям корейских лингвистов.

В корейском языкознании выделяют две группы звукоподражаний: *ыйсоно* (*의성어*, *擬聲語*, передают звучание объектов) и *ыйтхэо* (*의태어*, *擬態語*, передают с помощью звука движения, состояния и качества объектов). В японском языкознании используются аналогичные термины: *гионго* (*擬音語*) и *гитайго* (*擬態語*) [17, с. 11]. Однако ряд корейских авторов (например, Чхэ Ван [13]) при переводе названий исследований на английский язык используют для объединения двух указанных групп термин *onomatopoeia*. Схожая тенденция характерна и для современного японского языкознания [17, с. 11]. Таким образом, опираясь на дефиницию Г. Е. Корнилова [2, с. 60], но внося некоторые дополнения, под *звукоподражанием* мы понимаем *членораздельное* подражание звукам, процессам, движениям, а также подражание световым, цветовым, статическим и иным явлениям и качествам окружающей действительности (включая и самого человека во всех его проявлениях) с помощью звуков. Именно членораздельность отличает звукоподражание от вокальной мимикрии, свойственной некоторым животным. Еще В. фон Гумбольдт отмечал, что «сущность языка заключена в членораздельности» [18, с. 410].

С учетом вышеизложенных фактов можно выделить две группы звукоподражаний. Членораздельное подражание звуку мы предлагаем назы-

вать *звуковыражением*, поскольку с помощью средств языка мы выражаем звучание объекта: кор. *바스락* [пасырак] ‘звук топтания или переворачивания сухих листьев, засохших растений, листов бумаги’ [NKD]; перс. *غرغر* [ghorghor] ‘1) звук ворчания, бормотания; 2) звук урчания живота’ [VY].

Для обозначения членораздельного подражания процессам, движениям, световым, цветовым, статическим и иным явлениям и качествам окружающей действительности мы предлагаем термин *звукоизображение*, поскольку с помощью звука изображается образ объекта действительности: кор. *가웃* [кяут] ‘образ легкого наклона головы или тела в сторону’ [NKD]; перс. *فرفر* [fer-fer] ‘образ закручивания, кружения, вращения’ [VY].

Кроме того, есть ряд звукоподражаний с более сложной семантикой. Они являются переходными звеньями от подгруппы *чистых звуковыражений* к подгруппе *чистых звукоизображений* и вызывают в сознании человека сложный образ, состоящий из звуковых и незвуковых компонентов с доминированием одного из них [20, с. 5]: кор. *후루룩* [хурурук] ‘1) звук и/или образ взмахнувшей крыльями и внезапно взлетевшей птицы; 2) звук и/или образ быстрого и неприличного втягивания небольшого количества жидкости или лапши’ [NKD]; перс. *شلیپ شلیپ* [shelep-shelep] ‘1) повторяющийся звук ходьбы по грязи; 2) звук от многократных ударов руками о поверхность воды; 3) звук и/или образ постоянного перемешивания руками жирной пищи’ [VY].

Для обозначения подобных переходных звеньев мы предлагаем использовать термин *звукообраз*. Звукообразы делятся на две подгруппы: *звукообразы с доминированием звукового элемента* (разновидность звуковыражений наряду с чистыми звуковыражениями) и *звукообразы с доминированием образного элемента* (разновидность звукоизображений наряду с чистыми звукоизображениями). На наш взгляд, точное определение типа звукообраза возможно только в рамках специального психолингвистического исследования. Переход от одной группы/подгруппы звукоподражаний к другой носит эволюционный характер [19, с. 5–6], поэтому парадигма звукоподражаний будет иметь следующий вид (рисунок).



Предлагаемая парадигма звукоподражаний

Отказ в рамках предложенной парадигмы звукоподражаний от термина *звукосимволизм* в трактовке представителей Санкт-Петербургской школы фоносемантики продиктован данными рассматриваемых восточных языков, прежде всего корейского, где частотны явления, связанные с семантизацией

отдельных звуков и звукосочетаний. Они проявляются в виде трех типов корневых чередований в звукоподражаниях (подробнее в нашей статье [20, с. 78–80]). Характерные для корейских звукоподражаний звукосимволические явления вступают в противоречие с тем, как трактуют звукосимволизм в Санкт-Петербургской школе фоносемантики. Если придерживаться трактовки термина *звукоподражание* в широком смысле (как подражание звуку и не-звуку с помощью звука), то становится очевидно, что звукосимволизм выходит за рамки звукоподражаний и представляет собой сложное явление, характерное и для иных лексических единиц (например, для некоторых корейских слов, обозначающих качества объектов, цветообозначения [13, с. 77]).

Таким образом, несмотря на то, что некоторые группы звукоподражаний в ряде языков отсутствуют либо их число незначительно, описываемую языковую систему не стоит упрощать. Если мы стремимся установить общелингвистические закономерности структурно-семантического строения Языка, важно разработать максимально широкую парадигму звукоподражаний, которая может быть применена к любому национальному языку, независимо от его особенностей. Предложенная в настоящей статье парадигма позволяет уточнить границы термина *звукоподражание*, решить проблему трактовки звукоподражаний в узком смысле (как подражание звуку) и выработать общий подход к их исследованию в разносистемных языках.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Воронин, С. В.* Звукоподражание / С. В. Воронин // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 165.
2. *Корнилов, Г. Е.* Имитативы в чувашском языке / Г. Е. Корнилов. – Чебоксары : Чуваш. кн. изд-во, 1984. – 184 с.
3. *Журковский, Б. В.* Идеофоны в языке хауса : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Б. В. Журковский ; АН СССР. Ин-т языкознания. – М., 1969. – 23 с.
4. *Журковский, Б. В.* Идеофоны : сопоставительный анализ (на материале некоторых языков Африки и Азии) / Б. В. Журковский // АН СССР. Ин-т языкознания. – М., 1968. – 65 с.
5. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М. : Сов. энцикл., 1969. – 608 с.
6. *Ашмарин, Н. И.* О морфологических категориях подражаний в чувашском языке / Н. И. Ашмарин. – Казань : Изд. Акад. центра ТН КП, 1928. – 165 с.
7. *Панфилов, В. З.* Грамматика нивхского языка : в 2 ч. / В. З. Панфилов // Акад. наук СССР. Ин-т языкознания. – М. ; Ленинград : Изд-во «Наука», 1962–1965. – Т. 2. – 1965. – 263 с.
8. *Киле, Н. Б.* Задачи изучения образных слов / Н. Б. Киле // Культура народов Дальнего Востока СССР (XIX–XX вв.) : сб. статей / АН СССР, Дальневост. науч. центр. Ин-т истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока. – Владивосток : ДВНЦ, 1978. – С. 125–133.

9. Киле, Н. Б. Образные слова нанайского языка / Н. Б. Киле // АН СССР. Сиб. отд-ние. Ин-т истории, филологии и философии. – Ленинград : Наука, Ленингр. отд-ние, 1973. – 189 с.
10. Афанасьев, Л. А. Фоносемантика образных слов якутского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.06 / Л. А. Афанасьев ; Рос. акад. наук, Сибирское отд-ние, Якутский ин-т языка, литературы и истории. – Якутск, 1993. – 18 с.
11. Нестерова, Е. В. Образные слова в эвенском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / Е. В. Нестерова ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2008. – 25 с.
12. Скаличка, В. Исследование венгерских звукоподражательных выражений / В. Скаличка // Пражский лингвистический кружок : сб. статей / сост. и ред. Н. А. Кондрашова. – М. : Прогресс, 1967. – С. 277–316.
13. 채완. 한국어의 의성어와 의태어 = Onomatopoeia in Korean / 채완. – 서울 : 서울대학교출판부, 2003. – 264 쪽.
14. Воронин, С. В. Звукосимволизм / С. В. Воронин // Лингвист. энциклопед. словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 166.
15. Якушкин, Б. В. Гипотезы о происхождении языка / Б. В. Якушкин. – М. : Наука, 1984. – 137 с.
16. Журавлев, А. Ф. Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии / А. Ф. Журавлев, Ж. Ж. Варбот // Этимология и история слов русского языка [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа : [http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology\\_terms.pdf](http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology_terms.pdf). – Дата доступа : 16.03.2019.
17. Чиронов, С. В. Ономатопоэтические слова в современном японском языке (проблемы функционирования) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.22 / С. В. Чиронов ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2004. – 29 с.
18. Гумбольдт, В. фон. О буквенном письме и его связи со строением языка / В. фон Гумбольдт // Язык и философия культуры : пер. с нем. яз. / В. фон Гумбольдт ; сост., общ. ред. и вступ. статьи А. В. Гулыш, Г. В. Рамишвили. – М. : Прогресс, 1985. – 451 с.
19. Аскари, А. С. К вопросу о процессуальности звукосимволизма / А. С. Аскари // Научные чтения, посвященные Виктору Владимировичу Мартынову : сб. науч. тр. Вып. IV: в 2 ч. Ч. 1 / редкол. : Г. А. Цыхун (отв. ред.), С. П. Витязь (зам. отв. ред.) [и др.]. – Минск : РИВШ, 2016. – С. 4–9.
20. Аскари, А. С. Установление семантики корейских звукоподражаний как этап перевода безэквивалентной лексики / А. С. Аскари // Вестн. рос. корееведения. – 2017. – № 9. – С. 77–86.

## СЛОВАРИ

- [NKD] 네이버 국어사전 = Naver Korean Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <https://ko.dict.naver.com>. – Date of access: 15.03.2019.
- [VY] واژه یاب = Vajehyab [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.vajehyab.com/>. – Date of access: 15.03.2019.

The article is dedicated to the problem of differentiation between sound symbolism and onomatopoeia and the analysis of advantages and disadvantages of relevant terms. The author gives a clarified definition of the term *onomatopoeia*, based on the theory of imitative words by G. Kornilov, and suggests his own paradigm of onomatopoeia, developed with consideration of different types of Korean and Persian onomatopoeia.

*Поступила в редакцию 08.04.2019*

**В. С. Алейник, Т. А. Сысоева**

## ЭКСПЛИКАЦИЯ СОГЛАСИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИИ (на материале форумов, посвященных кинематографу)

Будучи ярким примером комьюнитиобразующего ресурса, веб-форум кинематографической тематики объединяет людей с общими интересами, что обуславливает активное использование средств вербализации согласия как аспекта кооперативного поведения участников дискуссии. Анализ реплик-стимулов и комментариев к ним на русскоязычных и англоязычных форумах позволил установить, что в обоих языках преобладают лексические средства экспликации согласия, тогда как грамматические и графические приемы являются вспомогательными и работают в комплексе с лексическими, усиливая эффект от использования последних. Общей тенденцией является стремление форумов к «разговорности», намеренное игнорирование участниками правил орфографии и пунктуации при неукоснительном соблюдении норм сетевого этикета.

Интернет является коммуникативной средой, занимающей значимое место в жизни современного общества. Будучи формой глобального взаимодействия, он, тем не менее, представлен многочисленными самобытными жанрами (чат, форум, блог и др.), каждый из которых обладает как языковыми особенностями, так и определенными конвенциями, правилами поведения. Обратившись к тактике согласия как аспекту кооперативного поведения в виртуальном общении, рассмотрим средства ее манифестации на англоязычных и русскоязычных веб-форумах, посвященных кинематографу. Материалом исследования послужили тематические обсуждения, проводившиеся на ресурсах *Kinonews.ru*, *MovieForums*, *Rotten Tomatoes*, *IMDB*, *YouTube* и *Twitter*.

Понятие интернет-форума, особенности его структуры и стилистического оформления, функционирование терминологического сленга в веб-дискуссии – этим и другим вопросам уделяют внимание многие исследователи [1; 2; 3]. К основным параметрам жанра относят дистантность (удаленность участников форума в пространстве и времени), статусное равноправие коммуникантов, а также «гибридный» характер, когда чувства и эмоции передаются как вербально, так и посредством графики (аватаров, эмодзи и др.). В текстах сообщений на форуме встречаются многочисленные лексические и грамматические неточности, пренебрежительное отношение к орфографии, синтаксическая небрежность, окказионализмы. Применительно к подобным ситуациям представляется возможным говорить

об особой устно-письменной форме коммуникации, которая характеризуется следованием принципу «как слышится, так и пишется», произвольным использованием прописных и строчных букв, знаков препинания и др. [4, с. 60].

Несмотря на сознательное (и, что немаловажно, в данном случае вполне допустимое) игнорирование норм языка коммуникантами, форумам свойственен определенный свод правил поведения. Так, пользователям запрещается использовать бранную лексику, оффтопить, проявлять неуважение к другим участникам дискуссии. Не рекомендуется писать капслоком, поскольку подобное оформление текста считается чрезмерно эмоциональным, некомфортным для восприятия и может быть оправдано только в тех ситуациях, когда информацию необходимо маркировать, выделить. Помимо общепринятых норм сетевого этикета от коммуникантов может ожидать соблюдение специфических правил, сформулированных сугубо для данного форума (например, создавать новые темы можно только в специально предназначенном для этого разделе, нельзя дублировать темы, поднимать «архивные» записи, специально «апировать» темы и т.д.).

Поскольку каждый интернет-форум представляет собой дискуссию, обмен мнениями, для коммуникативного поведения его участников характерно выражение как согласия, так и несогласия. Однако именно тактика согласия может рассматриваться в качестве приоритетной для соблюдения принципа вежливости, который сформулировал Дж. Лич [5]. Помимо следования максиме согласия коммуниканты должны стремиться к выражению одобрения и симпатии. Максима одобрения гласит, что следует уменьшать неодобрение других, тогда как соблюдение максимы сочувствия (симпатии) призвано сгладить эмоциональную дисгармонию. Именно такое поведение участников дискуссии, позволяющее перенести акцент с различий между ними на сходства, может считаться кооперативным.

Принятие мнения собеседника может быть категоричным и некатегоричным, но при этом высказывание всегда обладает положительной семантикой. Несмотря на то, что согласие включает целый спектр смысловых оттенков (подтверждение, утверждение, одобрение, разрешение, обещание, уступка, неуверенное согласие и др.), глобально можно говорить о двух группах – полном и неполном согласии [6]. Так, в следующем примере иллюстрируется абсолютное подтверждение высказанной в реплике-стимуле точки зрения: *This is what I like most about this film. – Same. I'm not even a big fan of the film, but their outfits are brilliant.* Частичное подтверждение точки зрения предполагает уточнение, внесение дополнений в комментарии: *It's expected new SW films will deal with the same traditions, motifs, themes, etc., but this film went too far. It was almost like they copied the movie point-by-point. – Personally, I agree. They overdid it. But I don't mind it to any significant extent. In my mind, the vast majority of movies are already rehashing something that's already been done a thousand times, and that's not necessarily including sequels; Вapкpафт. Пока это лучшее, что сняли по играм. – Плюсою, только сегодня с просмотра. Я бы сказал только несколько иначе: сняли классное темное фэнтези, базирующееся на игровой основе.*

Лексические и грамматические средства экспликации согласия могут входить в ядро заданного семантического поля или находиться на его периферии. Более того, креолизованный характер комментариев на веб-форуме также позволяет говорить о репертуаре невербальных средств выражения согласия, логично дополняющих вербальные средства, а иногда и полностью замещающих их. Однако приоритетным остается использование лексических средств (56 % проанализированных случаев в английском языке и 53 % – в русском), включающих слова с семантикой уверенности, эмоционально-оценочные слова, лексические повторы, сленгизмы, фразеологизмы.

В комментариях на англоязычных форумах ядерным средством выражения согласия является лексема *yes* и ее разговорные варианты *yeah*, *yer*: *The entire time I didn't believe they were just actors. – Yeah acting was fantabulous hats off.* Нередко используются прилагательные, наречия, модальные выражения с соответствующей семантикой (*right*, *of course*, *sure*, *too*, *also*, *true*, *no doubt*), которые могут сопровождаться интенсификаторами (*very*, *certainly*, *exactly*, *absolutely*, *totally*, *definitely*). Среди лексических средств выражения согласия в английском языке встречаются целостные структуры: *So do I*; *Tell me about it*; *I side with you*; *There is no doubt about it*; *I couldn't agree with you more* и др. Приведем пример: *I like early science fiction a lot. – So do I, there were a lot of great sci fi novels written in the first half of the 20th century and many have been made into sci fi movies.* Эксплицировать мнение говорящего позволяет эмоционально-окрашенная лексика: *Critics are nuts, this movie is a must-watch. – So right, this movie was amazing and freaking hilarious, like I can't believe venom said....* В следующем примере иллюстрируется использование сленга (*flick* является разговорным аналогом слова *cinema*) и фразеологической единицы, вносящих в обсуждение нотку неформальности: *I saw something earlier – apparently Fury Road is Quentin Tarantino's favorite movie of the year. – Yeah, and that's not surprising. It's a fun action flick. Seems like it'd be right up his alley.*

Для русскоязычных комментариев характерно использование лексемы *да* или стилистически маркированных синонимических выражений (*конечно*, *разумеется*, *безусловно*, *без сомнения*, *точно*, *именно*, *ну да*, *а как же*, *спрашиваешь еще*), а также лексических повторов, когда сказанное в реплике-стимуле полностью или частично дублируется в комментарии: *А что, кто-то реально не понял? Ладно еще зрители, меня больше поражает что в ней нашли нечто гениальное. – Ничего гениального нет, просто задел на возможное продолжение с известным злодеем; Я смотрю ВСЁ – в первую же неделю проката. Кроме откровенного мусора. – Я тоже все смотрю, но мусор перебираю.* Как и на англоязычных форумах, употребительна эмоционально-окрашенная лексика: *Пассажиры. Не новинка конечно, но фильм очень годный. Доказательство того, что для хорошего фильма не обязательно иметь кучу знаменитых актеров. Хватит и двух. – Посмотрел по вашей рекомендации. Фильм понравился. Завязка и сама идея отличные. Кусочек неправдоподобного экшена, в кульминации, немного*



лишний на мой взгляд, но в целом картина *замечательная*. Ввиду неформального характера обсуждения встречаются орфографические ошибки, намеренно искаженные слова, сопровождающиеся пренебрежительным отношением к знакам пунктуации: *Смотрел давно по телику, когда со школы приходил по ТНТ Nickelodeon, Эй, Арнольд!, крутые бобры, Спанч боба, ох уж эти детки, хорошие были мультики, но потом как то показывали мультик, Шоу Рена и Стимпи, сейчас еле его название нашел, так вот это такая дребедень... – То же самое, а потом вообще закрыли их... ТНТ СКАТЫ.*

Грамматические средства вербализации согласия (24 % проанализированных примеров на английском языке и 29 % – на русском) используются в комплексе с лексическими, усиливая и дополняя последние. К грамматическим средствам экспликации согласия в исследуемом материале относятся вопросительные и восклицательные предложения, эллиптические и эмфатические конструкции, парцелляция, синтаксические повторы, вводные конструкции, формы сослагательного наклонения и др.

Употребительным средством выступают эллиптические (односоставные) предложения, позволяющие перенести акцент с личности говорящего на его субъективное мнение, отношение к обсуждаемому: *Выживший. Восхитительно срежиссированный фильм, снятый в изумительных декорациях. – 5 раз смотрел этот фильм. Шик; ПОХОДУ РЕАЛЬНО КРУТОЙ ФИЛЬМ БУДЕТ ПРО АНТИГЕРОЯ! ВЕНОМ РУЛИТ :) – Согласен. Сходил в кино 5 октября и остался очень доволен; Сегодня посмотрела. Могу сказать одно: самый самый лучший фильм которого я видела, Рами Малек ему оскар!! он сыграл божественно!! трейлер отдельное искусство, микс нескольких песен. – Поддерживаю полностью! Плакали в кинотеатре!* В последнем примере также осуществляется апелляция к эмоциям за счет восклицаний: просмотр фильма явно вызвал сильные ощущения как у автора реплики-стимула, так и у автора комментария. В других ситуациях восклицание помогает усилить эффект от эмоционально окрашенных лексических единиц (преимущественно с положительной семантикой): *Сегодня утром ходил на премьеру Логана. Советую посмотреть. – Аналогично! Логан – отличное кино! даже минусов не нашел, ни в игре актеров, ни в картинке!* В свою очередь, вопросительные высказывания делают дискуссию более живой и позволяют автору комментария наполнить сообщение дополнительными смысловыми оттенками: *Однозначно рада тому, что не стали лепить грим для абсолютной схожести с внешностью Фредди. Пусть Малек Рами непохож, главное чтобы он смог передать внутреннюю вселенную Фредди. – Вот-вот. Порой хочется сказать: музыку будем слушать или выпендриваться?* Соглашаясь с собеседником, автор ответной реплики далее развивает мысль об условности киноискусства, которое не должно стремиться к доскональной передаче фактов реальности.

Эмфатические конструкции характерны для англоязычных форумов в силу их лингвистической специфики: *I like early science fiction a lot so I was very surprised to find out that Edgar Rice Burroughs had written some. – As a kid*

*I did read Burrough's Mars series and liked it quite a bit. Never been into Tarzan that much though (even read the first Tarzan book again couple of years ago but found it still rather boring). Haven't dared to watch John Carter after my brother's comments about it.* В ответной реплике также используется эллипсис (*Never been...; Haven't dared...*) и вставная конструкция, выделенная скобками (*even read...*). Иными словами, автор комментария сочетает несколько приемов, позволяющих акцентировать собственное отношение к обсуждаемым книгам и их экранизациям.

Что касается графических средств выражения согласия, то они являются вспомогательными (20 % примеров из англоязычных форумов и 18 % – из русскоязычных). Они дополняют и подкрепляют вербальные средства, однако иногда используются самостоятельно. В исследуемых сообщениях на форумах к основным графическим способам выделения релевантной информации относится написание слов заглавными буквами, многократное повторение букв (как гласных, так и согласных) или знаков пунктуации: *AAA, скорее бы октябрь! P.S. Голос Гаги слушал бы вечно. – Уже вышел и это шедееееевр!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!; Phenomenal!!!! Lady Gaga steals every scene she is in!... It is THAT GOOD!! – YAAAAAS BEST MOVIE EVER... LOVED ALL OF IT!!; YAS YOU ARE RIGHNNNNNNHT!!!!* С целью выражения согласия или одобрения употребительны эмодзи, которые более характерны для англоязычных форумов и также могут многократно повторяться: *I'm a Mellark I just came back from it and I'm literally still crying. Such a good and spectacular movie. – Saaaaaame! 😊😊; I can't believe how much she evolved in her music, style. She's the definition of talent. – 👍👍💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎💎*. Как видно из примеров, комментарий к реплике-стимулу может носить гетерогенный характер или состоять сугубо из графических элементов. В свою очередь для русскоязычных форумов более характерны «усеченные» версии смайликов: *В кроссовере с Борном. – ))*.

Проведенный анализ используемых средств выражения согласия на русскоязычных и англоязычных форумах кинематографической тематики позволил установить, что в обоих языках преобладают лексические средства, ядром которых выступает лексема *da/yes* или ее разговорные аналоги *yeah, yep*. Одинаково употребительны в двух языках эмоционально окрашенные единицы, а также лексика с семантикой точности, уверенности, зачастую сопровождающаяся интенсификаторами. Для английского языка специфично использование сленгизмов и фразеологизмов, в то время как для русского – лексических повторов.

Синтаксические средства выражения согласия (эллиптические конструкции, вопросы, восклицания и др.) характерны для обоих исследуемых языков, однако «работают» только в комплексе с лексическими, позволяя эффективнее эксплицитно выразить согласие, расставить акценты и придать комментарию большее сходство с устной речью. Как правило, графические средства (эмодзи, повторение знаков пунктуации или букв, произвольное переключение регистра текста) также выполняют чисто вспомогательную

функцию, подкрепляя вербальные способы экспликации согласия, однако в некоторых ситуациях они выходят на первый план, полностью замещая лексические и грамматические средства. В таких ситуациях подобные приемы помогают осуществить апелляцию к эмоциям и выразить солидарность с собеседником. Несмотря на наличие общих тенденций и закономерностей, использование средств данной категории имеет свои особенности в двух языках. Англоязычные комментарии, содержащие графические средства экспликации согласия, обладают большей экспрессивностью и более богатым репертуаром эмотиконов, чем русскоязычные.

Таким образом, реализация тактики согласия в целом сходна в двух языках и глобально не зависит от языковой принадлежности автора комментария. Исследование позволило доказать, что в большинстве случаев адресант прибегает к использованию целого комплекса средств разных уровней, направленного на более эффективное выражение согласия с мнением предыдущего участника веб-дискуссии. Сказанное свидетельствует о первоочередной направленности форумов кинематографической тематики, которые являются ярким примером комьюнитиобразующих ресурсов, на поддержание кооперативного аспекта коммуникации.

Еще одной общей тенденцией является модификация общения в Интернете, в результате которой письменная по форме коммуникация успешно адаптировалась к новым условиям взаимодействия коммуникантов и претерпела изменения, уступив место «гибридной» устно-письменной форме. Исследуемый материал наглядно демонстрирует, что для этой формы характерна произвольность правописания, расстановки знаков препинания, а также полное отсутствие ограничений в сочетании вербалики и невербалики.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Кузнецова, Н. В.* Структура и стилистика языковых средств в текстах интернет-форумов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. В. Кузнецова ; Тюмен. гос. ун-т. – Тюмень, 2008. – 326 л.
2. *Кутузов, А. Б.* Модель функционирования терминологического сленгизма в дискурсе сетевых форумов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.21 / А. Б. Кутузов ; Тюмен. гос. ун-т. – Тюмень, 2006. – 173 л.
3. *Семенов, М. О.* Дискурс интернет-форумов: кристаллизация как механизм смыслообразования и техника понимания : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / М. О. Семенов ; Адыг. гос. ун-т. – Армавир, 2013. – 186 л.
4. *Лутовинова, О. В.* Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации / О. В. Лутовинова // Извест. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. – 2008. – Вып. 71. – С. 58–65.
5. *Leech, G. N.* Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – L. : Longman, 1983. – 257 p.
6. *Любимова, М. К.* Реагирующие реплики согласия / М. К. Любимова // Актуальные проблемы исследования языка: теория, методика, практика обучения : межвуз. науч. тр. – Курск, 2002. – С. 54–55.

Movie discussion forums, both in Russian and in English, require following Netiquette rules as well as demonstrating cooperative behavior. The latter is manifested by a complex of verbal and non-verbal means aimed at expressing agreement with the interlocutor's opinion.

*Поступила в редакцию 23.05.2019*

**Е. Н. Василенко**

## КОММЕНТАРИЙ В ЖАНРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

Статья посвящена изучению жанровых характеристик интернет-комментария к новостной статье. На основании модели жанра компьютерно-опосредованной коммуникации, предложенной Л. Ю. Шипициной, рассматриваются медийные, прагматические, структурно-семантические и стилистико-языковые характеристики жанра. Делается вывод о самостоятельности жанра комментария и необходимости его изучения в качестве составляющей гибридного жанра интерактивной новостной статьи. В качестве фактического материала использованы комментарии к новостным статьям, опубликованным на популярном белорусском информационном портале TUT.by.

Сложность и многогранность самого феномена интернет-дискурса обуславливает наличие огромного количества подходов к его жанровой классификации (см. исследования Н. Г. Асмус, Е. Н. Галичкиной, Е. И. Горошко, Е. А. Жигалиной, Л. Ю. Иванова, Л. Ю. Шипициной, I. Bruce, D. Crystal и др.). Наличие большого количества работ, посвященных данной тематике, позволяет говорить о появлении нового направления в теории жанров – виртуального жанроведения, в задачи которого входит «описание и структурирование всего многообразия виртуальных или интернет-жанров и способов их классификации» [1, с. 105].

Принимая во внимание предложенные лингвистами классификации, предлагаем выделять следующие жанры интернет-дискурса:

- 1) по происхождению (вслед за Л. Ю. Ивановым):
  - исконно сетевые;
  - заимствованные;
- 2) по функциональному критерию:
  - информационные, включающие общеинформационные и специальные информационные жанры;
  - коммуникативные, оформляющие любой тип общения между пользователями, в том числе профессиональное и фатическое;
  - развлекательные и развивающие жанры, составляющие, по нашему мнению, одну группу жанров с преобладанием той или иной характеристики и включающие, в том числе, художественно-литературные и эстетические жанры;
  - сервисные жанры, оформляющие использование юзером определенных услуг, предоставляемых посредством Сети.

Особый исследовательский интерес представляют коммуникативные жанры интернет-дискурса, так как во многом именно новый формат общения обуславливает повышенное внимание к Всемирной сети как обычных пользователей, так и лингвистов. Неслучайно в ряде работ к основным относят именно интернет-жанры коммуникативной направленности либо развлекательные жанры, имеющие значительную коммуникативную составляющую [2, с. 10; 3, с. 171–174; 4, с. 10–16].

В настоящей работе используется термин *интернет-жанр*, или *жанр интернет-дискурса*, который мы, вслед за Л. Ю. Щипициной, понимаем как «типовую модель речевого действия, опосредованного компьютером и специальными сетями и реализуемого с помощью устойчивого типа текста» [5, с. 172].

Данное исследование выполнено на материале интернет-жанра комментария к новостной статье. Очевидно, что коммуникативная ситуация комментирования отличается особым типом сообщения, так как комментарий по сути представляет собой реакцию на новостную статью. Именно эта неразрывная связь комментария со статьей-стимулом позволяет И. Брюсу говорить о существовании гибридного жанра интерактивной новостной статьи («the hybrid genre of the participatory news article») [6, с. 323]. Особенность данного жанра заключается в том, что он сочетает в себе разные по происхождению его виды: заимствованную из печатных СМИ новостную статью и исконно сетевой комментарий. При этом комментарий рассматривается нами как отдельный коммуникативный жанр (а не субжанр) интернет-дискурса.

В свою очередь, коммуникативные жанры интернет-дискурса также можно классифицировать в соответствии с рядом таких параметров, как степень интерактивности, количество и тип коммуникантов, направление и характер общения и т.д. В дальнейшем для описания жанра комментария будем использовать модель жанра компьютерно-опосредованной коммуникации, предложенную Л. Ю. Щипициной и включающую следующие параметры:

- прагматические (зачем? кто? кому? где?);
- медийные (чем? с помощью какой компьютерной программы?);
- структурно-семантические (что? в каком порядке?);
- стилистико-языковые (как? с помощью каких языковых средств?)

[5, с. 172].

Рассмотрим особенности жанра на примере комментариев к статьям, опубликованным на популярном белорусском новостном портале TUT.BY, используя модель, предложенную Л. Ю. Щипициной.

К **медийным параметрам** жанра в соответствии с предложенной моделью относятся: интерфейс, интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, синхронность/асинхронность, количество коммуникантов. Рассмотрим данные характеристики подробнее.

**Интерфейс.** На сайте TUT.BY комментарии пользователей открываются на отдельной странице. Перейти на форум для обсуждения статьи

можно по ссылке после основного текста или кликнув по значку с количеством комментариев рядом с заголовком статьи. В некоторых случаях определенное количество комментариев с форума помещается после статьи. В таком случае перед основным текстом комментария помещается только основная информация: имя пользователя, дата и время комментария, страна. Та же информация присутствует в описании комментария в официальном мобильном приложении TUT.BY.

Интерфейс отдельного комментария на сайте при этом включает следующие элементы:

1) информацию о пользователе (слева):

- аватар (фото) и логин автора;
- значок онлайн/офлайн;
- ранг пользователя (новичок, постоянлец, завсегдайт, энтузиаст, ветеран, писатель, графоман) – отражение количества сообщений, размещенных этим пользователем на форумах;

- количество сообщений, опубликованных пользователем;

- дополнительные сведения, например, адрес;

2) информацию о комментарии: время и место добавления (например, *Добавлено: вчера 16:18 из Беларуси*). Комментарии располагаются в хронологическом порядке;

3) основной текст комментария;

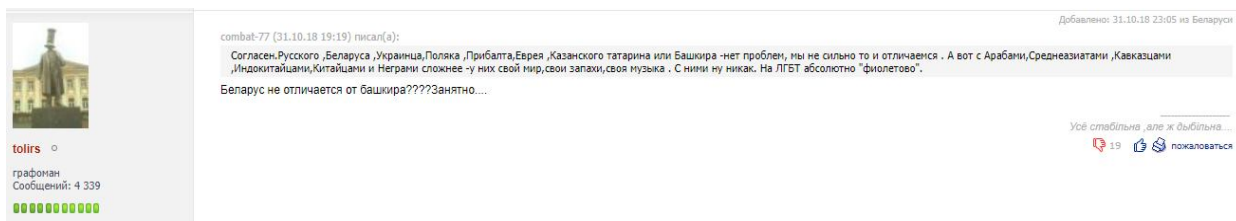
4) по желанию пользователя после всех его комментариев может следовать статус (справа над оценкой комментария);

5) оценка комментария – количество «дизлайков» и «лайков», т.е. отрицательных и положительных оценок комментария и одновременно возможность добавить свою оценку;

6) возможность распечатать комментарий;

7) возможность пожаловаться на контент.

В качестве примера на рисунке приведен комментарий к статье «*Опрос: готовы ли белорусы принять в семье мусульманина и как относятся к ЛГБТ-бракам*» от 31.10.2018 г.



Внешний вид комментария на новостном портале TUT.BY

**Интерактивность**, под которой понимается участие в общении разных коммуникантов, проявляется в возможности ответа на комментарий другого пользователя. В таком случае перед основным текстом комментария появляется текст комментария-стимула с описанием «ник (дата и время) писал(а):». Например, *Boris\_Myagkov (01.11.18 09:03) писал(а):*. Интерактивность «для

отдельного комментария обычно нехарактерна, но является неотъемлемым свойством совокупности комментариев, образующих своего рода полилог об исходном сообщении» [7, с. 530].

**Гипертекстуальность** комментария проявляется в наличии в его структуре определенных ссылок (имя пользователя, возможность распечатать комментарий, возможность оценить комментарий или пожаловаться на него). При необходимости автор может вставить ссылку в основной текст комментария.

**Мультимедийность** для жанра комментария в целом нехарактерна. Даже аватар пользователя на форуме не является обязательным, а в приложении возможность размещения фото вообще не предусмотрена. В некоторых случаях в основном тексте сообщения комментаторы прибегают к использованию смайлов, иногда анимированных, или вставляют изображения. При указании ссылки на видеохостинг *Youtube.com* в тексте комментария может сразу отображаться видео.

По параметру **синхронности** интернет-комментарий вообще и интернет-комментарий к новостной статье является асинхронным, так как коммуниканты не обязательно находятся одновременно онлайн. Однако в большинстве случаев основное количество комментариев приходится на первые несколько суток после публикации статьи. В отличие от ряда ресурсов, многие статьи на портале TUT.BY доступны для комментирования в течение нескольких лет. Так, на начало 2019 г. самой «старой» статьей с возможностью комментирования на форуме была статья «Америка в лицах». *Что значит быть полицейским в США* от 29.01.2015. При этом последний комментарий к ней был добавлен 04.01.2018, что свидетельствует о том, что комментарии вполне могут разделяться значительным временным промежутком.

**Количество коммуникантов** в жанре комментария не ограничено: любой зарегистрированный пользователь может опубликовать собственный комментарий. При этом комментарии к статьям доступны всем вне зависимости от регистрации.

К **прагматическим параметрам** жанра интернет-коммуникации относятся цель, тип адресанта и адресата, а также хронотоп. Очевидно, что прагматические параметры жанра комментария непосредственным образом связаны с его медийными характеристиками. Так, коммуникативная ситуация комментирования отличается особым типом сообщения, так как комментарий по сути представляет собой реакцию на новостную статью-стимул.

В отличие, например, от комментариев в профессиональной социальной сети, направленных на информирование читателей и дискуссию по определенной профессиональной теме [7, с. 530], **целью** комментария к новостной статье, в первую очередь, является выражение мнения, отношения и оценки говорящего, например, *Молодцы* или *Стоило 70 лет революционерить и вот прийти к такому эпилогу. Вспоминается поздравление Лукашенко Кастро и дифферамбы о его гении и прозорливости. А по факту клан Кастро испортил*

*жизнь нескольким поколениям кубинцев и прийти к гейбракам* (здесь и далее орфография и пунктуация авторов комментариев сохранены. – Е. В.) к статье «*На Кубе хотят легализовать гей-браки*» от 23.07.2018.

Очевидно, что интерактивный характер изучаемого жанра предполагает также реализацию фатической функции, однако чаще всего в таком случае стимулом выступает другой комментарий, а не сама новостная статья, как, например, в комментарии *а кто в Орше прячется?* в ответ на другой комментарий *И не спрячутся, даже в Орше* к статье «*Издевка, отвращение и оправдание геноцида. Как будут трактовать понятие “социальная вражда” в УК*» от 07.04.2016.

Часто целью комментария является доказательство своей точки зрения, убеждение собеседника или читателя в целом, что, как следствие, влечет за собой реализацию различных коммуникативно-речевых тактик, в зависимости от интенции говорящего. Однако в любом случае «аксиологическая модальность является преобладающим семантическим типом субъектных отношений, выраженных в комменте» [8, с. 71–72].

**Адресантом** сообщения выступает любой зарегистрированный пользователь сайта, чья личность в большинстве случаев скрывается за ником – именем, выбранным пользователем для осуществления общения на портале, что во многом позволяет ему оставаться анонимным (в соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23.11.2018 [9] пользователи интернет-ресурсов и сетевых изданий должны быть идентифицированы, однако это не обязывает их указывать свои личные данные в качестве ника).

В качестве **адресата** выступает, в первую очередь, сам новостной портал (или журналист, являющийся автором статьи), а также любой пользователь Сети, читающий данный комментарий. В таком случае речь идет о коллективном неопределенном, чаще всего имплицитном, адресате, как, например, в комментарии *Любой находчивый паренек скажет что трансгендер и бегом в женский туалет с девками* к статье «*Трамп отменил право выбора трансгендерами туалетов в школах*» от 23.02.2017. В ряде случаев адресатом является автор другого комментария, однако и в такой ситуации автор отдает себе отчет, что его комментарий доступен всем пользователям сайта, как, например, в ответе на комментарий выше: *Во-во, и я об этом. Еще один удар по глобализму.*

**Хронотоп** комментария, как и практически любого другого интернет-жанра, обусловлен функционированием Сети: создавать и читать его можно в любом месте и в любое время при условии наличия доступа к данной странице. Время комментирования статей на новостном портале TUT.BY, как было указано выше, не ограничено.

**Структурно-семантические характеристики** интернет-комментария к новостной статье непосредственным образом связаны с его медийными и прагматическими особенностями и определяются особым типом коммуникативной ситуации.



Небольшой объем комментариев (как правило, не более 150 слов) обусловлен их природой: каждый комментарий по сути своей является реакцией на стимул, будь то собственно новостная статья или другой комментарий. В некоторых случаях реплика вообще может состоять из одного слова, выражающего мнение автора, что, на наш взгляд, наиболее наглядно демонстрирует синсемантию комментария (например, комментарий *Забавно* к статье «*Британца 11 лет превращали из женщины в мужчину. Теперь он понял, что это было ошибкой*» от 06.11.2018).

Связь комментария с сообщением-стимулом проявляется в тематическом, концептуальном или модальном единстве и выражается определенными средствами когезии. При этом в каждом отдельном комментарии, как правило, наличествует или преобладает один из трех типов единства [10, с. 1150]. Так, в комментарии *Сколько можно фриков отправлять на песенные конкурсы? Нормальных людей не осталось?* к статье «*Певец-андрогин представит Францию на “Евровидении”*» от 28.01.2019 синсемантия комментария проявляется в модальной оппозиции «объективное – субъективное».

Наличие множественных средств текстовой связи между исходным текстом и комментариями к нему, по мнению ряда исследователей, свидетельствуют о несамостоятельности комментария как жанра интернет-дискурса, что позволяет говорить о его несамостоятельном, субжанровом статусе, который означает, что комментарий «представляет собой дополнение читателя к общей дискуссии по соответствующей проблеме, а, следовательно, его целесообразно рассматривать в составе макротекстового образования, включающего как исходный (комментируемый) текст, так и другие комментарии читателей» [7, с. 531].

Несомненно, в семантическом отношении комментарий необходимо рассматривать в тесной связи со статьей-стимулом, однако мы традиционно понимаем субжанры как жанровые формы, представляющие собой одноактные высказывания и чаще всего выступающие в конкретном внутрижанровом взаимодействии «в виде тактики, основное предназначение которой – менять сюжетные повороты в развитии интеракции» [11, с. 33], а потому синсемантия комментария не может, на наш взгляд, выступать в качестве основного и единственного критерия жанрового статуса интернет-комментария. При этом его медийные, прагматические и стилистико-языковые параметры позволяют рассматривать комментарий как отдельный жанр интернет-дискурса.

**В стилистико-языковом отношении** жанр комментария к новостной интернет-статье неоднороден, что обусловлено тематикой статьи-стимула и неограниченным количеством коммуникантов. Несмотря на то, что в абсолютном большинстве случаев сами статьи достаточно нейтральны, комментарии к ним часто эмоционально окрашены и отличаются принужденным разговорным стилем. В них встречаются опечатки, графические способы выделения информации, авторские знаки препинания. В зависимости от

образованности комментатора в тексте могут быть орфографические, пунктуационные и стилистические ошибки. При этом очевидно, что стиль комментария зависит не столько от тематики новостной статьи, сколько от его автора: «...к одной и той же статье комменты могут быть кардинально различными и в стилистическом и языковом отношении, что предопределяется их авторством» [10, с. 1150]. Общим для всех комментариев является отсутствие нецензурной лексики, даже в очень эмоциональных высказываниях, что установлено правилами форума. Однако стоит отметить креативность отдельных комментаторов, прибегающих к различным уловкам, чтобы их не заблокировали, но при этом в сообщении можно было угадать определенную языковую единицу. В некоторых комментариях наблюдается гетерогенность стиля, как, например, в комментарии к статье «В ФРГ узаконено обозначение пола “различный” для интерсексуалов» от 14.12.2018: *Интерсексуалы есть во всем мире. Интерсексуализм – явление отнюдь не редкое. По информации ООН интерсексуалы составляют 1,7 % от всего населения Земли. Такая же статистика прослеживается в отношении близнецов и обладателей рыжих волос. Однако даже эти данные можно считать заниженными, поскольку многие люди порой даже не подозревают о том, что являются интерсексуалами. Большинству пациентов диагноз “интерсексуальность” ставят еще в родильном доме по внешним половым признакам. У некоторых же признаки интерсексуальности появляются только в период полового созревания. Об этом сообщает Рамблер. Далее: <https://news.rambler.ru/other/381683...ource=copylink>. Это врожденная аномалия. А вы слышали что-нибудь о славянских интерсексуалах? Как Вы думаете, если проблему замалчивать, она решится сама собой? На Западе об этих проблемах пусть и небольшого процента людей не стесняются обсуждать. В отличие от нашего “стыдливого” менталитета...*

Таким образом, комментарий может рассматриваться как отдельный жанр интернет-дискурса, о чем свидетельствуют его медийные, прагматические и стилистико-языковые параметры. При этом структурно-семантические характеристики интернет-комментария к новостной статье указывают на необходимость его изучения в качестве одной из составляющих гибридного жанра интерактивной новостной статьи.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Горошко, Е. И.* Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное / Е. И. Горошко, Е. А. Жигалина // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 2 (12). – С. 105–123.
2. *Асмус, Н. Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : автореф. дис. ... канд. филол. наук :10.02.19 / Н. Г. Асмус ; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, 2005. – 23 с.
3. *Ушаков, А. А.* Интернет-дискурс как особый тип речи / А. А. Ушаков // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. Сер. 2. Филология и искусствоведение. – 2010. – № 4. – С. 170–174.

4. *Crystal, D.* Language and the Internet / D. Crystal. – 2nd ed. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2006. – 304 p.
5. *Щипицина, Л. Ю.* Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции / Л. Ю. Щипицина // Извест. Рос. гос. пед. ун-та имени А. И. Герцена. – 2009. – № 114. – С. 171–178.
6. *Bruce, I.* Evolving Genres in Online Domains: The Hybrid Genre of the Participatory News Article / I. Bruce // Genres on the Web: Computational Models and Empirical Studies / ed. A. Mehler, S. Sharoff, M. Santini. – Frankfurt am Main, Leeds, Stockholm : Springer, 2010. – P. 323–348.
7. *Щипицина, Л. Ю.* Жанровый статус сетевого комментария / Л. Ю. Щипицина // Вестн. Башкир. ун-та. – 2015. – Т. 20, № 2. – С. 528–532.
8. *Зубарева, В. М.* Специфика реализации оценки в комментариях к статьям британских онлайн-газет / В. М. Зубарева // Вестн. Челябин. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2013. – Вып. 83, № 29 (320). – С. 66–72.
9. Об утверждении Положения о порядке предварительной идентификации пользователей интернет-ресурса, сетевого издания [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 нояб. 2018 г., № 850 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21800850&p1=1&p5=0>. – Дата доступа : 15.03.2019.
10. *Иванова, С. В.* Жанровые особенности коммента как интернет-текста / С. В. Иванова, В. М. Зубарева // Вестн. Башкир. ун-та. – 2013. – Т. 18, № 4. – С. 1147–1151.
11. *Седов, К. Ф.* Языкознание. Речеведение. Генристика / К. Ф. Седов // Жанры речи : сб. науч. статей / редкол.: В. В. Дементьев (отв. ред.) [и др.]. – Саратов, 2009. – Вып. 6. Жанр и язык. – С. 23–40.

The article discusses media-related, pragmatic, structural-semantic, and stylistic language parameters of a comment on a news article as an Internet discourse genre. The author underlines the independence of the genre discussed and the need to study it as part of the hybrid genre of the participatory news article.

*Поступила в редакцию 10.04.2019*

**А. Н. Воробей**

## МОДЕЛИРОВАНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ МНОГОЗНАЧНОГО ПРОИЗВОДНОГО СЛОВА В СУБСТАНДАРТЕ (на материале американского и русского сленга)

В статье описывается методика анализа многозначного производного слова в субстандарте, специфика которого обусловлена вторичным характером сленга как номинативной системы. Существование в сленге дериватов, не совпадающих и совпадающих по форме со словом литературного языка, предполагает учет как сленговых, так и литературных лексико-семантических вариантов при анализе семантической структуры второй группы сленгизмов. В результате проведенного анализа выделяются модели семантической структуры многозначных производных слов в субстандарте, по форме совпадающих со словами литературного языка.

Исследователи не раз отмечали, что многозначное производное слово имеет некую специфику по сравнению с многозначным простым словом, обусловленную спецификой формирования его многозначности: если многозначность простого слова возникает только в результате действия процесса семантической деривации, то многозначность производного слова возникает также и вследствие словообразовательной деривации. При этом семантическая структура производных слов, возникшая в результате словообразовательной деривации, принципиально отличается от семантической структуры непродеривированных слов опосредованной связью значений – через производящую базу [1; 2; 3].

Вторичность сленга по отношению к первичной, материнской системе – литературному языку (ЛЯ) – обуславливает существование в сленге двух типов морфологических дериватов: совпадающих и не совпадающих по форме со словом ЛЯ. Значимость такого деления для анализа семантической структуры производных слов обусловлена тем, что наличие формально (по звуковой оболочке) совпадающей со сленгизмом лексической единицы ЛЯ определяет необходимость учета семантической структуры всей леммы в рамках общенационального языка (сленговые лексико-семантические варианты (ЛСВ) и литературные ЛСВ), а также связей между отдельными ЛСВ.

Цель данного исследования заключается в выявлении моделей семантической структуры многозначного производного слова в субстандарте. Материалом исследования послужили многозначные субстантивные морфологические производные общим количеством 7 436 ЛСВ в американском сленге и 8 490 ЛСВ – в русском, отобранные путем сплошной выборки из словарей американского [4] и русского сленга [5].

Как показывает проведенный анализ, подавляющее большинство многозначных субстантивных производных в сленге формально не совпадают со словом ЛЯ (то есть являются собственно сленгизмами) (5 797 ЛСВ, или 77,9 %, в американском сленге; 7 180 ЛСВ, или 84,6 %, – в русском): *gooey* ‘hash’; *nonplaceville* ‘a dull place’; *rice-belly* ‘a Chinese’; *gator* ‘an alligator’; *гифток* ‘подарок’; *тыркалка* ‘калькулятор’; *идея-фикус* ‘навязчивая идея’.

Морфологические дериваты, совпадающие по форме со словом ЛЯ, представлены в меньшем объеме (1 639 ЛСВ, или 22,1 %, в американском сленге; 1 310 ЛСВ, или 15,4 %, – в русском): *sleeper* ‘an entry in a contest who is unknown or seems to have little chance of winning’; *iceman* ‘a jewel thief’; *may* ‘mayonnaise’; *сачок* ‘дамская сумочка’; *стремянка* ‘конвой’; *чиж* ‘чрезвычайно интересная женщина’; *пятиминутка* ‘психиатрическая экспертиза’.

Семантическая структура многозначных производных сленгизмов, не совпадающих по форме со словом ЛЯ, по-видимому, развивается так же, как и семантическая структура лексических единиц ЛЯ, поэтому в центре данного исследования – многозначные дериваты, по форме совпадающие со словом ЛЯ. Сложность анализа данной группы сленгизмов обусловлена тем, что при определении статуса отдельных ЛСВ в их семантической структуре необходимо учитывать, как уже отмечалось выше, не только сленговые, но и литературные ЛСВ.

В зависимости от типа отношений между совпадающими по форме словообразовательной парой лексических единиц ЛЯ и сленга можно выделить следующие модели.

Первую модель формируемых отношений составили случаи, когда между лексической единицей, мотивирующей слово ЛЯ, и сленгизмом отсутствовали отношения непосредственной словообразовательной производности, что обусловило трактовку сленгизмов как семантических дериватов:

<i>to dust</i> ‘вытирать пыль’ (ЛЯ)	→ <i>duster</i> ‘тряпка для пыли’ (ЛЯ)
	↓
	<i>duster</i> ‘a woman's smock or house-coat, worn over or instead of usual clothes’ (сленг)
<i>дорога</i> (ЛЯ)	→ <i>бездорожье</i> ‘отсутствие или недостаток благоустроенных, удобных для езды дорог’ (ЛЯ)
	↓
	<i>бездорожье</i> ‘бессмысленные, ненужные действия’ (сленг).

В приведенных выше примерах семантическая деривация задействует структурно комплексные единицы в качестве источника номинации, в результате чего формируется «развитая полисемия» [6, с. 21], или, по терминологии П. А. Соболевой [2], – «последовательная», при которой слово мотивируется одной лексической единицей, но при этом имеет прямое и переносное значение. Прямое значение мотивированного слова возникает в процессе словообразовательного акта, а переносное – на базе прямого значения, т.е. слово в переносном значении напрямую не связано словообразовательными отношениями с мотивирующим словом. Поэтому в этих и подобных случаях первые ЛСВ представляют собой результат словообразовательной деривации, а вторичные – результат семантической деривации. Так, в паре *бездорожье*<sub>1</sub> ‘отсутствие или недостаток благоустроенных, удобных для езды дорог’ (ЛЯ) → *бездорожье*<sub>2</sub> ‘бессмысленные, ненужные действия’ (сленг) только слово ЛЯ непосредственно связано с мотивирующим литературным словом *дорога* и представляет собой морфологический аффиксальный дериват. Сленговый ЛСВ такой связи не имеет, что обусловило его отнесение к результату семантической деривации. Ср. также: *deadlights* ‘the eyes’ (в ЛЯ *deadlight* ‘иллюминатор’); *business* ‘a bowel movement’ (в ЛЯ *business* ‘дело, работа, бизнес’); *чернослив* ‘житель Кавказа’; *архитектор* ‘осужденный, работающий в ИТУ каменщиком’.

Вторая модель формируемых отношений может быть представлена следующим образом:

<i>top</i> ‘высшая, верхняя часть чего-либо’ (ЛЯ)	→ <i>topper</i> ‘машина, которая срезает верхушки сорняков’ (ЛЯ)
	→ <i>topper</i> ‘a man's top hat’ (сленг)
<i>черно-бурый</i> (ЛЯ)	→ <i>чернобурка</i> ‘черно-бурая лиса, а также мех этой лисы’ (ЛЯ)
	→ <i>чернобурка</i> ‘наркотическое средство черного цвета из денатурата, пива и политуры’ (сленг).

Дискуссионным в лингвистике является вопрос о том, рассматривать ли подобные наименования в рамках одной лексемы. Так, ряд ученых (О. С. Ахманова [7], А. Н. Тихонов [8] и др.) считают данные лексические единицы омонимами. При этом подчеркивается невозможность выделения исходного значения, отсутствие связи между ЛСВ, трактовка используемых аффиксов как омонимичных.

Мы придерживаемся точки зрения лингвистов, которые относят рассматриваемые образования к разряду многозначных лексем: И. С. Улуханова [9], О. П. Ермаковой [10], П. А. Соболевой [2] и др. При этом подчеркивается словообразовательный характер полисемии. Такая точка зрения на рассматриваемое явление кажется нам более адекватно отражающей факты: в подобных мотивированных единицах имеется опосредованная связь ЛСВ, которая осуществляется через мотивирующее слово в виде семы 'имеющее отношение к ...'. Характерными признаками таких многозначных дериватов являются отсутствие иерархии значений и невыводимость одного из другого; открытость семантических структур, следствием которой является способность иметь неограниченное количество прямых номинативных значений как результат неоднократного действия словообразовательной модели [10, с. 109]. В этом случае речь идет о производных ЛСВ, возникающих каждый раз как результат словообразовательного акта, в котором аффикс присоединяется к производящей базе [11, с. 46]. Таким образом, каждый отдельный ЛСВ таких сленгизмов является результатом словообразовательной деривации от соответствующего мотивирующего слова. Ср. также: *trembler* 'a prison inmate who is very fearful of other prisoners' (в ЛЯ *trembler*: 1) 'вибратор'; 2) 'пищуховый пересмешник'; 3) 'землетрясение'); *хулиганка* 'статья уголовного кодекса о хулиганстве', *толстяк* 'толстый журнал', *ночник* 'ночной вор'.

Похожая картина отмечена в случаях, когда сленгизм совпадает со словом ЛЯ со стертой этимологией:

*голый* (ЛЯ) → *голень* (ЛЯ)  
→ *голень* 'порнография, порнографический альбом' (сленг).

Внутренняя форма слов ЛЯ, с которыми сленгизмы совпадают по форме, на данном этапе развития языка затемнена и восстанавливается в большинстве случаев только путем этимологического анализа. В сленге же в результате действия процесса морфологической деривации наблюдается процесс оживления внутренней формы слов со стертой этимологией [12, с. 33]. Таким образом, в сленге оказывается эксплицитной представлена внутренняя форма лексических единиц, которая в ЛЯ на данном этапе его развития представлена имплицитно. Ср. также: *белка* 'белая горячка', *дневник* 'человек, работающий в дневную смену', *звенья* 'посуда'.

Третья модель формируемых отношений между словообразовательной парой лексических единиц ЛЯ и сленга может быть представлена следующим образом:

<i>соляровый</i> (ЛЯ)	→ <i>солярка</i> ‘соляровое масло’ (ЛЯ)
<i>соло</i> (ЛЯ)	→ <i>солярка</i> ‘гитара соло, партия на гитаре соло (в рок-музыке)’ (сленг)
<i>курица</i> (ЛЯ)	→ <i>курятина</i> (ЛЯ)
<i>курить</i> (ЛЯ)	→ <i>курятина</i> ‘сигареты, папиросы’ (сленг).

Как видно из приведенных примеров, слово ЛЯ и совпадающий с ним по форме сленгизм не связаны между собой ни отношениями семантической производности, ни посредством своих производящих баз (то есть путем словообразовательной деривации), что имеет результатом их отнесение к морфологическим дериватам.

Похожая ситуация наблюдается в случаях, когда мотивирующий сленгизм представляет собой результат паронимической аттракции, под которой понимается «подбор для обозначения какого-то явления общелитературного слова, сходного по звучанию с другим социолектизмом, словом общенародного языка или немотивированным (чаще всего, иноязычным) словом, обозначающим это же явление» [12, с. 57].

<i>мыло</i> (ЛЯ)	→ <i>мыльница</i> (ЛЯ)
<i>мыло</i> ‘электронная почта’ (к англ. <i>mail</i> ‘почта’) (сленг)	→ <i>мыльница</i> ‘почтовый ящик на сервере или на персональном компьютере’ (сленг).

Как видно из приведенного примера, сленгизм *мыльница* соотносится со своим мотивирующим словом *мыло* так же, как и аналогичное слово ЛЯ со своей производящей базой. В то же время семантическая связь между двумя мотивирующими словами отсутствует: сленгизм *мыло* представляет собой результат паронимической аттракции к англ. *mail* ‘почта’, что имеет своим следствием мену внутренней формы сленгизма [12, с. 53], когда сленгизм и совпадающее с ним по форме слово ЛЯ имеют различную мотивировку. Ср. также: *индия* ‘любая музыка, сходная с западной музыкой стиля инди-пендент’ → *индюк* ‘музыкант, исполняющий альтернативную музыку’; *бан* ‘вокзал’ (нем. *Bahn* ‘вокзал’) → *баничник* ‘вокзальный вор’.

Таким образом, в этих и подобных случаях сленговая пара формально воспроизводит словообразовательные отношения пары слов ЛЯ, а семантически – нет, что обусловило интерпретацию этих и подобных производных сленгизмов как морфологических, а не семантических, дериватов.

Четвертая модель отношений между словом ЛЯ и совпадающим с ним по форме сленгизмом может быть проиллюстрирована следующими примерами:

<i>Hell</i> ‘ад’ (ЛЯ)	<i>heller</i> (от нем. <i>haller</i> ‘серебряная монета’) ‘денежная единица Чешской Республики’ (ЛЯ) → <i>heller</i> ‘a remarkable person’ (сленг)
<i>суд</i> (ЛЯ)	<i>судак</i> ‘пресноводная или морская промысловая рыба сем. окунёвых’ (ЛЯ) → <i>судак</i> ‘член суда’ (сленг).

В приведенных примерах сленгизмы (*heller* ‘a remarkable person’; *судак* ‘член суда’) находятся в отношениях словообразовательной и семантической производности с мотивирующими словами ЛЯ (*Hell*; *суд*), в то время как совпадающие со сленгизмом слова ЛЯ таких отношений не демонстрируют. Во всех приведенных примерах слово ЛЯ, с которым сленгизм совпадает по форме, представляет собой немотивированную лексическую единицу, в то время как сам сленгизм является морфологическим дериватом, что имеет своим результатом создание внутренней формы [12, с. 54]. Ср. также: *gunny* ‘a gunman’ (в ЛЯ *gunny* ‘джутовая мешочная ткань’ (от идиш *gōnī* в том же значении)); *гуляш* ‘прогулка’.

Таким образом, в вышеприведенных случаях наблюдается омонимичное совпадение сленгизма со словом ЛЯ, что создает возможность своеобразной языковой, или словесной, игры. Похожая ситуация наблюдается в случаях народной этимологии, когда «в результате случайно возникшего частичного фонетического совпадения этимологически неродственные слова начинают связываться друг с другом» [13, с. 262]. Данное явление имеет место в тех случаях, когда подлинная этимология слова затемнена и оно лишено каких-либо других связей, в результате чего наблюдается «естественное стремление носителя языка найти знакомые элементы в слове» [13, с. 262].

И, наконец, последняя модель формируемых отношений между словообразовательной парой лексических единиц ЛЯ и сленга может быть представлена следующим образом:

*garden* ‘сад’ (ЛЯ) → *gardener* ‘садовник’ (ЛЯ)  
*garden* ‘in baseball, the outfield’ (сленг) → *gardener* ‘in baseball, an outfielder’ (сленг).

Как видно из приведенного примера, сленгизм *gardener* ‘in baseball, an outfielder’ мотивирован сленгизмом *garden* ‘in baseball, the outfield’, который, в свою очередь, является семантическим дериватом от слова ЛЯ.

В качестве мотивирующих слов в подобных случаях могут выступать:

а) сленгизмы, являющиеся семантическими дериватами слов ЛЯ: *читать* ‘выпивать’ (сленг) → *читатель* ‘алкоголик, любитель выпить’ (сленг);

б) вторичные ЛСВ слов ЛЯ: *to blow*<sub>1</sub> ‘дуть’ (ЛЯ) → *to blow*<sub>2</sub> ‘сморкаться’ (ЛЯ) → *blower* ‘a handkerchief’ (сленг); *зажигать*<sub>1</sub> ‘заставить гореть’ (ЛЯ) → *зажигать*<sub>2</sub> ‘возбудить, воодушевить’ (ЛЯ) → *зажигалка* ‘воодушевленная, бойкая абитуриентка’ (сленг).

Наличие слова ЛЯ, совпадающего по форме со сленгизмом (*blower* ‘a person or thing that blows’; *зажигалка* ‘прибор для получения огня’), обуславливает, на наш взгляд, возможность нескольких интерпретаций способа образования сленгизма.

В силу вторичности сленга как номинативной системы его можно рассматривать и как семантический дериват от слова ЛЯ: *зажигалка*<sub>1</sub> ‘прибор для получения огня’ (ЛЯ) → *зажигалка*<sub>2</sub> ‘воодушевленная, бойкая абитуриентка’ (сленг). Однако такому рассмотрению, по нашему мнению, препятствует наличие у производящей литературной базы *зажигать* перенос-



ного значения ‘возбудить, воодушевить’, на основе которого образован сленгизм. Поэтому такие случаи трактуются нами как морфологические дериваты, так как формально и семантически они выводятся из производящих баз: *зажигать*<sub>2</sub> ‘возбудить, воодушевить’ (ЛЯ) → *зажигалка* ‘воодушевленная, бойкая абитуриентка’ (сленг).

Таким образом, даже при совпадении сленгизма со словом ЛЯ появление таких производных – «...акт чисто словообразовательный» [14, с. 69], что обусловило отнесение подобных случаев к результату словообразовательных процессов, а не семантической деривации. Во всех вышеприведенных примерах в сленге «воспроизводится словообразовательная модель словообразовательной пары слов ЛЯ» [12, с. 41], в результате чего между словообразовательной парой слов сленга и словообразовательной парой слов ЛЯ образуется квадрат, аналогичный квадрату Дж. Гринберга.

Несколько иной случай представлен сленгизмами: *чиж* ‘чрезвычайно интересная женщина’; *тон* ‘тайное общество наркоманов’; *стон* ‘специальная тюрьма особого назначения’; *гроб* ‘система учреждений и мероприятий гражданской обороны’; *вопли* ‘журнал «Вопросы литературы»’; *бог* ‘Борис Гребенщиков’ и др. Вышеприведенные сленгизмы (0,3 % в русском сленге; в американском сленге не отмечены) также допускают неоднозначность интерпретации: либо как сокращений, либо как семантических дериватов от слов ЛЯ. Их отнесению к семантическим дериватам, а не к сокращениям, способствует тот факт, что в ряде случаев (*вопли*, *стон*, *бог*) рассматриваемые сленгизмы демонстрируют нетипичные для русского языка модели сокращений, в котором усечения на открытом слоге менее продуктивны, чем на закрытом. Однако, на наш взгляд, отсутствие семантической связи между словом ЛЯ и совпадающим с ним по форме сленгизмом препятствует их рассмотрению как семантических дериватов, что обусловило трактовку этих и подобных сленгизмов как сокращений. В ряде случаев подобные сленгизмы представляют собой примеры дезаббревиации, то есть обратного раскодирования аббревиатур: *вуз* ‘девушка, которая учится в вузе для того, чтобы найти мужа’ (от *выйти удачно замуж*).

Таким образом, семантическая структура многозначного производного слова в субстандарте имеет определенную специфику, обусловленную вторичностью сленга как номинативной системы по отношению к системе ЛЯ. Поэтому анализ семантической структуры многозначных производных сленгизмов, совпадающих по форме со словом ЛЯ, предусматривает рассмотрение как сленговых, так и литературных ЛСВ и учет связей между ними.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Ермакова, О. П.* Проблемы лексической семантики производных и членимых слов : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / О. П. Ермакова. – М., 1977. – 433 л.

2. *Соболева, П. А.* Словообразовательная омонимия и полисемия / П. А. Соболева. – М. : Наука, 1980. – 294 с.
3. *Бобровская, Е. Н.* Множественная деривация как источник полисемии производного слова : на материале суффиксальных производных прилагательных современного английского языка : дис ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. Н. Бобровская. – М., 1984. – 290 л.
4. *Thorne, T.* Dictionary of contemporary slang / T. Thorne. – 3rd ed. – London : A & C Black Publ. Ltd, 2007. – 494 p.
5. *Мокиенко, В. М.* Большой словарь русского жаргона / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – СПб. : Норинт, 2000. – 720 с.
6. *Мусатов, В. Н.* Словообразовательная полисемия отглагольных суффиксальных существительных в современном русском языке / В. Н. Мусатов. – 2-е изд., стер. – М. : Флинта, 2014. – 448 с.
7. *Ахманова, О. С.* Словарь омонимов русского языка / О. С. Ахманова. – М. : Сов. энцикл., 1974. – 448 с.
8. *Тихонов, А. Н.* Словообразовательные омонимы в русском языке / А. Н. Тихонов // Рус. яз. в школе. – 1971. – № 1. – С. 88–93.
9. *Улуханов, И. С.* Словообразовательная семантика в русском языке и принципы ее описания / И. С. Улуханов. – 2-е изд., стер. – М. : Едиториал УРСС, 2001. – 256 с.
10. *Ермакова, О. П.* Вторичная номинация в семантической структуре многозначных производных слов / О. П. Ермакова // Способы номинации в современном русском языке / О. П. Ермакова. – М., 1982. – С. 109–123.
11. *Полянчук, О. Б.* Динамика соотношения типов языковых значений в производных словах, развивающих многозначность (на материале французского языка) / О. Б. Полянчук // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – № 3. – С. 44–50.
12. *Лукашанец, Е. Г.* Словообразовательная система русского арго и проблемы ее описания / Е. Г. Лукашанец. – Минск : МГЛУ, 2007. – 300 с.
13. *Пауль, Г.* Принципы истории языка / Г. Пауль ; пер. с нем. под ред. А. А. Холодовича ; вступ. ст. С. Д. Кацнельсона. – М. : Изд-во иностр. лит., 1960. – 500 с.
14. *Козинец, С. Б.* Словообразовательная метафора и смежные с ней явления / С. Б. Козинец // Рус. яз. в школе. – 2007. – № 2. – С. 68–72.

The article deals with the methodology of analysis of the semantic structure of polysemantic derivatives in the substandard, the peculiarities of which are conditioned by the secondary nature of the substandard in relation to the literary language. The existence of substandard derivatives formally coinciding with literary words presupposes taking into consideration both vernacular lexical-semantic variants and literary ones in the process of the analysis of their semantic structure. As a result, models of semantic structure of substandard derivatives formally coinciding with literary words are singled out.

*Поступила в редакцию 27.05.2019*

**М. А. Гладко**

## ИМПЕРАТИВНОСТЬ И КООПЕРАТИВНОСТЬ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ г. МИНСКА

В статье на материале текстов административных объявлений г. Минска рассматривается специфика реализации одной из наиболее важных стратегий эффективного делового взаимодействия – стратегии кооперации. Установлен репертуар кооперативных тактик. Показаны содержательные, языковые и экстралингвистические особенности конструирования текстов объявлений. Выявлена тенденция наполнения текстов объявлений тактиками, эксплицирующими и моделирующими эмоциональное состояние автора и адресата сообщения, демонстрирующими заботу и уважение к реципиенту.

В Беларуси коммуникация претерпела коренное изменение. От административно-командной системы страна резко перешла к рыночным отношениям. В современном деловом и научном контексте бизнес, сфера услуг рассматриваются как система партнерских отношений. Эффективное управление системой отношений предполагает не только высокий уровень коммуникативных умений и навыков персонала компаний, но и, что крайне важно, индивидуальный подход к каждому клиенту с учетом его запросов, особенностей общения, отношений, эмоционально-личностных проявлений. В связи с этим особую научную и практическую актуальность приобретают исследования делового общения, нацеленные на раскрытие специфики взаимодействия с клиентом, а также выделение факторов, способствующих построению эффективного делового общения [1, с. 11].

Происходящие в обществе изменения неизбежно оказывают влияние на письменную и устную коммуникацию. В результате появляются новые жанры, существующие речевые жанры претерпевают существенные изменения. К числу таких относится жанр административного объявления, «который на сегодняшний день находится в процессе становления и в последнее десятилетие переживает значительные трансформации» [2]. Целью настоящей работы является рассмотрение специфики стратегически-тактического конструирования административных объявлений, размещенных в пространстве города Минска.

В фокусе нашего внимания находятся объявления, отражающие ситуации внешнего общения (организация – клиент). Внимательное изучение 100 текстов объявлений (административное объявление – АО), размещенных в различных государственных и частных организациях г. Минска (торговые точки (магазины), библиотеки, больницы, офисы компаний и т.д.) позволили выявить определенные закономерности их стратегического конструирования.

АО рассматривается как информативно-императивный речевой жанр, представленный преимущественно краткими письменными текстами, расположенными в общественных местах и нацеленными на побуждение адресата к действию. АО как речевой жанр можно охарактеризовать следующим образом: 1) АО реализует административную функцию регулирования социального взаимодействия людей в процессе коммуникации; 2) коммуникативная

цель высказывания состоит в информировании и побуждении адресата к действию; 3) коммуникативный статус адресанта в большинстве случаев выше статуса адресата, что позволяет автору сообщения предписывать тому определенные действия; 4) коммуникативная ситуация характеризуется, во-первых, опосредованностью во времени и пространстве, во-вторых, наличием такого положения вещей, которое необходимо изменить, предотвратить или сохранить в неизменном состоянии, в-третьих, дефицитом времени; 5) временные параметры объявления характеризуются наличием определенного «срока годности», в течение которого объявление остается актуальным; 6) результат административного объявления проявляется на экстралингвистическом уровне и отражается в совершаемых адресатом поступках [2].

Исследователь Н. А. Карпова рассматривает административное объявление в рамках административного дискурса, который выделяется автором в пределах более общего образования – делового дискурса на основе ментально-языкового способа репрезентации определенного коммуникативного пространства.

Специфика делового дискурса заключается в том, что он отражает в большинстве случаев стереотипные ситуации, связанные с констатацией нормативного положения дел и предписанием действий, одобряемых с правовой точки зрения, а также с запретом не одобряемых обществом действий. Отличительной чертой делового дискурса является яркая эксплицированность модуса долженствования [2]. Данный дискурс обслуживается специфической подсистемой языковых средств. Эти языковые средства детально описаны в рамках функциональной стилистики, в которой отмечается, что для официально-делового стиля речи свойственны объективность, абстрагированный (неличный) характер изложения, точность (обязательная однозначность) речевого выражения, стандартизованность речи. При этом существуют выработанные временем традиции создания АО, в соответствии с которыми они должны быть краткими, четкими и соответствовать основным правилам речевого этикета. Как отмечает Я. Н. Еремеев, для успешной реализации замысла автора сообщения текст, с одной стороны, не должен показаться адресату чересчур «невежливым», категоричным, а с другой – позиция автора должна быть высокоавторитетной, а его указания являться законными, разумными, не подлежащими сомнению и различным толкованиям [3, л. 134].

В ходе проведенного нами исследования установлено, что 63 % АО представлены стандартными текстами, в которых ключевыми тактиками являются преимущественно императивные: *запрет, требование, напоминание, предостережение, предупреждение, информирование, разрешение*. Как видим, большинство из них сложно назвать кооперативными, эксплицитно демонстрирующими общие интересы, заботу, внимание к адресату, вовлекающими его в общий коммуникативный континуум.

Тем не менее, отметим, что значительно сокращается количество АО чисто императивного характера. Все чаще тексты объявлений выстраиваются с использованием кооперативных тактик, базирующихся на категории

вежливости, – *благодарность (13 %), просьба (15 %), извинение (5 %): Благодарим за участие в опросе, Просим Вас оставить свои отзывы...*, на эмоциональной составляющей – *тактика заинтересованности в сотрудничестве (4 %): Мы будем рады видеть Вас снова!*

Ментальная схема любого коммуникативного эпизода располагается его инициатором в некотором пространстве от максимума кооперативности (своего рода растворении в установках адресата) до ее минимума, или, иначе, максимума некооперативности, т.е. игнорирования интересов адресата, вплоть до установки на конфликт. Ситуация же институциональной коммуникации накладывает определенные рамки на развитие коммуникативных сценариев и не допускает крайностей. Она предполагает дозированную кооперативность или коактивность, т.е. общение на уровне готовности адресата, но отнюдь не беззубое пренебрежение своими интересами и, тем более, не игнорирование интересов адресата. Внешняя коммуникация любой организации с необходимостью строится (или, по крайней мере, должна строиться, если организация дорожит своими нематериальными активами) на презумпции взаимного уважения и заинтересованности.

Кооперативность может быть рассмотрена как синоним конструктивного речевого взаимодействия, она основывается на принципе коммуникативного сотрудничества. Стратегии кооперативности связаны с установкой на благоприятное конструктивное взаимодействие. Позитивно-продуктивный вид общения А. С. Букин называет кооперативным [4]. В фокусе данного подхода к определению кооперативности на первый план выходит достижение стоящих перед общающимися коммуникативных целей.

Стратегия кооперации подразумевает стирание различий и уменьшение коммуникативного противостояния для достижения коммуникативной цели. Коммуникативное подобие наталкивает адресата на мысль о сходстве целей, мыслей и мировоззрения. Таким образом, у получателя сообщения складывается впечатление, что адресанту можно доверять. Кооперативная стратегия предполагает более «теплый» вариант общения. Адресант выражает заботу и участие по отношению к адресату, демонстрирует уважение к его идеям и чувствам всевозможными вербальными способами.

Данная коммуникативная стратегия при всем своем воздействующем потенциале позволяет в равной степени соблюдать как интересы адресанта, так и адресата. Она направлена на создание общего коммуникативного пространства, установки на переориентацию, вовлечение партнеров в общий коммуникативный континуум для достижения коммуникативной цели.

Кооперативность содержательно близка понятию вежливости, которая выражается в демонстрации «уважения к другому» и определяется как универсальная коммуникативная категория, представляющая собой сложную систему культурно-специфических стратегий, направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соответствующих ожиданиям партнера. Данные категории в значительной степени пересекаются. Кооперативное общение нацелено на достижение поставленных целей бесконфликтным способом [4].

Отрадно, что соблюдение принципов кооперативного общения в деловой сфере нашей столицы постепенно становится тенденцией. Как известно, удовлетворение одной из базовых потребностей в уважении и признании творит чудеса. Внимание к личности сопровождается у человека появлением положительных эмоций. Человек устроен таким образом, что он всегда стремится к максимизации приятного. Если некий объект делает нам «хорошо» (вызывает чувство приятного), то в соответствии с только что указанной стратегией поведения любого человека мы, естественно, стремимся к этому объекту, точнее (поскольку эта заложенная в нас природой стратегия поведения нами не осознается), нас тянет к подобному объекту. Поэтому все более востребованные в деловом общении, в частности в АО, тактики благодарности и просьбы формируют позитивное коммуникативное пространство города.

Проведенное нами анкетирование 60 человек показало, что 97 % опрошиваемых получают удовлетворение при прочтении объявлений, содержащих тактику благодарности, например:

**СПАСИБО,  
ЧТО ОСТАВИЛИ  
ВЕРХНЮЮ ОДЕЖДУ  
В ГАРДЕРОБЕ.**

Данные респонденты готовы безоговорочно выполнить содержащуюся в АО просьбу. Это свидетельствует об эффективности подобных кооперативно заряженных сообщений. Особенность использования тактики благодарности заключается в ее проспективном характере, т.е. благодарность предшествует выполнению действия, что, как отмечают опрошиваемые, *неожиданно и непривычно*, так как они привыкли *получать благодарность за уже выполненное действие, требование*.

Респонденты (98 %) отмечают высокую действенность высказываний АО, содержащих тактику просьбы с эксплицитным маркером *Просим Вас + ДЕЙСТВИЕ* (*оставить свои отзывы, указать причины*) по сравнению со стандартным *ДЕЙСТВИЕ + этикетный маркер пожалуйста* (*Оставьте, пожалуйста, одежду в ...*). Именно благодаря кооперативно оформленной тактике просьбы, подчеркивающей внимание к человеку как к личности, достигается максимально убеждающий эффект.

Палитра тактик в кооперативно ориентированном деловом общении позволяет использовать АО как инструмент убеждения, поиска компромиссов и как инструмент психологического влияния на адресата. Кооперативность в коммуникации выражается в стремлении действовать конструктивно, избегать конфронтативности и неоднозначности. Чем более насыщена коммуникация тактическим инструментарием кооперативности, тем в большей степени кооперативным является создаваемый дискурс [5]. Ведь, используя императивные требования, адресант имеет все шансы вступить в длительную конфронтацию с адресатом или потерять его как клиента, партнера и т.д. Для того чтобы этого не произошло, необходимо установить эмоцио-

нальный контакт с адресатом. Любой человек, который что-то произносит или пишет, вносит в свои слова эмоциональную позицию, поэтому, останавливаясь на вопросе психологического влияния на адресата, важно уделить внимание именно установлению эмоционального контакта. Кроме того, очень важно, чтобы убеждающее сообщение заинтересовало, задело адресата за живое. Личная заинтересованность – условие, при наличии которого убеждающая информация приобретает дополнительную убедительность.

Именно поэтому востребованными становятся кооперативно ориентированные тактики *заботы, эмпатии*. Проявление автором речевого сообщения заботы о коммуникативном партнере свидетельствует о его «ценности» для адресанта. При таком общении говорящий, как правило, пытается не только овладеть вниманием адресата, но и заслужить его уважение. Тактика *заботы* реализуется по схеме «мы делаем/заботимся для/о вас» и получает вербализацию посредством лексем семантики заботы, обеспечения безопасности. Например:

**ВНИМАНИЕ!**  
В целях Вашей  
безопасности

ведется видео- и аудионаблюдение.

Кооперативно заряженная тактика эмпатии представляет собой психологический аргументативно-ориентированный прием, согласно которому автор сообщения демонстрирует знание проблем, забот, с которыми сталкивается адресат, выражая при этом свое понимание возможных сложностей в его жизни. Как правило, опровергнуть такое сообщение очень сложно, либо вообще невозможно, так как ставка делается на принцип «такие проблемы у всех». Считается, что мы реагируем на убеждающую информацию, соотнося ее со своими установками, знаниями и чувствами, имеющими отношение к теме полученного сообщения. В результате такого соотнесения мы генерируем мысли или «когнитивные реакции» на сообщения, включающие (или не включающие) информацию, согласующиеся (либо не согласующиеся) с отстаиваемой в нем позицией. Мы изменяем свою установку в направлении согласования ее с выраженной в сообщении позицией до тех пор, пока предъявляемое сообщение вызывает в нас положительные когнитивные реакции.

Тактика эмпатии позволяет добиться от объекта влияния положительного отклика на предложение-стимул. Затем, собственно посредством аргументации, адресант стремится побудить адресата к дальнейшему размышлению, к рефлексии по поводу данного стимула. Ключевыми маркерами тактики являются кластеры, конструируемые по схеме:

вы + наречие частотности (*обычно, всегда, часто*) + глагол с семой нужды, потребности (*нуждаетесь, требуется*) или отрицательные конструкции семантики отсутствия чего-либо (*нет ни времени, ни желания раздеться*). Приведем пример:

*Уважаемые родители! Обычно вы заняты своими делами, у вас много хлопот, вы всегда испытываете нехватку времени.*

Подобные кластеры описывают неприятные для адресата, но повседневные, повторяющиеся и ставшие обыденными действия. При этом зачастую автор АО смягчает высказывание кооперативным *мы понимаем, что*, тем самым демонстрируя общность взглядов: *Мы прекрасно понимаем, что сейчас многим нашим читателям и порой нет ни времени, ни желания раздеваться в гардеробе ради того, чтобы получить одну книжку*. Вместе с тем автор сообщения проявляет внимание и уважение к личным заботам, хлопотам своих партнеров по коммуникации, что способствует достижению желаемого перлокутивного эффекта.

На восприятие объявления, помимо непосредственно языковой формы воплощения, оказывают влияние также материальный носитель информации (бумажный лист, жестяная табличка и т.п.), способ нанесения надписи (рукописный, печатный, с изображением, выделением цветом и др.), место расположения (специально организованная доска объявлений, стена помещения и т.д.).

Анализ АО в коммуникативном пространстве г. Минска показал, что в большинстве случаев они выполняются силами автора сообщения при помощи компьютера и печатаются на листе формата А4. Интерес представляет графико-пространственный параметр – соотношение с другими семиотическими системами: применение шрифтовых и цветовых выделений, дополнение текста объявления изображениями и т.д.

Обратим внимание на то, что 92 % текстов объявлений напечатаны при помощи черно-белого принтера, однако ключевые слова выделены заглавными буквами, шрифтом, а также пространственным делением по строкам, что служит привлечению внимания, более легкому восприятию и запоминанию информации.

Такие объявления, как правило, сопровождаются иллюстрациями, используется шрифтовое варьирование. Так, в 90 % случаев, крупным или жирным шрифтом выделяется лексика, маркирующая этикетные кооперативные тактики *благодарности* и *акцентирования внимания: спасибо (за покупку), вниманию (пациентов)*.

В ходе исследования выявлена тенденция к увеличению числа нестандартных объявлений, текст которых непременно конструируется кооперативными тактиками. Автор данного АО устанавливает эмоциональный контакт с адресатом, эксплицируя собственное эмоциональное состояние – тревогу, беспокойство за сохранность личных вещей клиентов магазина. Возникновение положительного эмоционального отношения к партнеру оказывает позитивное влияние на общение, тогда и коммуникация осуществляется легче:

АДМИНИСТРАЦИЯ  
ЗА ОСТАВЛЕННЫЕ ВЕЩИ  
ПЕРЕЖИВАЕТ,  
НО ОТВЕТСТВЕННОСТИ  
НЕ НЕСЕТ.



Таким образом, не только языковое воплощение, но и содержание объявлений, отражающее внеязыковую действительность, также претерпевает изменения в последние годы в направлении большей кооперативности. В структуре АО г. Минска наблюдается тенденция вытеснения кооперативными тактиками тех тактик, которые свойственны административно-деловому дискурсу, что способствует сокращению коммуникативной дистанции, формированию доверия между администрацией организаций и клиентом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Белов, А. Б.* Социально-психологические особенности восприятия клиента в деловом общении / А. Б. Белов // Психологические исследования. – 2012. – 5(25). – С. 9–17.
2. *Карпова, Н. А.* Административное объявление как речевой жанр [Электронный ресурс] / Н. А. Карпова. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/administrativnoe-obyavlenie-kak-rechevoy-zhanr-1>. – Дата доступа : 3.05.2019.
3. *Еремеев, Я. Н.* Директивные высказывания как компонент коммуникативного процесса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Я. Н. Еремеев. – Воронеж, 2012. – 223 л.
4. *Букин, А. С.* Некооперативный диалог (на материале англоязычной художественной литературы): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / А. С. Букин. – Орехово-Зуево, 2016. – 145 л.
5. *Бурмакина, Н. Г.* Категория корпоративности в академической коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Г. Бурмакина. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-kooperativnosti-v-akademicheskoy-kommunikatsii>. – Дата доступа : 3.05.2019.

The article deals with the key tactics employed in administrative announcements in the city of Minsk. The paper reveals the tendency of an upward trend in the usage of communicative tactics showing support and respect, building rapport with the addressee. The dominant markers of the tactics in question are described and illustrated.

*Поступила в редакцию 30.05.2019*

**О. О. Графутко**

## ЭМОТИВНАЯ СИТУАЦИЯ КАК КОМПОНЕНТ СЕМАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА

В статье рассмотрены эмотивные ситуации, передающие страх, злость и грусть в художественном дискурсе на английском и белорусском языках. Выявлены критерии определения границ микротекстов, репрезентирующих ситуации в дискурсе. Проанализирована роль различных классов эмотивной лексики и закономерности ее функционирования в структуре эмотивных микротекстов на двух языках.

Эмоции являются неотъемлемой характеристикой человека, играющей важную роль в коммуникации. Как правило, они возникают в рамках ситуации, включающей субъект состояния, причину, условия переживания эмоции, свидетелей, стимуляторы [1, л. 324]. Такие «типичные жизненные (реальные или в художественном изображении) ситуации, в которых задействованы эмоции коммуникантов», будем называть эмотивными [2, с. 56].

Художественный дискурс представляет собой «депозитарий имен эмоций и эмоциональных (читай: эмотивных – О. Г.) ситуаций» [Там же, с. 65]. По своей природе романы, новеллы – это нарративы, имеющие определенную семантическую структуру. П. Торндайк ее компонентами считает обстановку (setting), мотив (theme), сюжет (plot), состоящий из эпизодов с действиями, направленными на достижение цели, и развязку (resolution) [3; 4]. На этом основании полагаем возможным считать эмотивные ситуации сюжетообразующими эпизодами, являющимися структурными компонентами нарратива. Эмотивные ситуации реализуются в эмотивных микротекстах – «фрагментах текста (блоках, сверхфразовых единствах), вычленяемых на тематической основе и отражающих какое-либо эмоциональное состояние или состояния субъекта» [1, л. 11].

Цель данной статьи – выявить закономерности структуры эмотивных микротекстов и функционирования эмотивной лексики в их составе. Материалом послужили 120 эмотивных микротекстов на английском языке и 124 – на белорусском с ведущими эмоциями грусти, злости и страха, отобранные методом сплошной выборки из современных романов («The New Republic» Л. Шрайвер; «Purity» Дж. Франзена; «Перакулены час», «Марыянеткі і лялькаводы» М. Южыка; «Цень анела» М. Клімковіча, У. Сцяпана).

Эмотивные ситуации могут быть отражены в текстовых фрагментах разного объема. Эмотивное вкрапление в неэмотивном массиве текста представляет ситуацию в свернутом виде: *Of her mother she could remember little more than a jumble of fear and sadness, hospital rooms, her father's sobbing, a funeral...* [FP, p. 164] 'От матери в ее памяти не сохранилось почти ничего, кроме смеси страха и горя, больничных палат, слез отца, похорон...' [ФБ, с. 243]. Несмотря на краткость отрывка, читатель легко декодирует участников, эмоции (эксплицированы лексемами *fear* 'страх', *sadness* 'грусть', *sobbing* 'слезы'), их причину (болезнь и смерть матери).

Границы эмотивного микротекста могут быть определены с опорой на объемно-прагматическое деление текста (термин из [5]): начало/конец главы или отбивка в рамках главы нередко указывают на начало/завершение эмотивной ситуации. В белорусскоязычной выборке отмечены и другие маркеры начала новой ситуации:

- многоточие в начале абзаца:

*Словам, кватэра Гольцавай была заветным прыстанкам для гэтага... мяккага чалавека.*

*...Гадзіннік паказваў дзесяць хвілін першай, а Віталя ўсё не было. Гольцава хвалялася [ЮМ, с. 79];*

- смена начертания:

*Даруй, што кажу табе пра гэта...*

**Чорны мікрааўтобус спыніўся побач з паштовым фургонам** (сохранено авторское форматирование. – О. Г.) [КЦ, с. 36].

На границы эмотивного микротекста могут указывать лексические средства, означающие

- возникновение эмоции: *A horrible feeling seized Andreas, part loathing, ...part righteous rage* [FP, p. 105] ‘Жуткое чувство *охватило* Андреаса: частью отвращение, ...частью праведный гнев’ [ФБ, с. 156];
- затухание эмоции: *буркнуў той без ранейшай злосці* [ЮМ, с. 235];
- смену эмоции: *anger had burned off... leaving... grief behind* [FP, p. 31] ‘Злость выгорела..., осталась только... горечь’ [ФБ, с. 45];
- смену темы.

Безусловно, главный критерий выделения эмотивного микротекста – лексемы, называющие, описывающие и выражающие эмоции. Для декодирования и интерпретации эмотивной ситуации важно выявить ведущую эмоцию, чему способствуют единицы, *называющие* эмоции. Средства прямого названия эмоциональных переживаний выявлены в 48–63 % микротекстов на обоих языках (см. табл.). Имена эмоций значимы тем, что они понятны адресату, «репрезентируют гипотетическую эмотивную ситуацию» [1, л. 41] и помогают полнее представить описываемое событие. Более того, лишь 2–10 % микротекстов не содержали средств названия ведущей эмоции, что подтверждает ключевую роль этого класса лексики при вербализации эмотивных ситуаций в художественном дискурсе.

Т а б л и ц а

Средства названия эмоций в эмотивных микротекстах  
на английском и белорусском языках, %

	ГРУСТЬ		СТРАХ		ЗЛОСТЬ	
	Англо-язычный дискурс	Белорусско-язычный дискурс	Англо-язычный дискурс	Белорусско-язычный дискурс	Англо-язычный дискурс	Белорусско-язычный дискурс
<b>Наличие средств названия эмоций</b>	<b>93,75</b>	<b>89,47</b>	<b>100</b>	<b>98</b>	<b>94,6</b>	<b>94,5</b>
Прямое название	53,13	52,63	59,4	56	48,2	63,6
Только косвенное название	40,62	36,84	40,6	42	46,4	30,9
<b>Отсутствие средств названия эмоций</b>	<b>6,25</b>	<b>10,53</b>	–	<b>2</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>

Анализ показал, что лексемы с семой 'страх' использованы в прямой и/или несобственно-прямой речи лишь в 37,5 % англоязычных и 34 % белорусскоязычных ситуаций; *грусть* лексически отражена в речи героев в 46,9 % англоязычных и 52,6 % белорусскоязычных ситуаций, а *злость* – в 69,6 % англоязычных и 78,2 % белорусскоязычных ситуаций. Причина кроется в характере анализируемых эмоций: страх и грусть часто реализуются как астенические, а грусть является стенической, что приводит к использованию говорящим лексических средств *выражения* злости, а также идентификации чужой эмоциональной реакции в своей речи.

Хотя наше внимание сосредоточено на эмотивной лексике, отметим значимость восклицательных и вопросительных предложений в рассматриваемых микротекстах. Восклицательные предложения могут как включать эмотивную лексику (*Хам! <...> Мала я яму ўляпіў! Вось жа сволач!* [ЮП, с. 104]), так и не содержать ее (*А я не жадаю ніякай сістэмы! Дасістэматызаваліся, хопіць! <...> Я хачу вольнага самавыяўлення, творчай прасторы!* [ЮМ, с. 49]). Во втором случае ближайший контекст может содержать уточняющую авторскую ремарку (*Сяргей са злосцю свідраваў бацьку вачыма* [Там же]).

Вопросительные предложения (обычно – риторические вопросы) также эффективное средство трансляции эмоций: *The agency couldn't foresee a staff shortage? Thought it was OK to send someone three hours late and not notify them? Made a practice of pulling aides off scheduled visits and sending them to other clients? Didn't even train its desk personnel to apologize?* [FP, p. 205] 'Агентство не в состоянии предусмотреть нехватку персонала? Считает, это нормально – задержать помощника на три часа и не известить о задержке? Срывать помощников с запланированных визитов и отправлять к другим клиентам? И те, кто отвечает на звонки, даже не обучены извиняться?' [ФБ, с. 304–305]. Данный фрагмент микротекста передает раздражение героини после звонка в агентство, не приславшее медбрата к ее мужу-инвалиду.

Эмотивный микротекст может иметь разную структуру. Идентификация ведущей эмоции в начале фрагмента устанавливает направление интерпретации ситуации и частично снимает необходимость в насыщенности отрывка эмотивной лексикой. Например, в начале одного из микротекстов присутствует фраза *He was pale, tight-lipped, furious* [FP, p. 242] '[Он был] бледный, сжавший губы, разгневанный' [ФБ, с. 362], где выделенная единица сообщает, как декодировать дальнейший диалог, в котором эмоции лексически не проявляются.

С другой стороны, имя ведущей эмоции может встречаться лишь в финале ситуации: так, в одном из микротекстов героиня сообщает собеседнице, что его мать больна раком. О грусти свидетельствуют лексемы *cry* 'плакать'; (be) *sorry* 'сочувствовать'; *a sob* 'всхлип'. Автор называет переживаемую эмоцию лишь перед уходом героя (что указывает на близящуюся смену темы): *He sprang to his feet, his grief apparently forgotten* 'Он вскочил на ноги, словно позабыв о горе (перевод наш, если не указано иного. – О. Г.)' [FP, p. 249]. В таких ситуациях читатель может подтвердить свой вывод о передаваемой эмоции лишь ретроспективно.

Лингвисты отмечают, что для семантической структуры художественного дискурса характерен измененный и усложненный порядок следования элементов [6]. При анализе были выявлены микротексты, включающие текущее переживание эмоции и описание переживания такой же эмоции в прошлом. Например, в начале одного эпизода из белорусскоязычного романа героиня волнуется о возлюбленном, ожидая его прихода поздно вечером, что репрезентировано лексемами *хвалявалася, нервова, трывожна, страх*. Далее следует фрагмент с ее воспоминанием про недавний сон об убийстве этого ухажера (маркеры страха – *жах, страхалюдны, страшная* (здагадка), *напало-ханае* (сэрца)). Затем представлен визит свекрови, передающей героине привет от ее мужа-преступника (маркеры страха – *здранцвела, жаж, ліхаманкава*). Наконец, повествование возвращается к отправной точке: *І зараз..., калі трывожна чакала Віталя, не выходзілі з Анжэлінай галавы ні сон той пракляты, ні візіт ненавіснай свякрухі, ні д'ябальскае «прывітанне»* [ЮМ, с. 82]. При такой структуре микротекста ранее пережитый страх наслаивается на страх, испытываемый в настоящем, что позволяет понять глубину эмоции и контекст, в котором она переживается.

Число участников ситуации не всегда равно числу субъектов эмоции. Назовем эмотивные ситуации с одним субъектом эмоции моносубъектными, а с двумя и более – полисубъектными, причем первый тип может перейти во второй и наоборот. Например, в одном из микротекстов герой-мужчина изначально испытывает злость (*не ў гуморы, раздражненне, (з) лютасцю*), а его жена спокойна (*працавала з зайздросным спакоем*). Но с развитием ситуации героиня тоже раздражается, что ясно из ее действий (*сарвала* (фартух), *замахнулася*) и фонационных характеристик речи (*Замаўчы!, Што?!, бурчала, гаркнула*); дальнейшая авторская ремарка *Людміла Пятроўна здолела ўзяць сябе ў рукі* [ЮП, с. 173] указывает, что эмоция героини была кратковременной (в отличие от эмоций ее мужа).

В эмотивной ситуации возможна реализация более одной ведущей эмоции. Так, герой может испытывать два близких или далеких по модальности переживания: *трывожна і разам з тым злосна падумаў Бабаеўскі* [ЮМ, с. 118]. В полисубъектных ситуациях персонажи также могут испытывать разноплановые эмоции. Например, в одном из микротекстов героиня злится на собеседника из-за сокрытия ценной информации, а тот боится, что их разговор услышат. После диалогического фрагмента, наполненного средствами описания и выражения эмоций, автор так обозначает ситуацию: *The most indifferent bystander... would have registered Alexis Collier's outrage. At first, Edgar had feared that Jasmine Petronella would overhear the tirade... But by the time Alexis was through broadcasting his business to the whole world, Edgar's nervous glances had shifted... to the silent hulk looming by the door* 'Даже самый равнодушный посетитель... заметил бы негодование Алексис Колльер. Сначала Эдгар боялся, что Жасмин Петронелла услышит ее *тираду*... Но к тому времени, как Алексис закончила трубить во всеуслышание о его делах, *нервные* взгляды Эдгара переместились... на молчаливого увальня у двери' [SR, p. 281].

При анализе микротекстов, репрезентирующих злость, выявлена нередкая вербализация отвращения и/или презрения, что соответствует идеям К. Изарда, причисляющего эти эмоции к т.н. триаде враждебности [7]. Так, в одном из анализируемых примеров на оскорбительную просьбу собеседника герой реагирует со злостью (*Ух, як зарупела Сурмачу... сханиць Хведзьку загрудкі, ... скамячыць **ненавісны** твар, адарваць цела ад падлогі і шпурнуць у залу* [ЮП, с. 33]), сочетающейся с отвращением к просьбе и ее автору (*пачварына, грэбліва, працадзіў, агіднае рыла*).

Как уже отмечалось, скопление в микротексте различных эмотивных лексем, принадлежащих к одному микрополю, позволяет классифицировать его как эмотивный. Однако в текстовом фрагменте также может целенаправленно повторяться одна и та же эмотивная лексема: *I hate that there were always... I hate that you went... I hate that you don't have to... I hate that you'll never... I hate that you love ... I hate that you don't have to... I hate that you can't imagine...* 'Меня бесит, что всегда были... Бесит, что ты училась... Бесит, что ты можешь... Бесит, что ты никогда... Бесит, что ты любишь... Бесит, что тебе не надо... Бесит, что ты и представить не можешь...' [FP, p. 233]. Повтор эмотивных лексем в такой близости друг от друга позволяет сделать вывод о высокой интенсивности передаваемой эмоции.

Повтор эмотивной лексемы (нередко – имени эмоции) может не быть сконцентрирован в отдельной части ситуации, а встречаться на всем ее протяжении. Тем самым подчеркивается непреходящий, всепроникающий характер эмоции, ее значимость для персонажа. Так, в англоязычном микротексте о подготовке убийства герой испытывает тревогу, что отражено при помощи повтора лексемы *anxiety* 'тревога': *the anxiety had a life of its own* 'тревога жила собственной жизнью'; *his anxiety the previous night* 'прошлой ночью тревога'; *in the middle of his first night of anxiety* 'посреди первой ночи тревог'; *his anxiety had abated* 'тревога уменьшилась'; *now his anxiety was back* 'тревога вернулась'; *the pressure of unbearable anxiety* 'невыносимое давление тревоги' и др. [FP, p. 120–123]. Таким образом, полагаем, что любой повтор эмотивных единиц является осознанным и преднамеренным со стороны писателя и служит для передачи авторских импликаций.

Из-за необходимости избегать не обусловленных авторским замыслом повторов большинству эмотивных микротекстов присущи лексемы, входящие в одно микрополе, но обозначающие разные оттенки эмоции. Анализ показал, что в дискурсе подобные единицы могут частично утрачивать семантические различия, т.к. общая сема, сводящая эти лексемы к средствам передачи некоторого переживания, выходит на первый план и становится важнее, чем различия в силе эмоции. Рассмотрим пример:

*Яе вочы... загарэліся радасцю, але яшчэ хутчэй гэтая радасць скрылася за напускной незадаволенасцю, **раздражненнем**, жаночай крыўдлівасцю.*

– Ну, ты ў сваім стылі! Пазней не мог падысці? – *абуралася Зося... <...> Зоська была надзіва прывабная ў няшчырым **гневе*** [ЮП, с. 67].

Эмоция злости вербализована лексемами *раздражненне, гнеў, абурацца*; также называются близкие к злости переживания *незадаволенасць* и *крыўдлі-*

*васць*. На наш взгляд, контекст не позволяет заключить, что произошло накаление ситуации, повлекшее превращение раздражения в гнев, т.е. автор использует разные единицы с семантикой злости, прежде всего избегая повторения, а не иллюстрируя изменение силы эмоции, на которое, как правило, указывают дополнительные маркеры.

Насыщенность эмотивными единицами является важным, но не обязательным критерием выделения эмотивных текстовых фрагментов. В акциоцентрических микротекстах (термин по [1]), содержащих описание действий, число эмотивных лексем минимально, что не мешает реципиенту верно определить ведущую эмоцию: *He trashed the hotel room. <...> He hurled food against the wall, broke dishes, ripped the blanket and sheets off the bed, upended the mattress, and hammered a wooden chair on the floor until its legs broke. <...> He trashed the hotel room to vent his rage...*[FP, p. 441–442] ‘Он разгромил номер. <...> Он швырял в стену еду, бил посуду, сорвал с кровати одеяло и постельное белье, перевернул матрас, колотил по полу деревянным стулом, пока не сломал ножки. <...> Он громил номер, давая выход ярости...’ [ФБ, с. 657].

Таким образом, анализ показал, что эмотивные ситуации в художественном дискурсе на обоих языках выделяются по тематическому принципу, а их границы устанавливаются с опорой на объемно-прагматическое деление текста и особые лексические и графические маркеры, имеющие в двух языках некоторые различия. Выявлены ключевая роль лексики, *называющей* эмоциональные переживания, и бóльшая вероятность вербализации в прямой речи стенических эмоций. Определено, что идентификация эмоции в начале микротекста способствует его однозначной интерпретации, а название эмоции в конце – ретроспективной классификации ситуации. Выделены типы эмотивных ситуаций по количеству субъектов (моно- и полисубъектные) и ведущих эмоций (с одной или двумя). Отмечен кластерный характер проявления переживаний в художественном дискурсе. Выявлено, что повтор эмотивных единиц в современных романах является преднамеренным и передает интенсивность эмоции или ее важность для сюжета/героя.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Филимонова, О. Е. Категория эмотивности в английском тексте (когнитивный и коммуникативный аспекты) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / О. Е. Филимонова. – Санкт-Петербург, 2001. – 382 л.
2. Шаховский, В. И. Эмоции: долингвистика, лингвистика, лингвокультурология / В. И. Шаховский. – М. : URSS : Либроком, 2010. – 124 с.
3. Thorndyke, P. W. Cognitive structures in comprehension and memory of narrative discourse [Electronic resource] / P. W. Thorndyke // Cognitive psychology. – 1977. – Vol. 9, iss. 1. – P. 77–110. – Mode of access : [https://www.researchgate.net/publication/223201062\\_Cognitive\\_Structures\\_in\\_Comprehension\\_and\\_Memory\\_of\\_Narrative\\_Discourse](https://www.researchgate.net/publication/223201062_Cognitive_Structures_in_Comprehension_and_Memory_of_Narrative_Discourse). – Date of access : 03.04.2019.

4. *Thorndyke, P. W.* Cognitive structures in human story comprehension and memory : a dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy [Electronic resource] / P. W. Thorndyke. – Stanford, 1975. – 184 p. – Mode of access : <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED123587.pdf>. – Date of access : 03.04.2019.
5. *Гальперин, И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – 5-е изд., стер. – М. : КомКнига, 2007. – 144 с.
6. *Van Dijk, T. A.* Macrostructures [Electronic resource] / T. A. Van Dijk. – Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates, 1980. – 327 p. – Mode of access : <http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20Macrostructures.pdf>. – Date of access : 01.04.2019.
7. *Изард, К. Э.* Психология эмоций / К. Э. Изард. – СПб. : Питер, Лидер, 2011. – 460 с.

#### ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

- КЦ – *Клімковіч, М.* Цень Анёла. Раман. Частка трэцяя / М. Клімковіч, У. Сцяпан // Маладосць. – 2008. – № 3. – С. 17–42.
- ЮМ – *Южык, М.* Марыянеткі і лялькаводы [Электронны рэсурс] / М. Южык. – Рэжым доступу : [http://kamunikat.org/usie\\_knihi.html?pubid/=16458](http://kamunikat.org/usie_knihi.html?pubid/=16458). – Дата доступу : 07.04.2017.
- ЮП – *Южык, М.* Перакулены час [Электронны рэсурс] / М. Южык. – Рэжым доступу : [http://kamunikat.org/usie\\_knihi.html?pubid=16459](http://kamunikat.org/usie_knihi.html?pubid=16459). – Дата доступу : 12.04.2017.
- FP – *Franzen, J.* Purity : A Novel / J. Franzen. – N. Y. : Farrar, Straus and Giroux, 2015. – 492 p.
- SR – *Shriver, L.* The New Republic : A Novel / L. Shriver. – New York : Harper Perennial, 2012. – 359 p.
- ФБ – *Франзен, Дж.* Безгрешность : роман / Дж. Франзен; пер. : Л. Ю. Мотылев, Л. Б. Сумм. – М. : Изд-во АСТ : CORPUS, 2016. – 736 с.

The article deals with emotive situations in English and Belarusian fictional discourse. It looks at the criteria for singling out these situations and discusses the role of various classes of emotive lexemes.

*Поступила в редакцию 05.06.2019*

**Я. Я. Іваноў**

#### АБАГУЛЬНЕНАСЦЬ ЗМЕСТУ ЯК ЛІНГВІСТЫЧНАЯ ПРЫМЕТА АФАРЫСТЫЧНЫХ АДЗІНАК

В статье рассматривается семантика обобщения действительности в афоризме на материале белорусского, русского, польского и английского языков. Установлено, что обобщение действительности приобретает в афоризмах специфический характер – универсальность, когда сообщается о целых классах неединичных объектов, количество



которых когнитивно нерелевантно для носителей языка. Формальным показателем отличия афоризма от иных фраз является невозможность его спонтанного употребления в речи для выражения ограниченного множества объектов или единичного объекта. Универсальное обобщение действительности является основным категориальным признаком афоризма, на основании которого он противопоставляется, с одной стороны, иным высказываниям (фразовым текстам), а с другой, фразеологическим единицам.

Афарызмы шырока вивучаюцца як аб'ект лінгвістыкі тэксту, стылістыкі, фразеалогіі, парэміялогіі, лінгвакраізнаўства [1], ствараюцца комплексныя лінгвістычныя апісанні афарызма як фразавага тэксту (у рускай [2] і ўкраінскай мове [3]), а таксама як маўленчай і моўнай адзінкі (на матэрыяле беларускай мовы [4], рускай, польскай, англійскай, нямецкай моў [5; 6; 7]). Разам з тым агульнапрынятага лінгвістычнага разумення афарызма не сфарміравалася. Найбольш спрэчнымі з'яўляюцца спробы акрэсліць яго прыметы. Так, у вызначэнні афарызма выкарыстоўваюцца паняцці «лаканічны», «арыгінальны», «глыбокі», «дасканалы», «яскаравы», «трапны» і да т.п., якія не з'яўляюцца ўласна мовазнаўчымі [4, с. 28]. У апошні час акрэслілася тэндэнцыя да пошуку адной вызначальнай уласцівасці (прыметы) афарызма, на падставе якой можна было б аб'яднаць усе тыя разнастайныя паводле зместу і формы выразы, якія звычайна называюцца «афарызмы», у адну катэгорыю адзінак. У якасці такой прыметы прапануецца ідыяматычнасць [8], «выслоўнасць» (прыналежнасць да маўленчага жанру выслоў'яў) [9], «канцэптэўнасць» (адлюстраванне набольш актуальных для носьбітаў мовы паняццяў-«канцэптаў») [2, с. 27], пашпартызаванасць (вядомасць носьбітам мовы яго аўтара) [Там жа, с. 29–30], узнаўляльнасць [10] ці інш. Аднак усе названыя прыметы ўласцівы не толькі афарызмам, але і многім іншым відам выказванняў, што не звужае паняцце афарызма да асобнай лінгвістычнай катэгорыі, а, наадварот, пашырае яго да любога выказвання, якое з'яўляецца ідыяматычным, пашпартызаваным, узнаўляльным і г.д.

Мэта даследавання – вызначыць і апісаць спецыфічныя характарыстыкі абагульненасці зместу як уласна лінгвістычнай прыметы афарызма ў аспекце яго разумення як асобнай катэгорыі звышслоўных адзінак.

**Матэрыялы і метады.** Пры вызначэнні і апісанні прымет афарызма як асобнай катэгорыі лінгвістычных адзінак мэтазгодна выкарыстоўваць камбінаваныя дэдуктыўны і індуктыўны метады, сінтэз і аналіз лінгвістычных фактаў (на матэрыяле розных моў і разнастайных форм іх існавання) [4, с. 7]. Пры апісанні абагульненасці зместу як уласцівасці афарыстычных адзінак выкарыстаны прыёмы семантычнага аналізу.

Фактычны матэрыял даследавання складаюць афарыстычныя адзінкі беларускай, рускай, польскай і англійскай моў, атрыманыя паводле выбаркі з літаратурных тэкстаў, жывой гутарковай мовы, лексікаграфічных крыніц (усяго больш за 12000 адзінак, амаль прапарцыянальна прадстаўленыя ў чатырох мовах), адлюстраваныя ў падрыхтаваных аўтарам слоўніках [12; 13; 14; 15; 16] і слоўнікавых матэрыялах [17; 18], а таксама ў шэрагу іншых афараграфічных крыніц [19; 20].

**Вынікі даследавання і іх абмеркаванне.** Афарыстычныя адзінкі (афарызмы) ва ўласна лінгвістычным разуменні – гэта аднафразавыя, намінацыйныя, дыскурсіўна самастойныя, пераважна звышслоўныя, узнаўляльныя, устойлівыя адзінкі, якім могуць быць уласцівы ідыяматычнасць і ўжыванне як асобнага тэксту і якія адрозніваюцца ад усіх іншых звышслоўных адзінак катэгарыяльна вызначальнай прыметай – адметнай абагульненасцю зместу [11, с. 84].

Адметнасць абагульненага зместу ў афарызмах праяўляецца ў яго ўніверсальным характары [21], што дэтэрмінуе іх семантычную спецыфіку як катэгорыі лінгвістычных адзінак, таму патрабуе спецыяльнага абгрунтавання.

Даследаванне паказала, што абагульненасць зместу як прымета афарызмаў проціпастаўляе іх усім іншым звышслоўным адзінкам, у якіх рэчаіснасць адлюстроўваецца канкрэтна і/або адзінкава, параўн.: *Ад работы коні дохнуць – Ад такой работы коні дохнуць*; руск. *Книга учит нас жить – Книга лежит на столе*; польск. *Każdy początek jest trudny – Początek tej sprawy był trudny*; англ. *The city is not built in a day – Rome was not built in a day* і да т.п.

Абагульненасць зместу афарыстычных адзінак мае не функцыянальны, а субстанцыянальны характар (не выяўляецца ў кантэксце іх ужывання, а існуе незалежна ад яго), таму да афарызмаў трэба адносіць толькі тыя звышслоўныя адзінкі, што маюць семантычна-сінтаксічную структуру т.зв. «абстрактнага сказа» (рус. *абстрактное предложение*, англ. *universal analytical proposition*, ням. *abstracter Satz*) – такога «сказа, які змяшчае ўсеагульныя ці пазачасавыя сцвярджэнні» [22, с. 30], напр.: *Смерць нікога не абходзіць; Хваробы лечаць і атрутамі (М. Багдановіч)*; рус. *Краткость – сестра таланта (А. П. Чехов); Ум хорошо, а счастье лучше*; польск. *Człowiek nie jest stworzony na łzy i uśmiechu, Ale dla dobra bliźnich swoich (A. Mickiewicz); Głupia rozmowa niewarta słowa*; англ. *Art is long, life is short; Time is money (B. Franklin)* і інш.

Не адносяцца да афарызмаў тыя звышслоўныя адзінкі, якія хоць і могуць стварацца або ўзнаўляцца ў маўленні як сродак абагульнення аднатыпных сітуацый, але не з'яўляюцца паводле зместу і граматычнай формы абстрактнымі сказамі (змяшчаюць часава, прасторава ці персанальна канкрэтызаваныя сцвярджэнні), напр.: *Ад вёскі адбіўся, у палац не папаў (Я. Купала); Спяваеш добра, ды ці тое? (Я. Колас); Абедаў, а жывоц не ведаў; Вырас пад неба, а дурань як трэба; Ішоў ваякам, а назад ракам; Ні села, ні пала, захачела баба сала (прыказкі)*; рус. *Бойцы поминают минувшие дни / И битвы, где вместе рубились они (А. С. Пушкин); Гладко было на бумаге, да забыли про овраги (Л. Н. Толстой); Будет и на нашей улице праздник; Не мы первые, не мы последние (пословицы); Птичку жалко! (крылатые слова из популярной кинокомедии «Кавказская пленница»)*; польск. *Posiadł wiedzę, ale jej nie zapłodnił (S. J. Lec); Chcąc skarać raka, w wodę go wrzucił; Reputacja na psy poszła (przysłowia)*; англ. *Care killed a cat; Don't teach your grandmother to suck eggs; First catch your hare; Give us the tools, and we will finish the job; If you don't like it, you can lump it (proverbs)* і да т.п.

Абагульненасць зместу набывае ў афарыстычных адзінках адметны характар у параўнанні з абагульненасцю значэнняў лексічных і фразеалагічных адзінак, з абагульненасцю марфалагічных і сінтаксічных значэнняў, катэгорый і форм, а таксама з абагульненасцю зместу выказванняў неафарыстычнага характару. Абагульненасць у афарыстычных адзінках у адносінах да той рэчаіснасці, якая абагульняецца, не з'яўляецца рэчыўнай, абстрактнай ці вобразнай, як у лексічных і фразеалагічных адзінак, не характарызуецца адцягненым зместам і ўнутрымоўнай прыродай, як у граматычных значэннях. Абагульненасць у афарыстычных выказваннях мае не факталагічны (рэгіструючы) характар, як у іншых абагульненых выказваннях, а ўніверсальны (усеагульны) характар, прызначаны не для адлюстравання агульных мностваў сувязей паміж агульнымі мноствамі аб'ектаў (*Усім гэтым X заўсёды ўласцівы ўсе гэтыя Y* або *Усе гэтыя X заўсёды робяць усе гэтыя дзеянні Y* і да т. п.), а для намінацыі пазачасавых і nelaкалізаваных сувязей паміж адразу цэлымі класамі неадзінкавых аб'ектаў (*Усім X класа X заўсёды ўласцівы ўсе Y класа Y* або *Усе X класа X заўсёды робяць усе дзеянні Y класа Y* і да т. п.).

Так, усе абагульнененыя па зместу выказванні размяжоўваюцца на тыя, у якіх абагульненне мае факталагічны (рэгіструючы) характар, і тыя, у якіх яно мае ўніверсальны (усеагульны) характар. Пры факталагічным (рэгіструючым) абагульненні ў выказванні паведамляецца пра аб'екты (прадметы, уласцінасці, працэсы і г.д.) у выглядзе іх канкрэтнага мноства (калі іх колькасць дакладна вядома ўдзельнікам маўленчага акта) або рэгіструючага мноства (калі іх колькасць дакладна не вядома, але актуальна для носьбітаў мовы). У першым выпадку паведамляецца пра пэўную колькасць неадзінкавых аб'ектаў, напр.: *Па ўсіх школьных прадметах праводзяцца алімпіяды вучняў; Дзеткі падраслі – хатку распраслі*; рус. *Все планеты солнечной системы вращаются вокруг своей оси; Зубы у человека вырастают два раза в жизни*; польск. *Pegaz nie powinien być kuty na wszystkie cztery nogi (S. J. Lec); Co trzydzieści lat to i inszy świat, Co siedem lat charakter się zmienia (przysłowia)*; англ. *All days of the week are good; It will be all the same a hundred years hence (proverbs)* і інш. Або нават пра адзінкавыя аб'екты, якія ўтвараюць мноства з аднаго элемента, напр.: *І на сонцы ёсць плямы; Не адзін Гаўрыла ў Полацку*; рус. *В России две напасти: Внизу – власть тьмы, А наверху – тьма власти (В. А. Гиляровский); Двум смертям не бывать, а одной не миновать* (у прамым значэнні); *Москва слезам не верит*; польск. *Pamiętajcie o tym, że jeśli diabeł chce kogoś kopnąć, nie uczyni tego nigdy swym końskim kopytem, lecz swą ludzką nogą (S. J. Lec); Świata nie przerobisz; Wszędzie słońce świeci*; англ. *The devil can cite Scripture for his purpose (W. Shakespeare); Christmas comes but once a year; Homer sometimes nods; Let the world wag; Light not a candle to the sun; Tell it not in Gath (2 Kings, I, 20); When in Rome do as the Romans do* і да т.п. У другім выпадку паведамляецца пра мноства неадзінкавых аб'ектаў, колькасць якіх можа быць дакладна не вядома, але з'яўляецца абмежаванай (кагнітыўна рэлевантная для носьбітаў мовы), напр.: *Кожнае свята ў гаду дорыць добры настрой*; рус. *Мои года – мое богатство (крылатые слова из*

популярной песни); польск. *Epoki tworzy archeologia* (S. J. Lec); *Wszystkie systemy filozoficzne mijają jak cienie, a msza po staremu się odprawia* (H. Sienkiewicz); англ. *All metals are electrical conductors* і да т.п.

Пры ўніверсальным (усеагульным) абагульненні рэчаіснасці ў выказванні паведамляецца пра аб'екты, іх уласцівасці ці сувязі паміж імі ў выглядзе не як мноства, а як класа. У такім выпадку паведамляецца толькі пра неадзінкавыя аб'екты, колькасць якіх з'яўляецца неабмежаванай і ў нейтральнай пазіцыі выказвання (па-за кантэкстам) не можа быць дакладна вядомай ні пры якіх абставінах (кагнітыўна нерэлевантная для носбітаў мовы), нават калі іх аб'ём дыферэнцыяваны аўтарам афарызма з мастацкай, рытарычнай ці іншай мэтай, напр.: *Другі баран – ні «бэ», ні «мя», а любіць гучнае імя* (К. Крапіва); *Некаторыя пісьменнікі вельмі не любяць, калі крытыкі называюць сябе чытачамі ў першую чаргу* (В. Каваленка); рус. *Есть времена, есть целые века, В которые нет ничего желанней, Прекраснее тернового венка* (Н. А. Некрасов); *Одного яйца два раза не высидишь!* (К. Прутков); *Только влюбленный имеет право на звание человека* (А. А. Блок); *Что русскому здорово, то немцу смерть*; польск. *Niektórzy ludzie pozbawieni są daru widzenia prawdy* (S. J. Lec); англ. *An Englishman's house is his castle*; *The biter is sometimes bit*; *It takes two to make a quarrel*; *Some Like It Hot* (movie title); *Where ignorance is bliss, tis folly to be wise* (T. Gray) і інш.

Фармальным паказчыкам аднясення пэўнай абагульненай па зместу фразы да катэгорыі афарыстычных адзінак з'яўляецца, па-першае, магчымасць яе ўжывання ў маўленні ў дачыненні да цэлых класаў тых аб'ектаў, аб якіх у ёй паведамляецца, а па-другое, немагчымасць яе ўжывання ў спантаным маўленні для адлюстравання абмежаванага мноства суб'ектаў (аб'ектаў, дзеянняў) і/або адзінкавага суб'екта (аб'екта, дзеяння) без узнікнення супярэчнасці здароваму сэнсу або жыццёваму вопыту носбітаў мовы. Напр.: *Дзеткі надраслі – хатку растраслі* (не можа ўжывацца ў дачыненні да ўсяго класа *дзеткі*, а толькі да пэўных *дзетак* тых, вядомых суразмоўцам бацькоў, чыю *хатку растраслі*)\*; рус. *Педагоги обязаны быть терпеливыми* (не можа ўжывацца ў дачыненні да дадзенай групы педагогаў без дыскурсіўных канкрэтызатараў – *нашей школы* і г.д.); *Птичку жалко!* (не можа ўжывацца ў дачыненні да ўсяго класа *птички*, якіх *жалко*, што адлюстравана ў аўтарскім кантэксте, дзе кінагерой шкадуе па канкрэтнай *птичке* (з застольнага тоста), якая вырашыла паляцець на Сонца і спаліла сабе крылы; крылаты выраз ужываецца ў функцыі выклічніка, каб адлюстраваць «паказны жаль, жартаўлівае шкадаванне пра тое, што здарылася (пры гэтым рэпліка наўмысна ўзмацняецца знарочыстым усхліпваннем)» [23, с. 171]); польск. *Głupia rozmowa niewarta słowa* (не можа ўжывацца ў дачыненні да дадзенай *rozmowy* без канкрэтнага ўказання на яе – *Ta, Twoja* і г.д.); англ. *Art is long* (нельга выкарыстаць у маўленні ў дачыненні да жыцця пэўнай асобы без дыскурсіўных канкрэтызатараў – *He, She, Their* і г.д.) і да т.п.

---

\* Устойлівы выраз *Дзеткі* < чы е > *надраслі – хатку растраслі* нельга блытаць з прыказкай *Дзеткі надрасуць – хатку растрасуць*, якая мае абагульнена-ўніверсальны змест 'Вялікія дзеці вымагаюць ад бацькоў вялікіх выдаткаў'.

Абагульненасць зместу ў афарыстычных адзінках можа суправаджацца пераноснай матывіроўкай як асобных кампанентаў, так і агульнага значэння выказвання. Пры гэтым асобныя пераасэнсаваныя лексічныя ці звышслоўныя кампаненты афарызма могуць у сваім прамым значэнні не мець абагульненага зместу, абазначаць канкрэтныя, у тым ліку адзінкавыя, аб'екты.

Агульнае прамое значэнне пераасэнсаванага афарызма (яго прататыпа) не абавязкова з'яўляецца абагульненым у адрозненне ад агульнага пераноснага значэння, абагульненасць якога застаецца ў такім выпадку адзіным надзейным семантычным крытэрыем кваліфікацыі ўстойлівай фразы як афарызма, напр.: *Сёння гукнула, а заўтра ручки згарнула* ('Кажуць пра што-небудзь нетрывалае, часовае, не разлічанае на доўгі век') [24, с. 211–212] – не афарызм (пераноснае значэнне канкрэтызаванае); *В Тулу со своим самоваром не ездят* ('С собой не берут того, чего много там, куда едут, чем славится то место, куда едут') [25, с. 63] – афарызм (пераноснае значэнне абагульненае); польск. *Pies na sianie leży, sam go nie je, a krowie go nie da* ('Гаворыцца пра скупага, пра таго, хто дзейнічае неабдуманна; асуджаецца безгаспадарліваасць: марна траціцца тое, што магло быць карысным сабе або іншым') [15, с. 68] – не афарызм (пераноснае значэнне канкрэтызаванае, выраз не можа ўжывацца ў дачыненні да ўсіх, мае сэнс толькі ў дачыненні да пэўнага індывіда, пра скупасць якога ідзе размова, або да пэўнай сітуацыі, безгаспадарлівыя вынікі якой асуджаюцца ў паведамленні); англ. *Don't teach your grandmother to suck eggs* («Не вучыце вашу бабулю піць яйкі», пераасэнсавана 'Не давай сваіх парад таму, хто значна больш дасведчаны, чым ты') [26, р. 147] – афарызм (пераноснае значэнне абагульненае) і інш.

Устаноўлена, што існуе ўсяго толькі адна аблігаторная прымета, якая характарызуе афарыстычныя адзінкі як асобную лінгвістычную катэгорыю (проціпастаўляе афарызмы іншым звышслоўным адзінкам). Такой прыметай з'яўляецца адметная (універсальная) абагульненасць зместу. Яе мэтазгодна кваліфікаваць як катэгарыяльную для афарыстычных адзінак, паколькі яна з'яўляецца для іх унікальнай (не сустракаецца ні ў якіх іншых звышслоўных адзінках) і маніфестуе спецыфічную якасць (універсальную абагульненасць) плана зместу, што адрознівае афарызмы ад усіх іншых звышслоўных адзінак. Такую якасць плана зместу варта кваліфікаваць як **афарыстычнасць**. Толькі тыя звышслоўныя адзінкі, якім уласціва якасць афарыстычнасці, могуць тэрміналагічна кадыфікавацца з дапамогай атрыбута **афарыстычны** (паняцце і тэрмін *афарыстычны*, у сваю чаргу, мэтазгодна выкарыстоўваць у адносінах толькі да зместу афарызмаў або тых тэкстаў, дзе ўжываюцца афарызмы). Афарыстычным з лінгвістычнага пункту погляду можа быць толькі адметны (універсальны) абагульнены змест. Усе іншыя трактоўкі паняцця «афарыстычны» (накшталт «лаканічны», «сціслы», «выразны» і да т.п.) не з'яўляюцца лінгвістычнымі, паколькі іх немагчыма несупярэчліва абгрунтаваць у тэрмінах лінгвістыкі.

У сувязі з вызначэннем абагульненасці зместу як адной з прымет афарыстычных адзінак паўстае праблема іх суадносін на гэтай падставе з

іншымі малымі тэкставымі формамі і з фразеалагічнымі адзінкамі, а таксама праблема апісання семантычнай спецыфікі афарызма, што з'яўляецца прадметам далейшых даследаванняў.

Такім чынам, абагульненасць зместу афарызма мэтазгодна разглядаць як яго лінгвістычную ўласцівасць. Абагульненасць зместу набывае ў афарызмах адметны характар – універсальнасць (усеагульнасць), калі паведамляецца толькі пра цэлыя класы неадзінкавых аб'ектаў, колькасць якіх кагнітыўна нерэlevantная для носбітаў мовы (у нейтральнай пазіцыі выказвання – па-за кантэкстам). У такой якасці абагульненасць зместу не ўласціва нікім іншым звышслоўным адзінкам, акрамя афарызма, таму мае для яго аблігаторны і катэгарыяльна вызначальны (субстанцыянальны) характар. Фармальным паказчыкам адрознення афарызма ад любых іншых (у тым ліку факталагічна абагульненых) фраз з'яўляецца немагчымасць яго спантаннага ўжывання ў дачыненні толькі да абмежаванага мноства аб'ектаў або да пэўнага адзінкавага аб'екта (без узнікнення кагнітыўнай супярэчнасці паміж зместам паведамлення і прэсупазіцыяй). Адлюстроўваць рэчаіснасць у плане яе ўніверсальнага абагульнення афарызм можа як у прамым, так і ў пераносным значэнні (цалкам або часткова). Аб'ектыўным крытэрыем кваліфікацыі цалкам або часткова пераасэнсаванай фразы як афарызма з'яўляецца ўніверсальная абагульненасць яе агульнага значэння (пераноснага або прамога). Паколькі (універсальны) абагульнены змест – гэта спецыфічная якасць, паводле якой афарызмы адрозніваюцца ад усіх іншых звышслоўных адзінак, такую якасць мэтазгодна кваліфікаваць як афарыстычнасць.

Афарыстычнымі з лінгвістычнага пункту погляду могуць быць толькі тыя звышслоўныя адзінкі, якія маюць універсальны абагульнены змест. Такое разуменне якасці афарыстычнасці дазваляе адназначна акрэсліць аб'ём афарызмаў як асобнай катэгорыі лінгвістычных адзінак і проціпаставіць іх, з аднаго боку, усім фразеалагізмам і крылатым выразам, а з другога, усім іншым (неафарыстычным) устойлівым фразам і фразавым тэкстам.

## ЛІТАРАТУРА

1. *Іванов, Е. Е.* Лингвистика афоризма / Е. Е. Иванов. – Минск : Выш. шк., 2018. – 304 с.
2. *Королькова, А. В.* Русская афористика / А. В. Королькова. – М. : Флинта : Наука, 2005. – 344 с.
3. *Шарманова, Н. М.* Українська афористика: структурно-семантичний та функціональний аспекти : дис ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Н. М. Шарманова. – Кривий Ріг, 2005. – 217 л.
4. *Іваноў, Я. Я.* Афарыстычныя адзінкі ў беларускай мове / Я. Я. Іваноў. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2017. – 208 с.
5. *Іванов, Е. Е.* Лингвистика афоризма / Е. Е. Иванов. – Могилёв : МГУ имени А. А. Кулешова, 2016. – 156 с.
6. *Іваноў, Я. Я.* Дыферэнцыяльныя прыметы афарызма / Я. Я. Іваноў. – Магілёў : Брама, 2004. – 160 с.

7. *Іваноў, Я. Я.* Праблемы лінгвістычнага вывучэння афарызма / Я. Я. Іваноў. – Магілёў : Брама, 2003. – 194 с.
8. *Леванюк, А. Я.* Лексіка-граматычныя і семантыка-стылістычныя асаблівасці беларускага паэтычнага афарызма : аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.02.01 / А. Я. Леванюк; Беларускі дзярж. ун-т. – Мінск, 2002. – 19 с.
9. *Назаранка, Ю. В.* Выслоўе ў мове твораў Якуба Коласа : камунікацыйна-маўленчы статус, класіфікацыя, моўна-стылістычныя асаблівасці : аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.02.01 / Ю. В. Назаранка; Беларускі дзярж. ун-т. – Мінск, 2003. – 21 с.
10. *Мечковская, Н. Б.* Жанры афористики и градация высказываний по степени идиоматичности / Н. Б. Мечковская // Жанры речи. – 2009. – Вып. 6. – С. 79–111.
11. *Іваноў, Я. Я.* Лінгвістычныя прыметы афарыстычных адзінак / Я. Я. Іваноў // Ученые записки ВГУ им. П. М. Машерова. – 2018. – Т. 27. – С. 78–84.
12. *Іваноў, Я. Я.* Крылатыя афарызмы ў беларускай мове: з іншамоўных літаратурных і фальклорных крыніц VIII ст. да н. э. – XX ст. : тлумачальны слоўнік / Я. Я. Іваноў. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2011. – 164 с.
13. *Словарь афоризмов и цитат из польской литературы XVI–XX веков / под ред. Е. Е. Иванова.* – Могилёв : МГУ им. А. А. Кулешова, 2005. – 104 с.
14. *Иванов, Е. Е.* Русско-белорусский паремиологический словарь / Е. Е. Иванов, В. М. Мокиенко. – Могилёв : МГУ им. А. А. Кулешова, 2007. – 242 с.
15. *Іваноў, Я. Я.* Польшка-беларускі парэміялагічны слоўнік / Я. Я. Іваноў, С. Ф. Іванова; прад. і ўступ. арт. Я. Я. Іванова. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2007. – 192 с.
16. *Англа-беларускі парэміялагічны слоўнік = English-Belarusian Paremiological Dictionary / пад рэд. Я. Я. Іванова.* – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2009. – 240 с.
17. *Іваноў, Я. Я.* Афарыстыка мовы мастацкага твора. Паэма Якуба Коласа «Новая зямля»: лексікаграфічны аспект / Я. Я. Іваноў. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2004. – 84 с.
18. *Иванов, Е. Е.* Английские пословицы: из литературы и в литературе: этимология, функционирование, варианты / Е. Е. Иванов, Ю. А. Петрушевская. – Могилёв : МГУ им. А. А. Кулешова, 2016. – 76 с.
19. *Гаўрош, Н. В.* Афарыстычныя выслоўі беларускіх пісьменнікаў / Н. В. Гаўрош, Н. М. Нямаковіч. – Мінск : Выш. школа, 2012. – 638 с.
20. *Леванюк, А. Я.* Майстры кажучь...: беларускія літаратурныя афарыстычныя выслоўі : слоўнік афарызмаў / А. Я. Леванюк. – Брэст : БрДУ імя А. С. Пушкіна, 2010. – 161 с.
21. *Иванов, Е. Е.* Универсальное высказывание и афоризм / Е. Е. Иванов // Весн. Віцеб. дзярж. ун-та. – 2006. – № 2 (40). – С. 88–93.
22. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Сов. энциклопедия, 1966. – 608 с.
23. *Кузьміч, В.* Жгучий глагол: словарь народной фразеологии / В. Кузьміч. – М. : Зеленый век, 2000. – 285 с.

24. Шкраба, І. Р. Крынічнае слова : беларускія прыказкі і прымаўкі / І. Р. Шкраба, Р. В. Шкраба. – Мінск : Мастацкая літаратура, 1987. – 286 с.
25. Жуков, В. П. Словарь русских пословиц и поговорок / В. П. Жуков – М. : Русский язык, 1991. – 544 с.
26. Ridout, R. English Proverbs Explained / R. Ridout, C. Witting. – London : Pan Books, 1969. – 223 p.

Generalization of meaning acquires a specific character of universality in aphorisms, when whole classes of non-single objects are mentioned, and their number is cognitively irrelevant for native speakers. The universal generality of reality is the main categorical feature of an aphorism.

*Поступила в редакцию 21.03.2019*

**Инь Дун**

## ФИТОНИМИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ ЧЕЛОВЕКА В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В статье на материале русского и китайского языков рассматриваются вторичные фитонимические номинации, связанные с образом человека. Выявляются универсальные и национально-специфические особенности фитоморфизмов русского и китайского языков, устанавливаются типы (безэквивалентный, неполный эквивалентный и эквивалентный) смысловой соотнесенности вторичных фитонимических номинаций человека.

Образ человека всегда находился в центре внимания философов, литераторов, лингвистов, психологов, религиозных деятелей. Данный образ представлен в виде многомерной шкалы-системы, реализующейся в различных ипостасях, связанных с внешним видом человека, его умственными способностями, возрастом, национальной принадлежностью, социальным статусом, психологическим состоянием и т.п. Словарно-семантическое пространство человека укладывается в строгие, с минимальной информацией определения типа «человек» – это *живое существо, обладающее даром мышления и речи, способностью создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда; общественное существо, обладающее сознанием, разумом, субъект общественно-исторической деятельности и культуры*. Безусловно, содержание понятия «человек» значительно шире того, которое отражается в определениях толковых словарей. Различные виды дискурса позволяют расширить это понятие следующими формулировками и определениями: *человек – это властелин мира, хозяин, распорядитель всего живого и неживого, включая самого себя, свое тело и душу; судья и пророк, оценивающий все и вся, всевидящий, наделенный разумом и сверхразумом, чувствами и сверхчувствами, чудо создания, гений, «венец природы»; воплощение и средоточие противоположностей, сил, субстанций, качеств, находящихся в отношениях противоборства, конфликта и вместе с тем диалектического единства, притяжения, взаимодействия и взаимо-*



перехода; Бог и дьявол, царь и раб, бессмертная субстанция духа и в то же время тленная земная плоть... [1, с. 9; 2, с. 14–15]. Все эти и многие другие высказывания о человеке позволяют утверждать, что его целостный образ непосредственным образом связан не только с реальной действительностью, но и с иными возможными и невозможными мирами и необъятной во времени и пространстве Вселенной.

В образе человека отражаются как положительные, так и отрицательные качества. В китайской философии во время конфуцианства была создана система ценностей человека, которая включала положительные качества, связанные с добротой, честностью, преданностью, верностью, порядочностью, трудолюбием, щедростью, мудростью и т.п.: мудрый человек (圣人 Шэнжэнь), добродетельный человек (贤人 Сяньжэнь), благородный муж (君子 Цзюньцзы), гуманный муж (仁人 Жэньжэнь), волевой человек (志士 Чжishi) и т.д. Идеальной личностью считался благородный муж (君子 Цзюньцзы), который обладал тремя основными качествами: человеколюбием (仁 Жэнь), мудростью (知 Чжи) и мужеством (勇 Юн). «知, 仁, 勇三者, 天下之达德也. Эти три качества считались всепроникающими [3, с. 137]. «君子道者三,我无能焉:仁者不忧, 知者不惑, 勇者不惧. «У благородного мужа три Дао-Пути, и ни по одному из них я не смог пройти до конца: человеколюбивый не печалится, мудрый не сомневается, храбрый не боится» [Там же, с. 213].

При описании личности человека, кроме понятий положительных категорий, используется еще термин 小人 Сяожэнь (дословно: маленький человек). Как правило, маленький человек противопоставляется благородному мужу и в его образе сочетается все отрицательное, что встречается в людях. Ср.: «君子喻于义, 小人喻于利 «Благородный муж думает только о справедливости, маленький человек думает только о выгоде» [Там же, с. 171].

Для описания всех возможных граней жизнедеятельности человека, его многоликости и многоплановости в каждом из языков существует лексический корпус, в котором представлены те или иные репрезентаторы образа личности. В таком корпусе часто недостает прямых лексических обозначений человека. Тогда на помощь приходит вторичный корпус, где для обозначения человека используются переносные вторичные лексико-семантические варианты (в дальнейшем – ЛСВ), образованные от первичных ЛСВ на основе каких-либо сходств, отождествлений и ассоциаций. При образовании вторичных ЛСВ используются уже имеющиеся в языке лексические единицы, вовлеченные в процессы семантической деривации с целью углубления и расширения знаний о человеке. Системное и комплексное описание таких единиц в современной лингвистической литературе представлено в работах многих исследователей (Ю. Д. Апресян, В. Н. Телия, Е. С. Кубрякова, Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев, В. В. Колесов, М. В. Пименова, М. П. Одинцова, Л. Б. Никитина, Н. А. Седова, Н. Д. Федяева, В. П. Завальников и др.).

Одним из направлений смыслового развития лексических единиц является образование вторичных ЛСВ на базе наименований деревьев и кустарников, растений, злаков, цветов, трав, овощей, фруктов, грибов и других фитонимов. Процесс использования фитонимов для характеристики человека считается наиболее древним. Ведь человек со времени своего существования жил в тесном единении с природой и по-разному относился к окружающим его деревьям и растениям: одни он почитал за святыню и оберегал, других боялся, третьи использовал в повседневной практической жизни. Поэтому изоморфизм природы и человека носит универсальный характер практически в каждой языковой картине мира. Концептуальную сферу «фитонимы» и раздел «фитосемиотика» В. В. Фещенко предлагает включить в науку о языковых знаках, существенных для культуры в целом и языковой культуры, в частности [4, с. 12].

Исследованию фитонимов в русском, а также китайском языках посвящены работы Ян Жуй [5], Гао Миньцян [6], Ли Шичжэнь [7], Ся Вэйин [8]. В них приводятся различные классификация растений, раскрываются принципы их номинаций и характер мотивировки, а также специфика функционирования в художественных текстах. Сопоставительное изучение фитонимов в их вторичной номинативной функции на материале русского и китайского языков до сих пор не проводилось. В нашем исследовании предпринимается попытка осмыслить специфику использования фитонимов в их вторичной функции «человек» в русском и китайском языках. Цель данной статьи – выявить специфику репрезентации вторичных фитонимических номинаций человека в русском и китайском языках. Одной из задач исследования является установление общих и специфических черт смыслового развития фитонимов в сравниваемых языках, а также выявление структур с отношениями совпадения или несовпадения (частичного или полного). Материалом для исследования послужили фитоморфизмы из Большого академического словаря русского языка в 24 т., Словаря русского языка в 4 т. (под ред. А. П. Евгеньевой), 汉语大词典 Большого словаря китайского языка в 23 т. (под ред. Чж. Луо), 汉语大字典 Большого словаря китайских иероглифов (под ред. Чж. Сюй). Такого рода сопоставительные исследования позволяют пролить свет на выявление национально-культурной специфики сравниваемых языков, а также особенности национального менталитета и мировоззрения носителей того или иного языка.

Сопоставительный анализ фитонимических образов человека в русском и китайском языках позволил выделить три основных блока, в которых вторичные наименования человека (с точки зрения их смысловой структуры) по-разному представлены в каждом из языков: а) безэквивалентные вторичные номинации, выявленные только в одном из языков; б) неполные эквивалентные номинации, различающиеся в языках по денотативной или коннотативной соотношенности; в) номинации с отношениями тождества.

1. Группа с отношениями безэквивалентности включает в свой состав фитоморфизмы, которые используются только в одном языке и отсутствуют

в другом языке. Это самая многочисленная группа состоит из 21 субстантива русского языка и 26 субстантивов китайского языка. К числу фитонимов русского языка, у которых развились вторичные ЛСВ, следует отнести следующие номинации:

*Мимоза (含羞草 хань сю сао)* ‘обидчивый человек, недотрога’, *лопух (牛蒡 ню бан)* ‘бесхитростный, простоватый, несообразительный человек; простофиля’, *перекати-поле (风滚草 фэн гун сао)* ‘о человеке, склонном к частой смене местожительства, работы, обычно одиноком’, *мухомор (毒蝇蕈 ду шэ сюнь)* ‘дряхлый старик’, *пустоцвет (无实花 у ши хуа)* ‘человек, деятельность, жизнь которого не приносит пользы другим людям, обществу’, *дуб (橡树 сян шу)* ‘о нечутком, тупом человеке’, *огурчик (黄瓜 хуан гуа)* ‘о ком-либо здоровом, крепком, свежем на вид’, *розан (蔷薇 чян вэй)* ‘о миловидной цветущей девушке, женщине’, *подснежник (雪花 сюэ хуа)* ‘человек, числящийся на работе, но не работающий’, *поганка (毒蕈 ду сюнь)* ‘скверный, гадкий человек’, *сморчок (羊肚菌 ян ду цзюнь)* ‘о маленьком, невзрачном или старом, морщинистом человеке’, *баобаб (波巴布树 бо ба бу шу)* ‘глупый человек, тупица’.

В эту группу условно можно включить существительные *деревяшка (小木块 сяо му куай)* ‘о бесчувственном, равнодушном человеке’, *колода (木墩子 му дунь цы)* ‘толстый и неповоротливый человек; некрасивая, нескладная женщина’, *чурбан (圆木段 юань му дуань)* ‘о бестолковом, глупом человеке’, *чурка (短截木 дуань цзе му)* ‘глупый, тупой человек’, *бревно (原木 юань му)* ‘о тупом, глупом или нечутком человеке’, *репей (刺球 цы чю)* ‘о навязчивом, надоедливо пристающем к кому-л. человеку’, *былинка (草茎 сао дин)* ‘о худенькой стройной девушке’, *колючка (刺 цы)* ‘о неприветливой, насмешливой, язвительной женщине’, *шишка (球果 чю гуо)* ‘о важном, влиятельном человеке’.

К числу вторичных фитонимических номинаций, засвидетельствованных только в китайском языке, относятся следующие:

*白杨 (бай ян) тополь белый* ‘бесхитростный и сильный человек’, *青松 (цинхь сун) зеленая сосна* ‘непреклонный и сильный человек, который сохранил молодость’, *青竹 (цинхь чжу) зеленый бамбук* ‘безгранично преданный и нестигаемый человек’, *浮萍 (фу пин) ряска* ‘человек, который не имеет постоянного местопребывания’, *木瓜 (му гуа) деревянная тыква* ‘тупой неповоротливый человек’, *芦柴棒 (лу чай бан) тростник* ‘очень худая и маленькая женщина’, *向日葵 (сян жи куй) подсолнечник* ‘человек, который любит родину и народ (патриотический деятель)’, *闷葫芦 (мэнь ху лу) закупоренная тыква-горлянка* ‘молчаливый человек’, *苦瓜 (ку гуа) момордика харанция (китайская горькая тыква)* ‘бедный человек’, *柳 (лю) ива* ‘красавица (особенно про публичных женщин)’, *芙蓉 (фу жун) лотос* ‘красивая

женщина', 兰 (лань) орхидея 'благородный человек', 豆蔻 (доу коу) кардамон 'девственница (13, 14 лет)', 桃李 (тао ли) персики и сливы 'ученики-последователи; потомки; заурядный подлый человек', 枯木 (ку му) сухое дерево 'дряхлый человек', 朽木 (сюй му) гнилое дерево 'безнадежно испорченный человек', 榆木疙瘩 (юй му гэ да) пень вяза 'глупый и упрямый человек', 花朵 (хуа дуо) кисти цветов 'молодежь; подростки', 黄花 (хуан хуа) желтый цветок 'девственник, человек без сексуального опыта'.

Кроме того, в китайском языке используются сочетания фитонимов с другими лексическими единицами, которые репрезентируют человека с точки зрения его внешнего вида, родственных отношений, поведения, профессиональных качеств и др. Так, сочетания существительного *цветок* (花 (хуа) с другими словами обозначает следующие качества человека: 姐妹花 (цзэ мэи хуа) *цветок сестры* 'красавицы-сестры', 警花 (дин хуа) *цветок полиции* 'женщина-полицейский привлекательной наружности', 交际花 (цзяо цзи хуа) *цветок общения* 'светская львица; девица легкого поведения', 野花 (е хуа) *дикий цветок, полевой цветок* 'любовница (в противоположность домашнему цветку – законной жене 家花 цзя хуа)'

2. Группа, в которой представлены неполные эквивалентные номинации, различающиеся в языках количеством вторичных фитоморфических значений, их смысловым объемом, разной денотативной или коннотативной соотносительностью и др.

Слово *полынь* (艾 ай) в китайском языке употребляется в двух значениях: 'старик', 'красавица'. В русской разговорной речи *полынь* – это неприятный человек, доставляющий огорчения, боль.

Субстатив *бамбук* (竹子 чжу цзы) в русском языке соотносится с глупым человеком, тупицей. Бамбук в представлении китайцев – благородный, душевный человек.

У русского существительного *нарцисс* отмечается вторичное метафоричное значение 'самовлюбленный человек'. В китайском языке *нарцисс* (水仙 шуй сянь) – человек, который путешествует по свету, веселится и забыл вернуться обратно.

Существительные *дубина, палка, орясина* (棍 гун) в русском языке обозначают высокого, долговязого человека, а также бестолкового, тупого человека. В китайском языке *棍 гун* – это бездарный, никчемный; дурной человек. Часто в разговорной речи употребляется в сочетаниях *恶棍* (э гун) *злая дубина / палка / орясина* 'злодей; отъявленный хулиган; подонок; сброд; негодяй; мерзавец; подлец'.

Слово *пень* (根株 гэн чжу) в русском языке употребляется в значении 'тупой, глупый человек'. В китайском языке *сухой пень* (朽株 сю чжу) – в переносном смысле 'дряхлый и никчемный человек'.

В русском языке слово *редька* (萝卜 луо бо) употребляется в значении 'своенравная, злая женщина'. В китайской языковой традиции с редькой

обычно связывают негативную, отрицательную коннотацию. Например, выражения *花心萝卜 хуа синь луо бо* (дословно: редис с сердцевины цветка) используется в значениях ‘ветренный человек, плейбой’, *空心萝卜 кун синь луо бо* (дословно: пустотелый редис) обозначает бесполезного человека, который внешне красивый, но внутри пустой.

Слово *гриб* (*蘑菇 мо гу*) в русском языке определяет старого и слабого человека, в китайском языке это слово имеет значение медлительного человека, который часто пристаёт к кому-либо, мешает ему.

3. Группа номинаций с отношениями эквивалентности, тождества считается самой малочисленной. Ведь межъязыковая эквивалентность практически всегда связана с широкой распространенностью стереотипных сравнений и отождествлений, прототипической общностью и универсальностью категорий, которые структурируют человеческое поведение. Данных «всеобщих» номинаций и отождествлений в разных языках не так много.

В рассматриваемой группе представлены две соотносительные пары. В русском и китайском языках субстантив *перец* (*辣椒 ла цзяо*) употребляется в значении ‘колкий, язвительный человек’. Слово *дерево* (*木 му, 木头 му тоу*) в сравниваемых языках обозначает тупого, бесчувственного человека.

Таким образом, фитонимические номинации широко используются в русском и китайском языках для обозначения характеристик человека и в ряде случаев служат своеобразными эталонами каких-либо особенностей человека (его внешнего вида, умственных способностей, внутреннего эмоционального состояния, возраста, профессии, рода деятельности, социального положения). В зависимости от смысловой соотнесенности вторичных ЛСВ русского и китайского языков выделяется три структурных типа фитонимических номинаций: с отношениями безэквивалентности (наиболее распространенный), неполной эквивалентности и тождества (эквивалентности). В содержании многих фитоморфизмов русского и китайского языков нашли отражение национальная специфика культуры каждого из народов, обусловленная прежде всего экстралингвистическими причинами: популярностью или непопулярностью того или иного растения у китайского и русского народов, разная представленность номинаций в языковых картинах мира (по причине климатических, географических различий и территории размещения тех или иных растений).

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Одинцова, М. П.* Вместо введения: к теории образа человека в языковой картине мира / М. П. Одинцова // *Язык. Человек. Картина мира. Лингво-антропологические и философские очерки (на материале русского языка).* / под ред. М. П. Одинцовой. – Омск: Омск. гос. ун-т, 2000. – Ч. 1. – С. 8–11.
2. *Никитина, Л. Б.* Образ homo sapiens в русской языковой картине мира / Л.Б. Никитина. – М. : Флинта, 2011. – 188 с.

3. *Сы шу*. Конфуцианское «Четверокнижие»; пер. с кит. и коммент. Л. С. Переломовой / А. И. Кобзева, А. Е. Лукьянова, Л. С. Переломова, П. С. Попова; вступ. ст. Л. С. Переломова. – М. : Вост. лит., 2004. – 431 с.
4. *Фещенко, В. В.* О внешних и внутренних горизонтах семиотики / В. В. Фещенко // Критика и семиотика. – Новосибирск, 2005. – Вып. 8. – С. 6–43.
5. *Ян Жуй*. Фитонимы с метафорической мотивированностью в русском и китайском языках // Весн. Сер. 4. – 2008. – № 1. – БДУ. – С. 46–49.
6. 高明乾. 植物古 汉图 名考 青 岛, 2006 (Гао Миньцян. Исследование древних названий растений. – Циндао, 2006).
7. 李时珍. 本草 纲 目 北京, 1999 (Ли Шичжэнь. Основные положения фармакологии. – Пекин, 1999).
8. 夏玮瑛. 植物名 释 札 记 .北京, 1990 (Ся Вэйин. Очерки по китайской номенклатуре растений. – Пекин, 1990).

The article examines secondary phytonymic nominations related to the image of human beings, may be characterized in terms of their appearance, mental abilities, internal emotional state, age, profession, occupation, and social status. The universal and national-specific features of phytomorphisms of the Russian and Chinese languages are identified, the types (nonequivalent, incomplete equivalent and equivalent) of the semantic correlation of the secondary phytonymic nominations of a person are established.

*Поступила в редакцию 03.04.2019*

**Ю. Е. Козлова**

## МОТИВАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ, ЛЕЖАЩИЕ В ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ НОМИНАЦИЙ ПОНЯТИЯ ЗАБОТЫ (на материале литовского языка)

Статья посвящена рассмотрению понятийной сферы заботы в литовском языке. С помощью деривационного и этимологического анализа автор возводит литовские лексемы с семантикой заботы к праиндоевропейским этимонам и строит цепочку семантических переходов, которые являются предпосылками для формирования значения 'забота'. На базе семантических переходов выявляются семь мотивационных моделей, которые лежат в основе формирования номинаций понятия заботы в литовском языке.

Лексико-семантическая типология является одним из ведущих направлений современной лингвистики, представляя собой комплексную дисциплину, позволяющую объединить синхронный и диахронный подходы к исследованию лексических единиц с целью выявления закономерностей развития их семантики.

Ключевыми для лексико-семантической типологии являются понятия «мотивационная модель», «семантический переход» и «семантическая параллель».

Мотивационная модель и семантический переход представляют собой разные направления одного и того же процесса – образования нового значения.

О мотивационных моделях следует вести речь в рамках ономазиологической перспективы, а о семантических переходах – в контексте семасиологии. Мотивационная модель представляет собой принцип, схему, в соответствии с которой происходит номинация объекта действительности. Выявление мотивационной модели позволяет выделить семантический признак, лежащий в основе процесса названия объекта действительности. Регулярность и воспроизводимость мотивационных моделей следует считать важнейшим свойством лексико-семантических полей как моносистемного масштаба, то есть представляющих собой совокупность лексем в рамках одной языковой системы и одного синхронного языкового среза, обладающих общими семантическими признаками, так и полисистемного, то есть объединяющих лексемы с общими семантическими признаками в рамках нескольких языков на разных временных отрезках [1, с. 115].

Семантический переход представляет собой определенную концептуальную смежность между двумя языковыми значениями в рамках одного слова или пары родственных слов [2, с. 33].

Объектом настоящего исследования выступают лексемы литовского языка, обладающие семантикой заботы. Лексика с семантикой заботы была отобрана методом сплошной выборки из «Литовско-русского словаря» А. Либериса [3], «Литовского словаря» А. Юшкевича [4], «Этимологического словаря литовского языка» В. Смочинского [5], но рамки настоящей статьи не позволили рассмотреть все 48 отобранных лексем, поэтому мы решили остановиться на тех из них, которые, на наш взгляд, представляют наибольший интерес в связи с возникающими трудностями при их анализе.

Целью настоящего исследования является выявление семантических переходов и мотивационных моделей, лежащих в основе формирования семантики заботы в литовском языке. В качестве методов исследования в работе используются дефиниционный, этимологический, деривационный, а также семантико-мотивационный анализ.

Следует отметить, что в словаре А. Юшкевича [4] присутствует много диалектных и устаревших слов, которые зачастую отсутствуют в толковых и переводных словарях. Привлекает внимание зафиксированная в словаре А. Юшкевича [4, с. 1] лексема *ãbalga* ‘забота’, которая отмечена в «Толковом словаре литовского языка» [6] как архаизм и, помимо семантики заботы, обладает следующими значениями: ‘трудность, горе, мучение’; ‘придирка, повод’; ‘клевета, обида’. Она восходит к апофоническому варианту *abelgà* с первым значением ‘злость, неудовлетворенность’ и соответствующим арсеналом значений, характерных для лексемы *ãbalga*. В польском языке мы обнаруживаем подобную лексему *obelga* ‘оскорбление, неуважение’, которая является источником для лит. *abelgà*. Согласно «Польскому этимологическому словарю» [7, s. 371], данная лексема восходит к глаголу *obelżyć* ‘оскорбить, обесчестить’, восходящему, в свою очередь, к глаголу *lżyć*, современное значение которого – ‘оскорбить словом’, а более старшее значение – ‘сделать легким, снять тяжесть’, которое и явилось основанием

для возникновения переносного значения ‘оскорбить’ как ‘понизить чью-либо значимость, ценность’, т.е. ‘унизить’. Глагол *lžyc* является продолжением прасл. *lbgъ* ‘мягкий, легкий’ и, соответственно, восходит к праиндоевропейскому (ПИЕ) корню *\*leg<sup>wh</sup>-* [8, S. 660–661] / *\*h<sub>1</sub>leng<sup>uh</sup>* [9, S. 247] со значением ‘легкий в движении и массе’, ‘двигаться легко и проворно’. Таким образом, развитие семантики заботы у лексемы *ābalga* можно представить в виде следующей цепочки семантических переходов: ‘легкий’ → ‘делать кого-то незначительным’ → ‘(принижать) оскорблять’ → ‘оскорбление’ → ‘злость (как результат)’ → ‘досада (печаль)’ → ‘забота’.

В словаре А. Юшкевича [4, с. 27] имеется лексема *apalgavoti*, ‘призреть, позаботиться о чьих-либо нуждах’, которую «Толковый словарь литовского языка» [6] признает архаизмом. Она восходит к вышедшему из употребления глаголу *algavoti* со значением ‘заботиться, присматривать’. Очевидно, что данный глагол образован от существительного *alga* ‘плата, жалованье’. Согласно «Литовскому этимологическому словарю» Э. Френкеля [10, S. 7], существительное *alga*, которое зафиксировано в современных словарях в отличие от производных глаголов, является продолжением праиндоевропейского (ПИЕ) корня *alg<sup>wh</sup>* [8, S. 263] / *h<sub>2</sub>elg<sup>uh</sup>* [9, S. 329–330]. Анализируя семантику других континуантов ПИЕ корня *alg<sup>wh</sup> / h<sub>2</sub>elg<sup>uh</sup>*, например, др.-инд. *ārhati* ‘стоять’, ‘зарабатывать’, ‘заслуживать’; авест. *arəjaiti* ‘стоять (иметь цену)’, греч. *ἀλφή* ‘приобретение, покупка’, мы можем предположить развитие значения ‘забота’ у глаголов *algavoti* и *apalgavoti* по следующей модели: ‘зарабатывать (добывать)’ → ‘обеспечивать’ → ‘заботиться’. Важно заметить, что значения заботы и обеспечения также совмещаются, например, в семантической структуре нем. глагола *besorgen*, укр. *старуватися*, польск. диал. *starować się*.

Еще одна устаревшая лексема с семантикой заботы в литовском языке – это существительное *atódaira* ‘внимание, забота’. По всей видимости, она восходит к глаголу *dairytis* ‘оглядываться, осматриваться’ (соответствующего префиксального глагола не было обнаружено), который является интенсивом по отношению к глаголу *dyrėti* ‘глазеть, смотреть, вытаращив глаза’. В прусском языке имеется родственный глагол *endyrītwei* ‘взирать, смотреть’. Э. Френкель [10, S. 89–90], В. Н. Топоров [11, с. 40], В. Смочинский [5, S. 277] предполагают отнесенность *dyrėti* к корню *\*der-* [8, S. 206–208; 9, S. 119–120] ‘резать, расщеплять, сдирать’. В санскрите есть глагол *ādṛīyāte*, в семантической структуре которого совмещаются значения ‘забота’ и ‘внимание’, подобно тому, как это происходит у лексемы *atódaira*. Автор «Краткого этимологического словаря санскрита» М. Майрхофер [12, с. 77] полагает, что нет оснований считать, что *ādṛīyāte* восходит к отдельному корню *dṛ-* со значением ‘обращать внимание’, а относится к корню *dṛ-* со значением ‘раскалывать, резать, протыкать’. В. Н. Топоров [11], М. Майрхофер [12], а также Э. Френкель [10], В. Смочинский [5] и др. считают обоснованным образование значения ‘вглядываться, всматриваться’, ‘обращать внимание’ как результата развития семантики раздиранья, раскрытия. Например, ‘про-



дирать глаза' → 'всматриваться'. Таким образом, цепочка семантических переходов, лежащая в основе развития семантики заботы, выглядит следующим образом: 'раздирать' → 'раскрывать (продирать) глаза' → 'всматриваться' → 'обращать внимание' → 'заботиться'. Как представляется, на примере санскритской и литовской лексем мы имеем дело с семантическими параллелями в образовании значения 'забота'.

Глагол *šilti* имеет очень широкую семантику, которая варьируется от значений 'греть', 'нагреваться', 'теплеть' до 'таять'. Арсенал переносных значений также велик, среди которых в том числе имеются значения 'стараться', 'заботиться', которые, правда, вопреки Э. Френкелю, В. Смочинский [5, s. 1557], вслед за авторами «Толкового словаря литовского языка», не считает связанным с семантикой тепла. Так, «Толковый словарь литовского языка» [6] вследствие отдаленности семантики тепла и значений 'давать деньги', 'бить', 'стараться, заботиться'; 'мучить' выделяет омонимичный глагол *šilti*. Мы склонны согласиться с Э. Френкелем [10, S. 984] и все же вести речь об одном глаголе *šilti*, а не об омонимах, и считать вышеуказанные значения вторичными относительно семантики нагревания и затем таяния, что будет аргументировано далее.

На примере латинского глагола *foveo* 'греть' можно отметить наличие семантического перехода в рамках полисемии от значения 'физическое тепло' к семантике душевного тепла, что в итоге дает значение 'заботиться' как результат развития значения 'согреть, обогреть, приласкать'. В «Ностратическом словаре» А. Долгопольского [13, p. 773–774] имеется корень \**ḡoṽtʷ* 'греть, нагревать', финский дериват которого в виде лексемы *into* обладает семантикой желанья, стремления, что близко к семантике старания, которую развивает рассматриваемый литовский глагол. Значение нагревания может послужить основанием для образования значения 'бить', например, рус. жарг. *вжарить* 'ударить'. Имеются также примеры того, что значение 'таять, растапливать' в качестве переносного может давать семантику утомления, измученности, например, лтш. *kust* [14, S. 328]. 'таять', 'утомлять(ся)'. О. Н. Трубачев [15, с. 313] в контексте рассмотрения семантического перехода 'таять → молчать' упоминает лит. *tir̃pti* 'таять, растворяться' и прасл. *tyrpěti*, 'терпеть, страдать', что свидетельствует о концептуальной смежности значений таяния и страдания. Таким образом, формирование значения 'забота' в смысловой структуре глагола *šilti* можно реконструировать следующим образом: 'нагревать' → 'таять' → 'размягчаться (становиться бессильным)' → 'терпеть' → 'мучиться' → 'заботиться' → 'стараться'. Интересно, что значение 'таять' может быть также связано с семантикой 'тратить'. Например, англ. *melt* 'таять' также принимает переносные значения 'тратить деньги (на алкоголь)', 'разменивать валюту'.

Основным экспликатором семантики заботы в литовском языке являются дериваты корня *rūp-*. К ним относятся: *rūpėti* 'интересовать', 'заботить', 'озабочивать'; *rūpestis* 'забота, озабоченность'; *rūpestingas* 'заботливый старательный'; *rūpintis* 'заботиться, беспокоиться'; *susirūpinimas* 'забота',

‘озабоченность’, ‘беспокойство’. Согласно В. Смочинскому, *rūp-* восходит к корню *rup-* (с кратким гласным) на основании аблаута в нулевой ступени [5, с. 1272]. К данному корню относятся прилагательные *rupūs* ‘грубо измельченный’, *rupybè* ‘неровный’, которые, соответственно, восходят к *raupŷti* ‘ковырять, рыть’. Глагол *rupti* ‘покрываться оспинами’, ‘делать кожу неровной’, как указывает Э. Френкель [10, S. 750], находится в отношениях апофонии с глаголом *raŷpti* ‘шить, вышивать’, ‘выкапывать (овощи)’ и глаголом *ruōpti* ‘ковырять, выковыривать’; ‘долбить, выдалбливать’. Значение ‘забота’, вероятно, развивается из семантики страдания: ‘рвать’ → ‘страдать (мучиться)’ → ‘беспокоиться’ → ‘заботиться’. Возможна также смежность значений ‘неровной кожи в рытвинах (морщинах)’ и ‘заботы’, т.е. экспликации разрушительного воздействия беспокойства, переживаний на человека и отражения забот на его лице. В славянских языках, например, имеется связь семантики заботы со старением, что отражается в семантической структуре континуантов прасл. гл. *\*starati se*.

Глагол *steĩgti* имеет обширный арсенал значений: ‘учреждать организовывать’, ‘обеспечивать, доставлять’, ‘стараться, заботиться’, ‘хотеть, стремиться’, ‘спешить’. В. Смочинский отмечает, что значение ‘спешить’ у данной лексемы присутствовало в старолитовский период [5, с. 1453]. Родственными образованиями являются *įsteĩgti* ‘основывать, учреждать’, *susteĩgti* ‘сделать, добиться’; ‘смочь’; ‘раздобыть’; *steĩgtis*, *steigiũos*, *steigiaũs* ‘торопиться’, ‘стараться, прилагать усилия’; *įsisteĩgti* ‘приобрести себе что-л’. Среди лексем, связанных отношением апофонии с глаголом *steĩgti*, можно отметить *staigà* ‘вдруг’, *staigùs* ‘внезапный’. Не вызывает сомнений, что рассматриваемый глагол восходит к ПИЕ корню *\*steigh-* [8, S. 1017–1018] / *\*steig<sup>h</sup>-* [9, S. 593–594] со значением ‘ступать, подниматься’. Продолжениями данного корня также являются лтш. *stèigtiês* ‘спешить’, ст.-слав. *стигнѣти* ‘приходить’, *постигнѣти* ‘достигать’ и др. Как замечает В. Смочинский [5], старшим значением *steĩgti*, вероятно, является значение ‘привести в движение’. Основанием для развития семантики заботы могло стать как само значение ‘приводить в движение’, которое связано с семантикой суеты спешки, так и значение ‘стараться’, а также ‘обеспечивать’. Например, лат. *cieo* ‘приводить в движение’ лежит в основе прилагательного *sōlicitus* ‘заботливый’. Английский глагол *fuss* ‘суетиться’ в сочетании с предлогом *about / over* может принимать значение ‘опекать’. Как было отмечено выше, нам известны семантические переходы ‘заботиться’ → ‘обеспечивать’ и ‘обеспечивать’ → ‘заботиться’. Также имеются примеры перехода значения ‘стараться’ в ‘заботиться’, а ‘заботиться’ – в ‘стараться’, яркой иллюстрацией чего являются славянские языки. Можно также привести пример нем. глагола *schaffen*, который совмещает в своей семантической структуре значения ‘создавать, творить’, ‘работать, трудиться’, ‘позаботиться, потрудиться’. Английский глагол *create*, помимо значений ‘создавать, творить’, может принимать значения ‘суетиться, жаловаться’. Таким образом, учитывая

приведенные выше семантические параллели из разных языков, для глагола *steĩgti*, в силу концептуальной смежности всех его значений со значением заботы, невозможно построить однозначную мотивационную модель образования семантики заботы.

Глагол *vaikšćioti* ‘ходить, гулять’ обладает широким диапазоном значений, который свойственен глаголам движения. Среди более дюжины значений обнаруживается и семантика заботы: *Gera ūkininkė visadà vaikšćioja apie savo gyvulius*. ‘Хорошая хозяйка всегда заботится о своих животных’ [6]. Этимологический анализ данной лексемы осложняется трудностями, возникающими в ходе его деривационного анализа. В. Смочинский [5, S. 1774] рассматривает это слово как производное от корня *vaikšć-* с добавлением суффикса *-oti*. Данный корень лежит в основе претерита *vaikšćiau* от глагола *vaikštyti*, более разговорного варианта с той же семантикой ‘ходить, гулять’. В. Смочинский указывает на возможность реконструкции праформ *\*vaikštyti*, *\*vaikstau*, *\*vaikšćiau*, которая является результатом аблаута *vaik-* от *veik-* с добавлением суффикса *-sty*, образующего форму фреквентатива. Таким образом, глагол *vaikšćioti* восходит к глаголу *veĩkti* со значениями ‘делать’, ‘действовать’, ‘функционировать’. Э. Френкель [10, S. 1181] указывает на то, что *vaikšćioti* образуется от глагола *vaikyti* ‘гнать’, по отношению к которому первый является фреквентативом. Последний, в свою очередь, является результатом аблаута от *veĩkti*. Р. Дерксен [16, p. 302] придерживается мнения, что *vaikšćioti* восходит к *vykti* ‘следовать, направляться’. Как отмечает В. Смочинский, со ссылкой на Н. Островского, для реконструкции *\*vykst-joja > vaikšćioja* нет достаточных оснований, поскольку суффикс *-s/šcio*, который также выделяет и Э. Френкель, исключает возможность апофонии. Тем не менее отнесенность *vaikšćioti* к ПИЕ *\*ueik<sup>-2</sup>* ‘настойчивое проявление силы’ / *\*ueik* ‘преодолевать, побеждать’ не вызывает сомнений. Семантика корня находит отражение в семантике глагола *apveĩkti*, которая совмещает в себе значения ‘работать, трудиться’, ‘преодолевать, побеждать’. Цепочка семантических переходов, лежащих в основе образования значения заботы, может иметь следующий вид: ‘проявлять силу’ → ‘действовать’ → ‘приводить в движение’ → ‘двигаться’ → ‘ходить вокруг кого-л / чего-л.’ → ‘заботиться’.

Для нас представляют интерес континуанты корня *slaug-*, поскольку они обладают семантикой заботы, не связанной с эмоциональными переживаниями. Например, *slaugà* ‘уход’ *slaugyti* ‘присматривать, ухаживать, заботиться’ и более позднее образование *slaiũgti* ‘ухаживать (за больным)’, ‘укрывать’ [5, s. 1381]. Данные лексемы являются продолжением ПИЕ корня *\*slougo-* ‘помощь, служение’ [8, S. 965], к которому также относятся продолжения прасл. глагола *\*služiti*, восходящего к прасл. *\*sluga*. Таким образом, значение ‘забота’ является результатом семантического перехода ‘помогать (служить)’ → ‘заботиться’.

На материале литовского языка нам удалось выявить пять глагольных мотивационных моделей, лежащих в основе формирования номинаций понятия заботы: ‘обеспечивать → заботиться’; ‘всматриваться (внимательно

смотреть) → заботиться'; 'мучиться → заботиться'; 'беспокоиться → заботиться'; 'ходить вокруг кого-л. / чего-л'. → 'заботиться'; 'помогать' → 'заботиться'; а также одну субстантивную мотивационную модель 'печаль → забота'. Наличие такого разнообразия моделей в одном языке свидетельствует о том, что забота представляет собой сложное и многогранное явление, сопряженное как с эмоциями, так и с конкретными действиями.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Толстая, С. М. Мотивационные семантические модели и картина мира / С. М. Толстая // Русский язык в научном освещении. – 2002. – № 1 (3). – С. 112–127.
2. Зализняк, А. А. Семантический переход как объект типологии / А. А. Зализняк // Вопросы языкознания. – 2013. – № 2. – С. 32–51.
3. Lyberis, A. Lietuvių-rusų kalbų žodynas / A. Lyberis. – Vilnius : Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2005. – 951 p.
4. Юшкевич, А. Литовский словарь с толкованием на русском и польском языках: в 3 т. / А. Юшкевич. – СПб. : Отделение русского языка и словесности Императорской Академии наук, 1897. – Т. 1: А-Д. – 392 с.
5. Smoczyński, W. Słownik etymologiczny języka litewskiego [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rromanes.org/pub/alii/Smoczy%20W.%20S%20ownik%20etymologiczny%20j%20zyka%20litewskiego.pdf>. – Дата доступа : 04.04.2019.
6. Lietuvių kalbos žodynas [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lkz.lt/>. – Дата доступа : 04.04.2019.
7. Boryś, W. Słownik etymologiczny języka polskiego / W. Boryś. – Kraków : Wyd. Literackie, 2005. – 861 s.
8. Pokorny, J. Indogermanisches Etymologisches Wörterbuch : in 2 Bd. / J. Pokorny. – Bern; München : Francke Verlag, 1959–1969. – Bd. 1. – 1959. – 1183 S.
9. Lexikon der indogermanischen Verben / H. Rix [et al.]. – Wiesbaden : Dr. Ludwig Reichert Verlag, 2001. – 823 S.
10. Fraenkel, E. Litauisches Etymologisches Wörterbuch : in 2 Bd. / E. Fraenkel. – Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag, 1962–1965. – 2 Bd.
11. Топоров, В. Н. Прусский язык: в 5 т. / В. Н. Топоров. – М. : Наука, 1975–1990. – Т. 2: Е-Н. – 352 с.
12. Mayrhofer, M. Kurzgefasstes Etymologisches Wörterbuch des Altindischen : in 4 Bd. / M. Mayrhofer. – Heidelberg : Carl Winter Universitätsverlag, 1956–1980. – Bd. 2: D-M. – 699 S.
13. Dolgopolsky, A. Nostratic Dictionary / A. Dolgopolsky. – Cambridge : McDonald Institute for Archaeological Research, 2012. – 3659 p.
14. Mühlhens, K. Lettisch-Deutsches Wörterbuch: in 4 Bd. / K. Mühlhens. – Riga: Lettisches Bildungsministerium, 1923–1932. – Bd. 1: А-І. – 839 S.
15. Трубачев, О. Н. Труды по этимологии. Слово. История. Культура: в 2 т. / О. Н. Трубачев. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – Т. 1. – 800 с.

16. *Derksen, R. Metatony in Baltic / R. Derksen. – Amsterdam–Atlanta : Rodopi, 1996. – 458 p.*

The paper examines the semantic domain of care in Lithuanian with the focus on successive semantic shifts that give rise to the meaning of care within the semantic structure of various Lithuanian lexemes. The author reveals seven motivation patterns that make up the basis for the formation of the nominative units with the semantics of care in Lithuanian.

*Поступила в редакцию 18.04.2019*

**К. И. Лещенко**

## РЕКУРСИВНАЯ РЕКОНСТРУКЦИЯ В МЕТОДОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

В данной статье рассматривается методологический аспект рекурсивной реконструкции. Рекурсивная реконструкция – это метод синтаксического анализа, разработанный в русле комбинаторной семантики и предусматривающий рассмотрение всех уровней структуры предложения и при необходимости – восстановление пропущенных членов предложения на основе модели мира. Данная работа представляет собой аналитический обзор основных лингвистических теорий, повлиявших на становление комбинаторной семантики в целом и лежащих в основе метода рекурсивной реконструкции. Статья призвана выделить важнейшие идеи, составляющие теоретическую базу для разработки вышеуказанного метода.

Основы рекурсивной реконструкции как метода синтаксического анализа впервые сформулированы А. Н. Гордеем [1] и являются дальнейшим развитием положений комбинаторной семантики. Комбинаторная семантика – это «лингвистическая дисциплина, изучающая отображение языком динамики ролей индивидов в событии» [2]. Положения комбинаторной семантики раскрываются в работах таких белорусских лингвистов, как В. В. Мартынов, А. Н. Гордей, Н. И. Руденко, К. В. Карасева и др. Рекурсивная реконструкция может применяться при анализе рекурсивных предложений – то есть предложений, содержащих вложенные (рекурсивные) структуры и для полноты анализа требующих реконструкции членов предложения на глубинном уровне, причем в случае сложной (предикативной) рекурсии результатом подобной реконструкции будет целое предложение. Метод также позволяет реконструировать пропущенные члены предложения на основе контекста или модели мира и снять противоречия, которые зачастую возникают при анализе предложений линейно, без рассмотрения уровней рекурсии. Рекурсивные структуры особенно широко распространены в китайском языке: так, итогом реконструкции определения 我妹妹做的 ‘сделанная моей младшей сестрой’ в предложении 这个盒子是我妹妹做的 ‘Эта коробочка сделана моей младшей сестрой’ [3, с. 260] будет самостоятельное предложение 我妹妹做盒子 ‘Моя младшая сестра сделала коробочку’, в котором также будут выделяться определение, подлежащее, сказуемое, а также прямое дополнение, пропущенное в изначальном предложении.

Рекурсивная реконструкция заимствует терминологию комбинаторной семантики и принятые в рамках данного направления комплексы процедур. Помимо этого, на развитие метода повлияли некоторые идеи ряда лингвистов XX и XXI века, обзору которых и посвящена данная работа.

При проведении рекурсивной реконструкции рассматриваются все уровни структуры предложения. Поверхностная синтаксическая структура является представлением предложения на уровне поверхностного синтаксиса, она хорошо отражает лексический состав, синтаксические связи и линейный порядок лексем конкретного предложения. Термином «поверхностная структура» иногда называют также и само конкретное предложение, соответствующее данной структуре [4, ст. «Поверхностная структура»]. Традиционно поверхностная структура анализируется выделением членов предложения. Под глубинной структурой понимается «структура предложения до его трансформационной истории» [5]. Для анализа в данном случае применяется трансформационный метод, основанный на выведении сложных синтаксических структур из более простых с помощью набора правил преобразований (трансформаций) [4, ст. «Глубинная структура»].

Основные принципы трансформационного метода сформулированы **Зеллигом Харрисом (Хэррисом)** в начале 50-х гг. XX в. [4, ст. «Трансформационный метод»]. Ученый замечает, что существует определенный набор простейших – ядерных – предложений, которые могут быть подвергнуты трансформации различных типов. З. Харрис указывает, что «с помощью трансформаций удастся проанализировать такие структуры и обнаружить такие различия между ними, которые не поддаются обычному лингвистическому анализу» [6, с. 529]. Например, посредством трансформационного метода можно выделить структуру *flying planes* ‘летающие самолеты’ в *Flying planes is my hobby* ‘Летать на самолетах – мое любимое занятие’ и т.п. [6, с. 630].

Идеи З. Харриса (а именно, понятие ядерного предложения, или ядерной цепочки) легли в основу комбинаторной семантики. В. В. Мартынов ссылается на работу З. Харриса «String analysis of sentence structure» [7], где последний отмечает неполноту цепочки, состоящей из двух знаков, из чего следует, что минимальная ядерная цепочка является трехсоставной по структуре – S–A–O (субъект – акция – объект) [8, с. 15–16].

Параллельно с З. Харрисом сходным исследованием трансформаций занимался **Ноам Хомский** [6, с. 529]. Н. Хомский утверждал, что грамматика включает «ряд правил, с помощью которых можно воссоздать структуру непосредственно составляющих, и ряд морфофонемных правил, обращающих цепочки морфем в цепочки фонем» [9, с. 519]. Связующим звеном между ними является ряд трансформационных правил, позволяющих осуществить переход от цепочки непосредственно составляющих к цепочке, к которой приложимы морфофонемные правила [Там же]. Н. Хомский заявляет, что для понимания предложения необходимо «воссоздать его представление на каждом из уровней, включая трансформационный, где предложения-ядра, лежащие в основе данного предложения, могут восприниматься

в некотором смысле в качестве «элементарных элементов содержания», из которых предложение построено» [9, с. 520]. Тем самым выявляется глубинный синтаксический каркас, применимый, в том числе, и в семантическом анализе.

Французский лингвист **Люсьен Теньер** полемизировал с «морфологистами», которые растворяют синтаксис в морфологии [10, с. 9]. Исследователь учитывал семантику при анализе структур, тем самым заложив основы семантического синтаксиса. На этом фоне выделяется его идея о том, что *шкала синтаксической важности слов находится в обратном отношении к шкале семантической важности* [Там же, с. 54] – чем менее важным является слово на синтаксической шкале, тем большим может оказаться его значение для смысла предложения. Л. Теньер предложил теорию вербоцентрического синтаксиса зависимостей, где между элементами предложения заданы бинарные направленные отношения, а единственной вершиной графической «стеммы» («дерева зависимостей») является предикат (глагол). Таким образом, в структуре предложения выделяются глагол, актанты и сирконстанты. Глагол обозначает процесс. Актанты – это лица или предметы, в той или иной степени участвующие в процессе [Там же, с. 121]. Сирконстанты выражают обстоятельства, в которых разворачивается процесс [Там же, с. 117]. Актанты и сирконстанты непосредственно подчинены глаголу. При этом ученый отмечает, что центром пропозиции может быть не только глагол – но лишь в том случае, если глагол в предложении отсутствует.

Американский лингвист **Ричард Монтегю** в противовес «антисемантической» теории Н. Хомского предпринял попытку создания теории «универсального синтаксиса и семантики» [11, р. 223] на базе английского языка. «Грамматика Монтегю» представляет собой формальное описание языка при помощи алгебраических формул, где «взаимодействие синтаксиса и семантики представлено систематически» [Ibid, р. 33]. Ученый считал осуществимой формализацию естественного языка. Основным посылом концепции Р. Монтегю можно считать высказывание автора: «По моему мнению, не существует важного теоретического различия между естественными языками и искусственными языками логиков; на самом деле, я нахожу возможным осмысление синтаксиса и семантики обоих типов языков при помощи единой и математически точной теории» (перевод наш. – К. И.) [Ibid, р. 222].<sup>1</sup>

Польский и австралийский лингвист **Анна Вежбицка** выдвигает «постулат о неделимости семантики и грамматики», утверждая, что грамматику стоит рассматривать как составную часть семантики [12, с. 4]. Исследователь разрабатывает семантический метаязык – «язык семантических примитивов» – созданный на основе естественных языков, но лишенный национальной специфики, служащий для «описания любого значения независимо от того, какими поверхностными средствами оно выражается» [Там же, с. 6].

---

<sup>1</sup> Оригинал: «There is in my opinion no important theoretical difference between natural languages and the artificial languages of logicians; indeed, I consider it possible to comprehend the syntax and semantics of both kinds of languages within a single natural and mathematically precise theory».

А. Вежбицка отмечает: недостатком трансформационной грамматики является рассмотрение грамматики как набора «правил для порождения предложений независимо от значений» [12, с. 18]. Это приводит к тому, что, например, в трансформационной грамматике либо становится невозможным порождение предложений типа *give someone a kiss*, либо разрешается порождение предложений типа *give someone a kill* (недопустимых для английского языка) – отсюда следует вывод, что «истинно порождающей (т.е. обладающей предсказательной силой) может быть только грамматика, основанная на семантике» [Там же].

В комбинаторной семантике используется понятие свертки как пропуска (эллипсиса) составного элемента единицы какого-либо языкового уровня [5]. Говоря о свертке знаков, которую предполагает существование вложенных конструкций в языке, стоит упомянуть о принципе экономии. Данный принцип в лингвистике впервые был сформулирован французским структуралистом **Андре Мартине**. В работе «Принцип экономии в фонетических изменениях» он указывал, что регулирующим фактором в развитии языка служит «принцип наименьшего усилия», или экономии [13, с. 126]. Как отметил В. В. Мартынов, принцип экономии определяет эллиптичность выражений естественного языка: «Поскольку еще до начала речевой коммуникации известно, что собеседник знает в той или иной мере ситуацию, о которой пойдет речь, говорящий резко сокращает текст высказывания (компрессирует код), надеясь на то, что семантическая нагрузка сохранится в том объеме, в котором она предполагается во внутреннем (интенционном) смысле» [8, с. 179]. Исходя из этого, для полной экспликации смысла необходима процедура реконструкции так называемой сверхглубинной структуры, что подразумевает восстановление пропущенных членов предложения на основе расширенной ядерной семантической цепочки «субъект – инструмент – акция – медиатор – объект – продукт» [14, с. 57].

Рассмотрению явления рекурсии в упомянутом выше китайском языке до сих пор уделялось мало внимания. Представитель Московской семантической школы **Тань Аошуан** называет китайскую грамматику «скрытой» по причине слогофонемного характера основной единицы китайского языка и отсутствия словоизменения [15, с. 22]. Исследователь ставит вопрос об облигаторности / факультативности грамматических показателей в китайском языке, а также о механизмах регулирования их экспликации / импликации [Там же, с. 25]. Автор говорит о значимости порядка слов как методологической основы «описания функционального синтаксиса китайского языка и других изолирующих языков» [Там же, с. 30], а также как «скрытой категории падежа» [Там же, с. 90] на основе выполняемой порядком слов функции. Тань Аошуан предлагает вариант формализации китайского языка через понятие вербоцентрической «исходной синтаксической конструкции» – «обобщенной схемы возможных сочетаний семантических валентностей, позволяющих описывать целые классы глаголов со сходной валентностной структурой», основанной на списке 145 глагольных конструкций Люй Шусяна [Там же, с. 39], и отмечает S-V-O (субъект – предикат / глагол – объект) как «немаркированный, прототипический порядок» [Там же, с. 88].



Системным исследованием китайского синтаксиса занималась **Евгения Ильинична Шутова**. Е. И. Шутова делает вывод, что в китаеведении назрела необходимость введения новой процедуры анализа, отличной от используемых ранее, но логически вытекающей из них. К вопросам, с которыми не справляются традиционные подходы, относится, например, проблема анализа предложений типа: 李达克生了孩子 ‘у Ли Дакэ родился ребенок’ и 王冕死了父亲 ‘у Ван Мянэ умер отец’ [16, с. 13]. Ссылаясь на лингвиста На Гунваня, Е. И. Шутова отмечает, что, согласно традиционным подходам (а именно, субъектно-объектной схеме), структуры указанных предложений идентичны – но в таком случае перевод второго был бы ‘Ван Мянэ умертвил отца’, что в корне неверно [Там же, с. 13].

Исследователь Е. И. Шутова утверждает, что первичной категорией синтаксиса является не член предложения, а связь (отношение) [16, с. 37], а элементарной единицей структурно-синтаксической организации предложения – синтагма [Там же, с. 39]. Автор делит синтаксические конструкции на три класса: класс предикативных структур (типа «подлежащее + сказуемое» и т.п.), класс сочинительных структур (типа «субъект» + «субъект» и т.п.) и класс подчинительных структур («основной компонент» + «зависимый компонент»). Таким образом, Е. И. Шутова фактически заявляет о необходимости опоры на семантику при анализе структур китайского языка.

Основываясь на принципах комбинаторной семантики, раскрытых в работах белорусских исследователей В. В. Мартынова, А. Н. Гордея, Н. И. Руденко, К. В. Карасевой и др., рекурсивная реконструкция в методологическом аспекте может быть названа дальнейшим развитием идей таких ученых, как З. Харрис, Н. Хомский, Л. Теньер, А. Вежбицка, Р. Монтегю, А. Мартине, Тань Аошуан, Е. И. Шутова и др. Тезис З. Харриса о трехкомпонентности ядерной цепочки знаков развит в комбинаторной семантике и, соответственно, является фундаментальным для метода рекурсивной реконструкции в синтаксическом анализе предложения. Проведение трансформаций на глубинном уровне, аналогичное предложенному Н. Хомским, является ключевым при выяснении ролей индивидов в выделенном фрагменте модели мира. Вслед за Р. Монтегю, мы считаем возможной формализацию естественного языка и выработку релевантного математического метода анализа синтаксических структур. Л. Теньер выделяет компоненты пропозиции и говорит об обратном отношении синтаксической важности компонента к его семантической важности, на чем базируется рекурсивная реконструкция. Идеи А. Вежбицкой о первостепенности семантики при осуществлении анализа языковых структур созвучны положениям комбинаторной семантики и методу рекурсивной реконструкции. Принцип экономии, сформулированный А. Мартине, объясняет эллиптичность естественных языков, что рассматривается как основание для восстановления пропущенных компонентов с целью достижения полноты анализа. Тань Аошуан подчеркивает важность порядка слов в предложениях китайского языка и отмечает цепочку «S-V-O» в качестве «прототипического порядка» в китайском языке. Идеи Тань Аошуан согласуются с точкой зрения

3. Харриса и В. В. Мартынова о ядерной семантической цепочке «субъект – акция – объект» [8, с. 80]. Последняя получила дальнейшее развитие в комбинационной семантике А. Н. Гордея в виде технологии Теории автоматического порождения архитектуры знаков (ТАПАЗ-2) [17], определяющей расширение ядерной семантической цепочки в направлении «субъект – инструмент – акция – медиатор – объект – продукт» [14, с. 57], которое положено в основание рекурсивной реконструкции. Е. И. Шутова говорит о несостоятельности традиционных подходов к анализу предложений китайского языка, указывая на неразрывную связь синтаксиса и семантики.

Вобравший в себя опыт поколений лингвистов, метод рекурсивной реконструкции призван устранить противоречия, неизбежно возникающие в процессе синтаксического анализа предложений естественного языка, и достигнуть необходимой глубины и полноты синтаксического анализа.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гордей, А. Н. Реконструкция и рекурсия в синтаксическом анализе предложения / А. Н. Гордей // Пятые научные чтения, посвященные памяти профессоров В. А. Карпова и С. М. Прохоровой, Минск, ГУ, 18–19 марта 2011 г. / редкол. : А. И. Головня [и др.]. – Минск : Бел. Дом печати, 2011. – С. 18–26.
2. Гордей, А. Н. Синтаксические роли и семантические категории / А. Н. Гордей // Пути Поднебесной : сб. науч. тр. Вып. VII / редкол. : А. Н. Гордей (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2019 г. – [Статья находится в печати].
3. Задоевко, Т. П. Учебник китайского языка / Т. П. Задоевко, Хуан Шуин. – М. : Наука, 1979. – 756 с.
4. Лингвистический энциклопедический словарь; под общ. ред. В. Н. Ярцевой [Электронный ресурс]. – Электронн. мультимедийное информ. изд-е (47, 12 Мб). – М. : Директмедиа Паблишинг, 2008. – 1 диск (CD-ROM).
5. Гордей, А. Н. Теоретическая грамматика восточных языков: лекционный курс / А. Н. Гордей. – Минск, 2007 (рукопись, аудиокурс).
6. Хэррис, З. Совместная встречаемость и трансформация в языковой структуре / З. Хэррис // Новое в лингвистике / сост., общ. ред. В. А. Звегинцева. – М. : ИЛ, 1962. – Вып. II. – С. 528–636.
7. Harris, Z. String analysis of sentence structure / Z. Harris. – Hague, 1964. – 70 p.
8. Мартынов, В. В. Категории языка: семиологический аспект / В. В. Мартынов. – М. : Изд-во «Наука», 1982. – 192 с.
9. Хомский, Н. Синтаксические структуры / Н. Хомский // Новое в лингвистике / сост., общ. ред. В. А. Звегинцева. – М. : ИЛ, 1962. – Вып. II. – С. 412–527.
10. Теньер, Л. Основы структурного синтаксиса / Л. Теньер / редкол. : Ю. С. Степанов [и др.]; вступ. статья и общ. ред. В. Г. Гака. – М. : Прогресс, 1988. – 656 с.
11. Montague, R. Formal philosophy: selected papers of Richard Montague / R. Montague // Edited and with an introduction by Richmond H. Thomason. – New Haven and London : Yale University press, 1974. – 369 p.

12. *Вежбицкая, А.* Семантика грамматики / А. Вежбицкая. – М. : РАН, Инст. научн. инф. по общественным наукам, 1992. – 31 с.
13. *Мартине, А.* Принцип экономии в фонетических изменениях / А. Мартине. – М. : ИЛ, 1960. – 263 с.
14. *Гордей, А. Н.* Теория автоматического порождения архитектуры знаний (ТАПАЗ-2) и дальнейшая минимизация семантических исчислений / А. Н. Гордей // Открытые семантические технологии проектирования интеллектуальных систем = Open Semantic Technologies for Intelligent Systems (OSTIS-2014) : материалы IV Междунар. науч.-техн. конф. (Минск, 20–22 февраля 2014 года) / редкол. : В. В. Голенков (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУИР, 2014. – С. 49–64.
15. *Тань Аошуан.* Проблемы скрытой грамматики: Синтаксис, семантика и прагматика языка изолирующего строя (на примере китайского языка) / Тань Аошуан // Московский гос. ун-т : Ин-т стран Азии и Африки. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 896 с. – (Studia philologica).
16. *Шутова, Е. И.* Синтаксис современного китайского языка / Е. И. Шутова. – М. : Наука. Главная редакция восточной литературы, 1991. – 391 с.
17. *Гордей, А. Н.* Теория автоматического порождения архитектуры знаний: ТАПАЗ-2 = Theory for automatic generation of knowledge architecture: TAPAZ-2 / А. Н. Гордей; пер. с рус. И. М. Бойко. – Минск : РИВШ, 2017. – 50 с.

The article makes an analytical review of the linguistic theories and ideas which form a theoretical and methodological basis for recursive reconstruction – a method of syntax analysis developed through the lens of combinatory semantics. The ideas mentioned in the article can be defined as essential for the formulization of the method.

*Поступила в редакцию 29.03.2019*

**Н. Н. Максименя**

## КУЛЬТУРНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ТЕАТРАЛЬНЫХ АНОНСОВ

В статье рассматриваются национально-культурные особенности театральных анонсов на примере афиш театров Республики Беларусь и США. Театральная афиша представляется как креолизованный текст, сочетающий вербальные и невербальные компоненты, составляющие единое семантическое, структурное и визуальное целое.

Многим сторонникам «чистого искусства» тяжело принять тот факт, что театры сегодня представляют вид бизнеса, который конкурирует за внимание целевой аудитории с киноиндустрией, книгами, соцсетями, СМИ. Создание коммерчески успешных спектаклей и их продвижение с использованием инновационных технологий, PR-инструментов, рекламных и маркетинговых ходов позволяют современным театрам быть конкурентоспособными в бесконечной борьбе за зрителя.

В этой связи уместно вспомнить расхожую фразу: «Театр начинается с вешалки» и перефразировать ее как «Театр начинается с афиши», поскольку именно театральная афиша как разновидность жанра анонса обладает воздействующим потенциалом, и желание попасть в театр часто может быть обусловлено успешной афишей.

Под театральной афишей понимается объявление о предстоящем театральном представлении как в исключительно текстовом варианте, так и в виде изображения, дополненного текстом [1, л. 13].

Афиши как неотъемлемая составляющая промодискурса выполняют ряд функций. Во-первых, они продвигают отдельные спектакли, тем самым повышая экономический эффект деятельности театров. Во-вторых, формируют имидж театра и его труппы, влияют на успешное поддержание творческой репутации театра. В-третьих, способствуют распространению информации о театральной жизни, воздействуют на потенциальную аудиторию, пробуждая тем самым интерес к сценическому искусству и превращая потенциальных зрителей в любителей театра.

Рассмотрим культурную дифференциацию театральных анонсов на примере афиш на материале английского, белорусского и русского языков, а именно афиши театров Республики Беларусь и Бродвейских театров США.

Афишу можно назвать «обложкой» или своеобразной «оберткой» спектакля, поскольку это часто первое, с чем знакомится театральная аудитория перед походом в театр. Основной задачей афиши является оповещение за короткий срок максимального количества людей о предстоящем театральном событии. При этом потенциальный театральный зритель должен с первого взгляда понять суть того, о чем идет речь, и решить, идти на спектакль или нет. Безусловно, чаще всего главной целью информационного сопровождения спектакля является его коммерческий успех. Однако нельзя не отметить тот факт, что в настоящее время многие театры, в том числе белорусские, имеют свое «лицо» – бренд со сложившимся коллективом и традициями. Под брендом мы понимаем комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя.

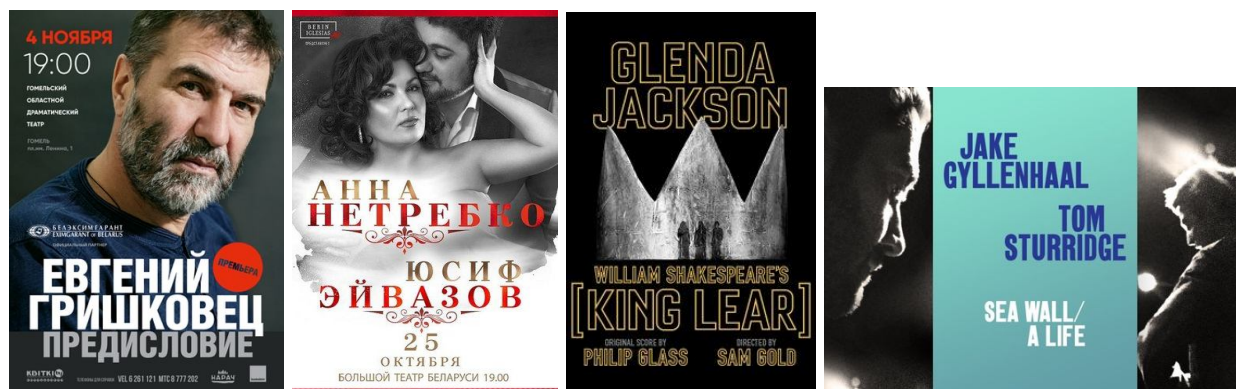
Когда имя или название «на слуху» и за ним стоит определенный понятный образ, вызывающий совокупность ассоциаций, иногда для привлечения зрителя достаточно размещения эмблемы театра на афише. Афиши многих современных театров выдержаны в единой стилистике. Так, серия афиш Республиканского театра белорусской драматургии имеет общую концепцию и идентичную топографию.



В данной серии афиш обращает на себя внимание использование пазиграфического знака – хэштег – перед названиями театральных постановок. Более того, данный знак присутствует и в слогане театра: *Рэспубліканскі тэатр беларускай драматургіі # сапраўдныя эмоцыі*.

Очевидно, выбор подобных средств свидетельствует о том, что такие афиши призваны выполнять вспомогательную функцию. В то время, когда основная реклама и продвижение события осуществляются в Интернете, афиша напоминает о мероприятии участникам коммуникации и призывает использовать данный хэштег под фотографиями в социальных сетях для увеличения количества своей аудитории.

Любой бренд имеет знакомое многим имя, вызывающее устойчивые ассоциации. Имена художественных руководителей, режиссеров-постановщиков, актеров, задействованных в спектакле, помогают зрителю идентифицировать некий запрограммированный образ, именно поэтому они часто располагаются в поле афиши на видном месте и выделяются начертанием и размером шрифта. Подобные примеры наблюдаются как среди белорусских, так и американских афиш.



На сайте [broadway.com](http://broadway.com) даже имеется отдельный раздел под названием «celebs on stage» ('селебрити на сцене'), содержащий список постановок с участием звезд кино и телевидения.

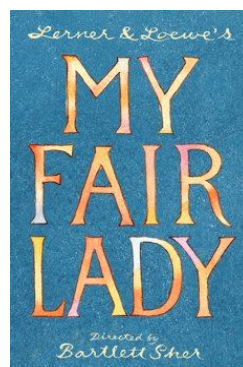
Говоря о различиях в топографии афиш белорусских и американских театров, следует упомянуть, что большинство белорусских афиш содержат максимум информации о спектакле и его создателях, помогая зрительской аудитории ориентироваться в большом количестве постановок, отвечая на вопросы: «Что? Где? Когда?». Существенным моментом ориентирования потенциального зрителя является членение текста афиши на фрагменты, содержащие в себе информацию о названии постановки, месте проведения, дате, задействованных участниках.

В связи с коммерциализацией театра в поле текста также могут указываться спонсоры и информационные партнеры. Данная информация, как правило, содержится в нижней части афиши и графически не выделяется, чтобы не отвлекать внимание от основной информации.





В целом, афиши театров Бродвея отличаются более простой топографией и часто включают только информацию о названии спектакля, авторе/авторах пьесы и/или задействованных участниках.



Это можно объяснить разницей в театральных системах РБ и США. Для Беларуси характерен так называемый репертуарный театр, с постоянным (или медленно обновляемым) репертуаром. Для репертуарных театров свойственно наличие постоянной труппы, хотя, как и другие театры, они иногда приглашают актеров на конкретные спектакли. В США зачастую на сцене одного театра можно увидеть лишь один спектакль, идущий вечером со вторника по субботу, его заменяют на другой только тогда, когда зрители теряют к первому интерес. При этом театры не имеют постоянной труппы.

Одним из наиболее эффективных механизмов, способствующих усилению воздействия афиши и привлечению внимания зрительской аудитории, является сочетание в театральном анонсе нескольких кодовых систем. По мнению ряда исследователей, афиша относится к так называемым *креолизованным текстам*, т.е. текстам, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим языковым системам, нежели естественный язык)» [2, с. 36]. Данное понятие было введено известными российскими психолингвистами Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым.

В качестве невербального или так называемого иконического компонента могут выступать иллюстрации, схемы, таблицы, формулы и т. д. Взаимодействуя друг с другом, вербальный и иконический компоненты креолизованного сообщения обеспечивают целостность и связность крео-

лизованного текста, его коммуникативный эффект. К креолизованным текстам, помимо афиши, можно отнести комиксы, политические листовки и плакаты, образцы рекламной продукции, иллюстрации в художественной литературе, словарях, энциклопедиях, партитурах, периодической печати.

Базовым признаком при классификации креолизованных текстов является наличие изображения и характера его связи с текстом. Е. Е. Анисимова типологизирует креолизованные тексты на три группы по наличию, кроме вербального текста, изобразительной части и по степени спаянности вербальной и изобразительной частей: тексты с нулевой креолизацией; тексты с частичной креолизацией; тексты с полной креолизацией [2, с. 36]. Представленная классификация учитывает характер отношений между вербальным и визуальным компонентами креолизованного текста.

Еще один вариант классификации креолизованных текстов по наличию изобразительных компонентов представила в своей работе М. В. Фиськова, которая отрицает то, что есть тексты с нулевой креолизацией. Вместо этого исследователь вводит новый термин – «текст с минимальной степенью креолизации», т.к. считает, что «графические средства, так или иначе, представлены практически в любом тексте» [3, с. 177].

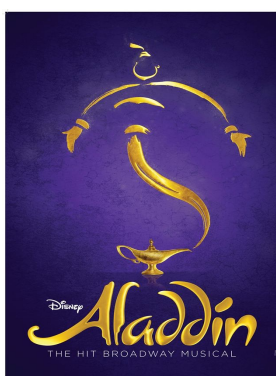
Рассмотрим характеристики каждого вида афиш в исследуемом корпусе на английском, белорусском и русском языках. К группе текстов с полной креолизацией были отнесены афиши, в которых между вербальным и невербальным компонентами устанавливаются синсемантические отношения, тогда вербальный текст полностью зависит от изобразительного ряда и само изображение выступает в качестве облигаторного элемента анонсирующего текста.



Примером является афиша бродвейского мюзикла «Don't Stop 'Till You Get Enough», («Не останавливайтесь, пока вы не получите достаточно»), который будет демонстрироваться в театре Джеймса М. Недерландера в Чикаго. Только невербальный компонент афиши – изображение танцующей фигуры в черном, исполняющей знаменитую танцевальную технику «лунная походка», позволяет зрителю сделать вывод о том, что данный спектакль посвящен жизни и творческой деятельности певца и композитора Майкла Джексона.

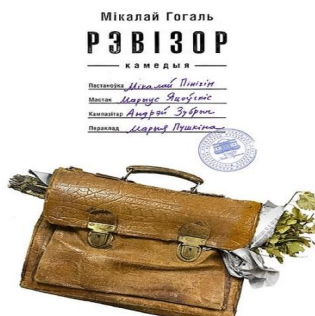
Схожую ситуацию наблюдаем в афише спектакля «Раскрытие» белорусского театрального проекта «НомоCosmos». Правильно трактовать анонсирующий текст помогает изображение на афише, символизирующее медицинский термин из области акушерства и гинекологии (раскрытие на 2 пальца обозначает начало родовой деятельности). Постановка затрагивает тему взаимоотношений мужчины и женщины в целом и отношения к деторождению в частности.

К группе частично креолизованных текстов относятся те образцы, в которых вербальные и иконические компоненты вступают в равные отношения, при этом вербальная часть сравнительно автономна, а изобразительные элементы текста оказываются факультативными (т.е. могут быть удалены без значительного ущерба для понимания смысла языкового сообщения). В этой связи вызывает интерес афиша мюзикла «Аладдин».



Название «Aladdin» и сопровождающее его изображение может быть воспринято как реклама кальянной или ресторана восточной кухни. Необходимую ясность в то, что это мюзикл по мотивам сказок Ближнего Востока, вносят логотип компании Дисней и фраза *The hit Broadway musical*, которая несет всю важную информационную нагрузку афиши.

Среди белорусских театральных афиш этой группы заслуживает внимание афиша Национального академического театра им. Я. Купалы, анонсирующая новую постановку режиссера Николая Пинигина «Ревизор». Вербальный компонент анонсирующего текста включает в себя название постановки, имена автора пьесы, режиссера-постановщика, художника-постановщика, композитора и переводчика. Интерес вызывает иконический элемент афиши, а именно кожаный портфель с банным веником, который может дезориентировать адресата афиши, знакомого с гоголевской пьесой «Ревизор» со школьной скамьи.





В интервью, анонсирующем постановку («Комсомольская правда в Беларуси»), художественный руководитель театра и режиссер-постановщик спектакля Н. Пинигин так отвечает на вопрос журналиста:

**Николай Николаевич, не приоткроете секрет веника в кожаном портфеле на афише премьерного «Ревизора»?**

– Думаю, с портфелем все ясно – речь ведь идет о чиновниках. А веник пускай останется загадкой вплоть до премьеры. Вообще, на афише для меня важен образ – он аккумулирует смысл того, что покажут на сцене. И у зрителя есть время подумать над этим [4].

Очевидно, подобный выбор иконической составляющей афиши и стилизация ее вербальной составляющей под делопроизводственный отчет не случайны и наводят целевую аудиторию на мысль о современном, авторском прочтении пьесы классика.

Особый интерес представляют афиши интерактивного характера, требующие непосредственного участия адресата в процессе их «прочтения». Одним из наиболее ярких примеров являются креолизованные тексты с гиперкодом. Читателю предлагается информация, выраженная не только на вербальном и визуальном уровнях, но и заключенная в QR-коде. Данный матричный код (QR от англ. quick response – быстрый ответ), или гиперкод [5], изначально создававшийся для логистических целей, является своего рода кладзем информации, доступной обладателям современных мобильных телефонов с фотокамерой. Сфотографировав гиперкод, адресат получает доступ ко всем необходимым данным. Он может попасть на сайт рекламодателя, увидеть на экране телефона видео, картинку или просто текст. Прочтение/не прочтение закодированной таким образом информации целиком зависит от воли читателя. Как пишет Л. В. Дубовицкая, гиперкоды могут использоваться как на иконическом, так и на вербальном уровнях креолизованного текста [6]. Существуют также примеры QR-кодов, выступающих в качестве креолизованного текста и включающих в себя оба традиционных компонента данного семиотически осложненного феномена.



Таким образом, исследуемый корпус театральных анонсов Республики Беларусь и США показал, что афиши как часть информационного сопровождения спектаклей выполняют две основные функции: информирования и привлечения внимания. Наибольшим потенциалом для этого обладают

креолизованные тексты как с полной, так и с частичной креолизацией. Белорусские афиши отличаются более сложной топографией, что объясняется разницей в театральных системах РБ и США.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Лапина, К. В.* Театральная афиша в России: опыт истории от возникновения до 20-х годов XX века: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.01 / К. В. Лапина; М., 2008. – 184 л.
2. *Анисимова, Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов / Е. Е. Анисимова. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
3. *Фиськова, М. А.* Зрительный компонент креолизованного текста [Электронный ресурс] / М. А. Фиськова. – Режим доступа : <http://www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/52.html>. – Дата доступа : 18.05.2019.
4. Комсомольская правда в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.kp.by/daily/26784/3818921/>. – Дата доступа : 18.05.2019.
5. *Дубовицкая, Л. В.* QR код–революция в мире креолизованных текстов? [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Вестник Московского государственного областного университета». – Режим доступа : <https://vestnik-mgou.ru/ru/Articles/View/169>. – Дата доступа : 18.05.2019.
6. *Дубовицкая, Л. В.* Функции QR-кодов на примере креолизованных текстов письменной коммуникации [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Вестник Московского государственного областного университета». – Режим доступа : <https://vestnik-mgou.ru/ru/Articles/View/210>. – Дата доступа : 18.05.2019.

The article discusses the national and cultural features of theater announcements on the example of theatrical posters of the Republic of Belarus and the United States. A theatrical playbill is presented as a creolized text combining verbal and non-verbal components that constitute a single semantic, structural, and visual whole.

*Поступила в редакцию 04.06.2019*

**А. К. Шевцова, Е. В. Красовская**

### ОБРАЗ АВТОРА СКВОЗЬ ПРИЗМУ СУБЪЕКТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА БЕЛОРУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ<sup>1</sup>

В статье рассматривается образ автора-публициста в белорусской, британской и французской лингвокультурах сквозь призму категории субъективной модальности.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено в рамках НИР «Тенденции развития и функционирование белорусскоязычного медиадискурса в условиях глобализации и межкультурного диалога» (№ госрегистрации 20161437) подпрограммы «Белорусский язык и литература» государственной программы научных исследований «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» на 2016–2020 гг.

Авторы-публицисты, представляющие исследуемые лингвокультуры, обладают собственным специфическим образом, вербализуемым определенным способом и выражающим их стремление быть открытыми, откровенными с читателями (британская и белорусская лингвокультуры), или, напротив, подводить читателя к собственным выводам, не высказывая прямо свою точку зрения (французский автор).

В русле антропоцентрической парадигмы современных лингвистических исследований в центре внимания ученых находится языковая личность, принимающая активное участие в создании дискурсов различных жанров и моделей, которая определяет ключевые параметры дискурсных контекстов, формирует призму-интерпретацию различных коммуникативных ситуаций. При этом важная роль отводится субъективному видению конкретной ситуации со стороны данной языковой личности. В настоящее время большая часть коммуникативных ситуаций интерпретируется с точки зрения адресанта, оказывающего намеренное или случайное воздействие на реципиента.

Средства массовой информации не только передают сообщения, но и путем осознанного отбора языковых ресурсов выделяют и субъективно интерпретируют события окружающей действительности, оказывая непосредственное влияние на сознание личности и формируя общественное мнение.

Субъективная интерпретация (или реализация категории субъективной модальности) освещаемых событий и явлений действительности, которая определяет смысловую структуру предложения и обеспечивает контакт с внеязыковой действительностью, служит объектом пристального внимания исследователей, которое активизировалось в последние десятилетия в связи с разработкой функциональной семантики, а последовательная антропоцентрическая направленность современных лингвистических исследований привела к активному изучению модальности текста [1].

В категории субъективной модальности естественный язык фиксирует одно из ключевых свойств человеческой психики: способность противопоставлять «я» и «не-я» в рамках высказывания. В наиболее законченном виде эта концепция нашла отражение в работах Ш. Балли, который считал, что в любом высказывании реализуется противопоставление фактического содержания (диктума) и индивидуальной оценки излагаемых фактов (модуса). Ученый определяет модальность как активную мыслительную операцию, производимую говорящим субъектом над представлением, содержащимся в диктуме [2].

Субъективная модальность – факультативный признак высказывания – образует в предложении второй модальный слой (вслед за объективной модальностью). Ее семантический объем значительно шире семантического объема объективной модальности [3]. «Субъективная модальность охватывает всю гамму реально существующих в естественном языке разноаспектных и разнохарактерных способов классификации сообщаемого и может быть реализована различными средствами. Значения, составляющие содер-

жание категории субъективной модальности, неоднородны и требуют упорядочения. Смысловую основу субъективной модальности образует понятие оценки в широком смысле слова, включая не только логическую (рациональную) квалификацию сообщаемого, но и разные виды эмоциональной (иррациональной) реакции» [4, с. 206–210].

Дальнейшим шагом в изучении категории модальности в текстовом аспекте можно считать идентификацию автора в качестве субъекта дискурса и введение термина *авторская модальность*. Проблема авторской модальности сопрягается с проблемой «образа автора», которая находит свое отражение во многих научных трудах и выражается в терминологическом разнообразии в обозначении одного и того же понятия: «образ автора» (В. В. Виноградов); «первичный автор», «вторичный автор» (М. М. Бахтин); «субъект речи», «субъект сознания» (Б. О. Корман) и др. [5].

Однако уже с 20-х годов XX века термин *образ автора* получает наибольшее распространение. При этом данное понятие в различных стилях и жанрах существенно отличается. «В текстах иной жанровой принадлежности выражение авторства является принципиально важным для писателя, поскольку его главная цель открыто донести до читателя свои мысли, свои представления и свои оценки. Поэтому степень авторизации здесь чрезвычайно высока и авторская модальность всегда эксплицирована» (цит. по [6]). Так, «для публицистики важен не образ автора, а автор как конкретная личность, его взгляды, общественная позиция, даже личные качества. Если в художественной литературе лицо, от которого ведется повествование, и автор принципиально не отождествимы, то в публицистике нет посредствующих звеньев между автором и текстом» [7].

Для текстов научно-популярного жанра более целесообразно говорить не об образе автора, а скорее о позиции автора, «так как здесь речь идет о различных средствах выражения отношения автора к предмету сообщения, а также авторской оценки существующих научных взглядов, теорий, мнений и т.д.» [8; 9].

В настоящем исследовании на материале 90 газетных статей на общественно-политическую тематику, отобранных из белорусских («Звезда», «Настаўніцкая»), британских («The Times», «The Daily Mail», «The Sun») и французских («Liberation», «Parisien») газет, нами предпринята попытка проследить, каким образом в тексте формируется категория субъективной модальности и как адресант, используя средства различных уровней языка (морфологический, лексический и синтаксический), оказывает воздействие на мнение адресата. На основе полученных результатов были смоделированы коммуникативные образы авторов-публицистов и определены языковые средства экспликации категории субъективной модальности. Далее проводился непосредственный анализ каждого случая употребления того или иного языкового средства относительно его семантики и выполняемых в тексте функций.

Анализируя способы реализации категории субъективной модальности, в первую очередь на морфологическом уровне, мы обратили особое внимание на изменение форм глагола. Предикат (сказуемое) несет в себе основную смысловую нагрузку предложения, поэтому, изменяя его форму, автор может выразить свое отношение к тому, о чем идет речь или кому она адресована. В процессе исследования было замечено, что форма глагола будущего времени совершенного вида является маркером экспрессивно-модальных значений и чаще всего связана со значением предположения, вероятности действия, собственно готовности к действию, уверенности в осуществлении действия и др., например: *Her whole premiership will be conducted in the vale of tears; For the time being Mrs May will remain, as she has been all long, weak but stable* (The Times, 8.12.2017); *Калі сарве і гэты клапан – нядоўга будзе да ланцуговай рэакцыі; Так яно і будзе. Галоўнае – верыць* (Настаўніцкая газета, 16.12.2017).

Глаголы в форме 1-го лица единственного числа в формах настоящего и будущего времени являются очевидным маркером субъективной модальности: *Думаю, усе, хто ўмее чытаць, гэта ведаюць; ... спадарыні маюць права на любыя эксперыменты з уласнай асобай. Гэта я разумею* (Звезда, 9.11.2017); *I loved the springy-heeled tumblers, the juggling of banknote-wads...* (The Daily Mail, 8.12.2017). Во французских газетных статьях достаточно частотны случаи использования глагола в форме первого лица множественного числа: *Nous sommes en plein dedans* (Liberation, 18.01.2019).

Глаголы в форме повелительного наклонения (были обнаружены как синтетические, так и аналитические формы) содержат адресатосему, то есть сему указания на собеседника, а значит, участвуют в создании контакто-устанавливающей модальности, усиливают направленность текста статьи на адресата, например: *Пагадзіцеся, святочныя цуды больш за ўсё патрэбны тым, хто на нейкіх прычынах застаўся без сям'і і родных* (Настаўніцкая газета, 28.12.2017); *Давайце разбяромся прадметна* (Настаўніцкая газета, 9.12.2017); *Do not be diverted by the fascinating details of European negotiations* (The Times, 8.12.2017); *Avec ou sans gilet jaune, citoyennes et citoyens, exprimez-vous* (Liberation, 9.01.2019) и др. Употребление обеих форм повелительного наклонения вносит оттенок побуждения к действию, следовательно, такие конструкции эксплицируют фатическую модальность, которая отвечает за непосредственный контакт с читателем.

Эмоционально-оценочную модальность публицистического текста выражают степени сравнения прилагательных и наречий. Большое количество исследуемых конструкций обладает значением усиления, возрастания степени признака. Среди примеров в текстах статей мы находим как синтетические формы компаратива и суперлатива (*лепшы, праўдзівей, найбуйнейшая, greater, the highest*); так и аналитические (*самы хадавы, самыя жосткія, найбольш спрыяльныя, найбольш трыянткое, вельмі шкодна, the most venerated, more feasible, more severely, more practically, more trickily, more significantly*). В частности, степени сравнения являются достаточно популяр-

ным средством выражения субъективного мнения автора во французских научно-популярных статьях, например: *La plus populaire, les plus joyeux, le plus problematique* (Liberation, 18.01.2019). Следует отметить, что французские публицисты также часто используют приставки и суффиксы, усиливающие основное значение слова, например: *Surreprésentées* ‘чрезмерно представленные’.

Одним из наиболее традиционных способов выражения эмоций является использование междометий. В текстах белорусскоязычных статей был обнаружен 1 случай употребления данного средства: *Ух, і цяжка яму прыйдзеца!* (Звезда, 9.11.2017). В англоязычных статьях было выявлено 5 случаев употребления данного средства, например: *Oh, dear, oh, dear. I'm sorry to have to be so beastly about a performer who, after all, is only trying his best; Oh, how the old sweats mocked when...* (The Daily Mail, 8.12.2017) и др. В статьях на французском языке не было обнаружено ни одного случая использования междометий.

В то время, как в белорусскоязычном публицистическом дискурсе самым популярным средством актуализации субъективной модальности являются сравнительная и превосходная степени прилагательных и наречий, частотность использования которых составила 41 случай, британские и французские публицисты отдают предпочтение употреблению модальных слов – 185 случаев и 30 случаев употребления соответственно. Например: *The hope **must surely be** that this rivalry **can touch** new peaks – of quality, enmity and longevity...* (The Times, 8.12.2017); *Le tout **doit permettre** la poursuite (voire l'accélération) des grandes réformes: des retraites à l'assurance chômage en passant par la fonction publique* (Liberation, 9.01.2019).

Дополнительную модальную окрашенность создает использование различных устойчивых выражений (фразеологизмов, идиом, пословиц и поговорок). Они всем понятны и имеют постоянный ограниченный состав компонентов, при этом за несколькими словами кроется множество смыслов. Особенно часто мы можем обнаружить устойчивые выражения в заголовках статей, но и в самих текстах идентифицировано немало случаев употребления устойчивых выражений (68 случаев в белорусских статьях, 64 – в английских и 22 – во французских), например: *Міністр абароны Сказачны Аладзін – **ды не смяшыце людзей**; Даўно ўжо інтэрнэт аж трашчаў ад наведамлення; Там пра сябе пішы, **што душы заўгодна*** (Настаўніцкая газета, 12.12.2017); *That there is still an issue at the Challenger tier and, particularly, the far-flung bottom-rung Futures level, is **beyond dispute*** (Daily Mail, 8.12.2017); *On est complètement pris en étau ‘ноймаць в тиску’* (Liberation, 9.01.2019).

Достаточно распространенным средством актуализации субъективной модальности является использование стилистических лексических ресурсов (метафор, эпитетов) и сравнений. Например: *Тое, што адбылося ў Залатурне, – **як лакмусавая панерка*** (Звезда, 26.10.2017); *GVC is a **jumble** of online betting sites...* (Daily Mail, 8.12.2017); *However it would be **more severely curtailed than***

*any suggested before* (The Times, 8.12.2017); *C'est comme les chasseurs dans le sketch des Inconnus, il y a les bons et les mauvais parents et on sait les reconnaître juste comme ça* (Parisien, 9.01.2019).

На синтаксическом уровне наиболее продуктивными средствами оформления мнения автора являются риторические вопросы и вопросно-ответные комплексы. Данные конструкции направлены, прежде всего, на вовлечение читателя в диалог, создание благоприятной атмосферы для восприятия новой информации, а также на усиление эмоциональной и оценочной тональности текста. Риторические вопросы помогают создать богатую палитру модальных оттенков – удивление, сомнение, сочувствие и др. Причем в процессе анализа отмечались специфические черты использования данных средств белорусскими и французскими публицистами. Мы не выявили ни одного случая применения риторических вопросов английскими авторами, в то время как было обнаружено 13 случаев использования риторических вопросов в белорусскоязычных статьях, например: *Ну і што ж, на здароўе, спадарыні маюць права на любыя эксперыменты з уласнай асобай. Гэта я разумею. Навошта ўчыняць эксперыменты з дзецьмі?* (Звязда, 9.11.2017). Для французских статей более характерно использование вопросно-ответных комплексов (19 случаев употребления): *Sur la table ou sous le tapis ? Tous les sujets peuvent-ils être mis en discussion à l'aveuglette ou existe-t-il des droits fondamentaux à sanctuariser pour qu'ils ne soient pas remis en cause ? Cette inquiétude est montée ces derniers jours traversant gouvernement, majorité et opposition. Le premier a été forcé de clarifier sa position sur le champ du grand débat qu'il doit mettre sur pied mi-janvier* (Liberation, 18.01.2019).

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что субъективная модальность органично встраивается в формат публицистического дискурса. Авторы-журналисты прямо или имплицитно выражают свое отношение к описываемым событиям, однако несколько разнятся способы вербализации субъективной модальности. Анализ белорусскоязычных газетных статей показал, что автор-публицист предпочитает не высказывать собственное мнение слишком откровенно и прямолинейно, с помощью сравнений, фразеологизмов, модальных слов максимально сглаживая серьезность ситуации и подчеркивая позитивную сторону происходящих событий. Благодаря высокой частотности употребления местоимений первого лица множественного числа автор представляет свое личное мнение в совокупности с общим мнением, заручившись, таким образом, поддержкой читателей.

Британские авторы более прямолинейны; они выражают свою мысль жестче и не стараются уйти от основной тематической линии, приукрашивая ситуацию или кодируя ее с помощью образных языковых средств, а также критично относятся как к другим, так и к самим себе, избегая использования экспрессивных, стилистически окрашенных средств.

Французский автор-публицист чаще своих белорусских и британских коллег использует образные способы изложения фактов действительности, отдает предпочтение «завуалированным» средствам изложения информации.

В проанализированных 30 статьях на французском языке не встретилось ни одного случая обращения автора от первого лица (я-обращение), в то время как предпочтение отдавалось использованию метафор, эпитетов, сравнений, синтаксически сложных и длинных предложений. Таким образом, французский автор выбирает наиболее витиеватый путь выражения субъективной модальности, как бы играя с читателем. В этом состоит его уникальность.

Итак, авторы-публицисты, представляющие белорусскую, британскую и французскую лингвокультуры, обладают собственным специфическим образом, который выражается в их стремлении быть открытыми, откровенными с читателями (британские и белорусские авторы) или, напротив, подводить читателя к собственным выводам, не высказывая прямо свою точку зрения (французские авторы). При этом в ракурсе каждой из исследуемых лингвокультур публицистический дискурс обладает определенным арсеналом языковых средств, вербализующих категорию субъективной модальности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Парамонова, В.С.* К вопросу о модальности художественного текста / В. С. Парамонова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : конференция.com.ua/pages/view/370. – Дата доступа : 14.04.2019.
2. *Колесникова, С. М.* Функциональная грамматика: предикативность, градуальность, оценочность : учеб. пособие / С. М. Колесникова. – М. : МПГУ, 2016. – 288 с.
3. *Verstraete, J. C.* Subjective and objective modality: interpersonal and ideational functions in the English modal auxiliary system / J. C. Verstraete // Journal of pragmatics. – 2001. – № 33. – P. 1505–1528.
4. *Виноградов, В. В.* Исследования по русской грамматике : избр. тр. / В.В. Виноградов ; под ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : Наука, 1975. – 559 с.
5. *Лебедев, С. Ю.* Повествователь в лирике и драме / С. Ю. Лебедев // Литература в контексте культуры: типология, взаимосвязи, проблемы преподавания: сб. науч. ст. / под общ. ред. Г. В. Синоло, Э. А. Усовской. – Минск : БГУ, 2009. – С. 61–93.
6. *Ткаченко, А. И.* Textoобразующая роль модальности в газетной статье / А. И.Ткаченко // Уч. зап. Казан. ун-та. Гуманит. науки. [Электронный ресурс]. – 2011 – Т. 153, кн. 2. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tekstoobrazuyuschaya-rol-modalnosti-v-gazetnoy-statie-1>. – Дата доступа : 14.04.2019.
7. *Чибук, А. В.* Средства выражения авторской модальности в публицистических текстах: на материале СМИ Германии / А. В. Чибук [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vyrazheniya-avtorskoj-modalnosti-v-publitsisticheskikh-tekstah-na-materiale-smi-germanii>. – Дата доступа : 10.04.2019.



8. Муранова, О. С. Способы выражения позиции автора в тексте научно-популярной статьи / О. С. Муранова // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. – 2009. – С. 238–244.

9. Якубова, В. Ю. Авторская позиция в научно-популярном газетном тексте и средства ее языковой репрезентации / В. Ю. Якубова // Молодые ученые в инновационном поиске: материалы III Междунар. науч. конф., Минск, 27–28 мая 2014 г.: в 2 ч. / отв. ред. Т. П. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2015. – Ч. 1. – С.105–109.

The article focuses on the image of the author-publicist in the Belarusian, British and French linguistic cultures through the prism of the category of subjective modality. The authors representing the linguistic cultures under study have their own specific images, verbalized in a certain way and expressing their desire to be open, frank with readers (British and Belarusian linguistic culture), or, conversely, to bring the reader to their own conclusions without expressing directly their points of view (French author).

*Поступила в редакцию 22.04.2019*

**Е. Э. Шуранова**

**О ТИПАХ ИНФОРМАЦИИ В СЕМАНТИКЕ ПРЕДМЕТНО-ПРИЗНАКОВЫХ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ  
(на материале немецкого и русского языков)**

В статье представлены результаты анализа семантической структуры предметно-признаковых имен существительных в немецком и русском языках; выявлены и классифицированы типы информации, которые проявляются в значениях данных имен существительных и указывают на различные характеристики называемых ими объектов; установлены закономерности в членении пространства посредством предметно-признаковых имен существительных в немецком и русском языках.

Помимо двух известных, традиционно различаемых классов субстантивов – конкретных и абстрактных, – в языке выделяется промежуточный разряд существительных, получивший название *вещепризнаковые*, или *предметно-признаковые* имена [1], например, *отверстие, царапина, след*. Данные существительные обозначают конкретные фрагменты действительности, которые, однако, не являются предметами или шире – физическими объектами. Согласно М. В. Никитину, пространственная граница таких сущностей не заполнена определенной субстанцией, она образуется границами других субстантивных тел [1, с. 364].

Разрабатывая проблему выделения предметно-признаковых имен как одного из семантических разрядов имен существительных и определяя их границы, мы пришли к выводу о том, что имена данного разряда можно объединить на основании одного общего семантического свойства: их семантика включает в себя информацию об особых онтологических характеристиках обозначаемого фрагмента действительности, а именно об

отсутствии у этого фрагмента таких свойств физических объектов, как *целостность* (наличие целостной поверхности), *дискретность* (возможность отдельности объекта), а также наличия *выделенности* (возможности зрительного восприятия объекта) и *ограниченности* в пространстве. Особый онтологический статус фрагментов действительности, обозначаемых предметно-признаковыми именами, обуславливает наличие в дефинициях этих имен сочетаний типа «место на поверхности чего-либо/внутри чего-либо», «пространство внутри чего-либо» (например, *дыра* – «разорванное место, прореха на одежде, обуви») либо определение через другое предметно-признаковое имя (например, *щель* – «узкое продольное отверстие, скважина»; *отверстие* – «**дыра**, скважина, проход куда-н.»). Методом сплошной выборки мы отобрали из Словаря русского языка в четырех томах [2] и Русского семантического словаря Н. Ю. Шведовой [3], а также из словарей немецкого языка Duden-online Bedeutungswörterbuch [4] и Deutsches Universalwörterbuch 2007 [5] все существительные, толкования которых содержат названные имена или сочетания. Число таковых для русского языка составило 212, для немецкого – 272.

Для исследования семантической структуры предметно-признаковых имен существительных выявлялись и классифицировались типы информации, представленные в семантике отобранных языковых единиц.

Как уже говорилось выше, значению исследуемой группы имен присуще общее семантическое свойство: наличие информации об отсутствии у обозначаемого фрагмента действительности целостности и дискретности, а также о присутствии у него границ и выделенности. Кроме этого, семантика исследуемых существительных характеризуется рядом особенностей, которые определяются промежуточным статусом данных субстантивов между вещными и признаковыми именами и свидетельствуют о наличии закономерностей в организации семантики предметно-признаковых существительных, выявление которых стало целью данной статьи.

Одним из ведущих типов информации для исследуемых имен является информация о пространстве. Для ее подробного описания мы обратились к базовым моделям пространства, получившим название *топологической* и *димензиональной* [6; 7; 8], которые, согласно Д. Вундерлиху, репрезентированы в значении всех языковых единиц, т. е. являются универсальными [6, S. 13]. Далее мы опишем эти модели, как они представлены в диссертационном исследовании Л. А. Тарасевич [9]. Первая из моделей, топологическая, отражает членение пространства в значении языковых единиц по двум измерениям – внутри и снаружи. Основу второй модели – трехмерной, или димензиональной, – образует естественная ориентация человека в пространстве, согласно которой внеязыковая действительность членится по осям «верх – низ», «спереди – сзади», «слева – справа».

Анализ дефиниций отобранных нами существительных показывает, что в их семантике представлены обе модели: значительная часть имен получает толкование по расположению обозначаемых ими фрагментов действительности внутри, снаружи, сверху, снизу и т.д., например, *недра* – «глубины

Земли; то, что находится **под земной поверхностью**»; *die Hautwunde* – «Wunde **an der Oberfläche**, bei der vorwiegend die Haut verletzt ist» ‘кожная рана – **рана на поверхности**, при которой преимущественно повреждена кожа’, *das Kopfende* – «**oberes oder vorderes Ende**» ‘изголовье – **верхний** или **передний** конец’.

В ходе исследования выявлялось, какие из вышеназванных моделей получают преимущественную представленность в семантике исследуемых единиц. По мнению Л. А. Тарасевич, топологическая модель является базовой для семантики предлогов. Это значит, что все предлоги указывают на отношения либо внутри, либо снаружи [9]. Априори можно предположить, что топологические признаки должны входить также и в семантику всех анализируемых существительных, т.е. обозначаемые ими сущности находятся либо внутри, либо снаружи локализирующего их объекта. Это предположение нашло подтверждение в ходе дефиниционного анализа: в дефинициях почти всех имен (84, 20 % – в немецком и 82, 08 % – в русском языке) присутствуют наречия *внутри/снаружи*, конструкции с предлогами *в/под, на* (*под землей, в горе, на земле*), прилагательное *видимый*, косвенно указывающее на расположение снаружи. Как показало исследование, димензиональные признаки («верх– низ», «спереди – сзади», «слева – справа») в семантике единиц указанного типа представлены в гораздо меньшей степени: 17, 92 % субстантивов в русском языке и 15, 80 % – в немецком. Количественные данные по представленности топологических и димензиональных признаков в семантике исследуемых существительных даны в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Топологические и димензиональные признаки в семантике вещепризнаковых имен существительных в количественном соотношении

Признаки	Немецкий язык		Русский язык	
	Количество	%	Количество	%
Топологические	229	84, 20	174	82, 08
внутри	24	8, 83	20	9, 43
снаружи	205	75, 37	154	72, 65
Димензиональные	43	15, 80	38	17, 92
сверху	13		10	
снизу	8		9	
спереди	10		8	
сзади	5		6	
сбоку	7		5	
Итого	272	100	212	100

Как следует из приведенных в табл. 1 данных, в количественном плане преобладает группа существительных, в дефиниции которых эксплицитно представлен признак 'снаружи', а именно 'на поверхности'. 75, 37 % имен в немецком языке и 72, 65 % – в русском обозначают различные нарушения свойств поверхности. Например, *die Narbe* – «**auf der Hautoberfläche sichtbare Spur einer verheilten Wunde**» 'рубец – «видимый след на поверхности кожи от зажившей раны»'.

В семантике 8, 83 % существительных в немецком языке и 9, 43 % – в русском представлен компонент 'внутри'. Например, *die Grotte* – «*natürliche oder künstlich angelegte Felsenhöhle von geringer Tiefe*» 'грот – «природная или искусственно сделанная в скале пещера незначительной глубины»'. Тем самым данные нашего исследования подтверждают мысль Дж. Миллера и Ф. Джонсона-Лэрда (1976): то, что доступно для человеческого восприятия и имеет функциональную значимость, более подробно членится в языке [10].

На основе анализа дефиниций нами установлены и другие типы информации, репрезентированные в семантике исследуемых существительных. Оказалось, что они различаются у имен с компонентом 'внутри' и имен с компонентом 'снаружи'. Так, имена, обозначающие сущности, расположенные внутри физического объекта, включают в себя информацию о способе образования именуемого фрагмента, а именно: в результате целенаправленной деятельности человека (животного) или сил природы. Например, *нора* – «углубление под землей с одним или несколькими ходами наружу, **вырытое животным** и служащее ему жилищем»; *пещера* – «пустота в земной коре или горном массиве с выходом наружу, **образующаяся в результате действия подземных вод или вулканических процессов**».

В значение имен, обозначающих сущности, расположенные снаружи, входит более разнообразная информация. Помимо сведений о способе образования (деятельности человека и сил природы) семантика данных имен содержит информацию об особых характеристиках поверхности физических объектов (например, *остина* – «вмятина, **след на поверхности чего-л.**»). В немецком языке для обозначения различных характеристик поверхности выявлено 205 имен (75, 36 %), а в русском – 154 (72, 64 %). Эти имена, несмотря на кажущуюся разнородность, можно разделить на четыре группы в зависимости от характера изменений, а именно: 1) имена, обозначающие различные деформации поверхности с нарушением или без нарушения ее целостности; 2) имена, обозначающие изменение цвета поверхности; 3) имена, обозначающие движение на поверхности; 4) имена, называющие форму свойств поверхности физических объектов.

Наиболее многочисленны в обоих языках имена, обозначающие деформацию поверхности с нарушением ее целостности. Например: *der Schlitz* – «*offener, schmaler, länglicher Einschnitt in einem Kleidungsstück*»/'пропеха – **открытый**, узкий, длинный **разрез** в одежде'; *брешь* – «**пролом в стене, в корпусе корабля, пробоина**». Имена, обозначающие деформацию поверхности без нарушения целостности, представлены в меньшем количестве.

Например: *die Furche* – «[mit dem Pflug o. Ä. hervorgebrachte] linienmäßige Vertiefung im Boden» ‘бороздка – «**линейное углубление** в земле, образованное при вспахивании плугом или другим пахотным орудием»’.

Второе и третье места занимают имена, обозначающие изменение цвета (29 vs. 23) и движение на поверхности (11 vs. 6). Следует отметить, что в семантику этих групп имен входит темпоральный признак, т. е. они могут указывать на временные характеристики поверхности. Например, *die Welle* – «der aus der Wasseroberfläche sich **für kurze Zeit** hervorwölbende Teil bei bewegtem Wasser»» ‘волна – изгибающаяся вперед часть движущейся воды, которая образуется **на короткое время** из водной поверхности’.

Наконец, количество имен, обозначающих форму свойств поверхности физических объектов, в обоих языках незначительно. Их можно подразделить на три подгруппы: 1) линии (*die Kontur* – «Linie, durch die etw. begrenzt ist» ‘контур – «линия, посредством которой что-либо ограничено»’); 2) окружности (*der Kreis* – «gleichmäßig runde, in sich geschlossene Linie, deren Punkte alle den gleichen Abstand vom Mittelpunkt haben» ‘круг – «равномерно круглая, закрытая линия, все точки которой ровно удалены от центра»’); 3) точки (*точка* – «граница отрезка линии (в геометрии)»). Немногочисленность субстантивов этого разряда, вероятно, объясняется тем, что названные формы представляют собой лишь «геометрические образы (пространственные эталоны), с которыми сопоставляется и отождествляется актуальный перцепт и на базе которых происходит выделение и познание формы» [11].

Выявленные типы информации в семантике предметно-признаковых имен существительных и их количественное распределение в обобщенном виде представлены в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Количественное соотношение имен, обозначающих изменения характеристики свойств поверхности физических объектов

Имена, обозначающие	Немецкий язык		Русский язык	
	Количество	%	Количество	%
		205		154
деформацию поверхности, в том числе	150	73, 17	104	67, 53
с нарушением целостности	78		59	
без нарушения целостности	72		45	
изменение цвета поверхности	29	14, 14	23	14, 94
движение на поверхности	11	5, 37	6	3, 90
форму свойств поверхности физических объектов, в том числе	15	7, 32	21	13, 63
линии	8		15	
окружности	4		3	
точки	3		3	
Всего	205	100	154	100

Схематично основные типы информации, выявленные в семантике исследуемых существительных, отображены на рисунке.



Типы информации об обозначаемых фрагментах действительности в семантике предметно-признаковых имен существительных в немецком и русском языках

Перейдем к рассмотрению семантики существительных, включающих *димензиональные признаки*. Анализ показывает, что разные направления векторов *димензионального пространства* («сверху – снизу», «спереди – сзади», «слева – справа») *неравномерно представлены* в семантике предметно-признаковых имен существительных (табл. 3). Количественные данные свидетельствуют о том, что для немецкого и русского языкового сознания при членении *вертикально ориентированного пространства* приоритет отдается *верху*, а не низу, а при членении *горизонтальной* «спереди – сзади» – *фронтальной стороне*.

Т а б л и ц а 3

Димензиональные признаки в семантике немецких и русских  
предметно-признаковых имен существительных  
в количественном сопоставлении

Векторы	Немецкий язык		Примеры	Русский язык		Примеры
	Количество	%		Количество	%	
верх	13	30, 23	<i>der Pik, der Scheitelpunkt, der First, die Kopfseite, der Griffkopf, der Scheitel, das Kopfende, der Gebirgskamm, der Wipfel, der Kamm, die Oberseite, die Spitze</i>	10	26, 32	<i>верх, верхушка, изголовье, гребень, шапка, пик, вершки, наверхие, маковка, темя</i>
низ	8	18, 60	<i>die Unterseite, der Unterteil, der Sockel, die Sohle, der Boden, der Grund, der Unterlauf, der Unterland</i>	9	23, 68	<i>низ, дно, днище, низок, низовье, испод, цоколь, подошва, низина</i>
спереди	10	23, 26	<i>der Avers, die Bilolseite, der Vorderansicht, der Front, die Vorderseite, der Vorderteil, die Fassade, die Stirnseite, die Frontwand, der Vorderfront</i>	8	21, 05	<i>перед, аверс, фас, передок, фасад, торец</i>
сзади	5	11, 63	<i>der Revers, der Rücken, die Rückwand, die Kehrseite, die Hintererseite</i>	6	15, 79	<i>тыл, фон, реверс, рубашка, зад, задок</i>
сбоку	7	16, 28	<i>die Seite, die Seitenwand, der Seitenflügel, die Flanke, Stoß, der Flügel, die Bordseite</i>	5	13, 16	<i>крыло, стенка, бок, сторона, борт</i>
Всего	43	100		38	100	

Из табл. 3 видно, что данные имена обозначают не отклонения от нормы в строении физических объектов, как например, *дыра, щель, яма*, а участки этих объектов, определяемые по их расположению сверху – снизу, спереди – сзади, сбоку. В дефинициях этих имен содержится информация только о координатах расположения соответствующего участка. Как в немецком, так и в русском языке среди исследуемых нами единиц нет имен, дифференцирующих векторы полюсов горизонтали «слева – справа», имена типа *die Seite/бок, die Seitenwand/богт* обозначают данную горизонталь в целом без разграничения ее векторов.

Проведенное исследование показало, что в семантике существительных, обозначающих сущности, расположенные снаружи физического объекта, содержится больше информации, нежели в семантике существительных, обозначающих сущности, расположенные внутри. На наш взгляд, это объясняется зависимостью между сущностью репрезентируемого отношения и информацией о деятельностном опыте человека: то, что доступно для человеческого восприятия и имеет функциональную значимость, более подробно членится в языке. Следует также отметить и разнородность информации, содержащейся в семантике исследуемых существительных: деформации поверхности с нарушением или без нарушения ее целостности, изменение цвета поверхности, движение на поверхности, информация о форме свойств поверхности физических объектов. Обращает на себя внимание количественная асимметрия предметно-признаковых имен в немецком и русском языках. Выявление ее причин и особенностей членения пространства с помощью исследуемой группы субстантивов в немецком и русском языках станет задачей наших дальнейших исследований.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Никитин, М. В.* Курс лингвистической семантики / М. В. Никитин. – 2-е изд., доп. и испр. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. – 819 с.
2. *Словарь русского языка* : в 4 т. / Ин-т лингвист. исслед, Рос. акад. наук ; редкол. : А. П. Евгеньева (гл. ред.) и др. – 4-е изд., стер. – М. : Рус. яз. : Полиграфресурсы, 1999.
3. *Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений* : в 4 т. / Ин-т рус. яз. РАН. ; под общ. ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : Азбуковник, 1998. – Т. 3 : Имена существительные с абстрактным значением. Бытие. Материя. Пространство, время. Связи, отношения, зависимости. Духовный мир. Состояние природы, человека. Общество. – 720 с.
4. Dudenonline [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.duden.de>. – Дата доступа : 05.04.2016.
5. Duden, Deutsches Universalwörterbuch. – 6., überarbeitete und erweiterte Aufl. / hrsg. und bearb. von K. Kunkel-Razum. – Mannheim [u.a.], 2007. – 2016 S.
6. *Wunderlich, D.* Sprache und Raum / D. Wunderlich // Studium Linguistik. – 1982. – Т.1 : SL 12. – S. 1–19.



7. *Wunderlich, D.* Raumkonzepte. Zur Semantik der lokalen Präpositionen / D. Wunderlich // Nach Chomskysche Linguistik / hrsg. von Th. T. Ballmer, R. Posner. – Berlin : Gruyter, 1985. – S. 340–351.
8. *Wunderlich, D.* Raum und Struktur des Lexikons / D. Wunderlich // Perspektiven auf Sprache / hrsg. von G. Bosshardt. – Berlin : Gruyter, 1986. – S. 212–231.
9. *Тарасевич, Л. А.* Пространственные предлоги в немецком и русском языках: семантика и функционирование : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / Л. А. Тарасевич ; УО «Мин. гос. лингвист. ун-т». – Минск, 2016. – 284 л.
10. *Miller, G.* Language and Perception / G. Miller, P. N. Jonson-Laird. – Cambridge [et al.] : Cambridge Univ. Press, 1976. – 760 p.
11. *Топорова, В. М.* Диалектика абстрактного и конкретного в лексической семантике (на материале русских и немецких существительных, включающих сему форма) : автореф. ... дис. канд. филол. наук : 10.02.19 / В. М. Топорова ; Воронеж. гос. ун-т ордена Ленина. – Воронеж, 1992. – 16 с.

The article provides an analysis of the semantic structure of the substance-attribute nouns in the modern German and Russian languages; the types of information in the semantics of the substance-attribute nouns are identified; quantitative asymmetry in the semantics of the German and Russian substance-attribute nouns is detected; the objectives for the further research are outlined.

*Поступила в редакцию 23.04.2019*

## РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

С. С. Ключенович

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕТЕРМИНИРОВАННОСТЬ  
НОМИНАТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ  
И ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСАХ

В центре исследования находятся проблемы функционирования этнокультурно маркированных единиц номинации в современном медийном дискурсе. В статье рассматриваются вопросы, связанные с интерпретацией семантики конструкций, анализом их прагматики. Исследуются возможности преодоления лингвокультурного барьера при переводе.

По мнению В. А. Масловой, «лингвокультурологический анализ <...> помогает увидеть тот культурный фон, который стоит за единицей языка и который позволяет соотносить поверхностные структуры языка с их глубинной сущностью» [1, с. 11–12]. Схожую мысль высказывает Н. Д. Арутюнова: «присутствие человека дает о себе знать на всем пространстве языка, но более всего оно сказывается в лексике и синтаксисе – семантике слов, структуре предложения и организации дискурса» [2, с. 3]. Именно то, как выстраивается структура текста с учетом включения в него определенных единиц номинации, какая семантика закладывается в эти конструкции, каким воздействием на читателя они обладают, – все это является предметом рассмотрения в данной статье. В этом смысле важно понимать, что речь идет не только об «установлении национально-культурной специфики языковых единиц и текста, а о выявлении механизмов внедрения в языковой знак культурной информации, а также механизмов ее извлечения оттуда носителем языка» [1, с. 14].

В сфере политических реалий в процессе межъязыковой коммуникации могут возникать определенные лингвокультурные барьеры. Так, вряд ли узуальным будет переводческое соответствие *земельный политик* для немецкого *Landespolitiker*. В силу того что лексема *Land* подразумевает *Bundesland* ‘федеральная земля’, что представляет собой культурно-специфичное обозначение регионов административного деления ФРГ, то в качестве прагматически приемлемого для белорусской аудитории варианта перевода можно предложить *политик регионального уровня*. А вот *Kommunalpolitiker* можно даже назвать «ложным другом» переводчика. Ведь дословный перевод на русский язык абсолютно не приемлем, потому что подразумевается *политик муниципального уровня*.

Ввести в заблуждение может также и такой семантически емкий композит, как *Unionspolitiker*, применительно к политическим реалиям ФРГ. В отличие от *Unionsstaat Russland – Belarus* (Союзное государство России

и Беларуси) здесь такой полексемный перевод не допустим. Дело в том, что единственная партия Германии, в названии которой присутствует лексема *Union* ‘союз’ вместо *Partei* ‘партия’, – это ХДС. Поэтому переводческим соответствием для *Unionspolitiker* может быть, например, *политик от ХДС* или как вариант – *христианский демократ*.

Важно зафиксировать, что культурно-специфичная информация не сводится только к так называемым реалиям как безэквивалентной лексике. Сегодня в науке разрабатываются также вопросы, связанные с передачей культурно-специфичных смыслов номинативной единицы. В этой связи В. С. Виноградов говорит об «ассоциативных реалиях». Т.е. речь идет о тех смыслах, которые нашли «свое материализованное выражение в компонентах значений слов, в оттенках слов, в эмоционально-экспрессивных камертонах, во внутренней словесной форме и т.п., обнаруживая информационные несовпадения понятийно-сходных слов в сравниваемых языках» [3, с. 38]. А. О. Иванов говорит в таких случаях об «ассоциативных лакунах» [4, с. 9–11].

Рассмотрим в этой связи текстовый пример: *Bremens grüner Umweltsenator Ralf Fücks plant ein Öko-Stadtviertel... Das erste autofreie Wohnviertel Deutschlands soll in Bremen entstehen. ...* ([http://www.spiegel.de/thema/ralf\\_fuecks/dossierarchiv-2.html](http://www.spiegel.de/thema/ralf_fuecks/dossierarchiv-2.html)). Как видим, несмотря на кажущуюся формальную незамысловатость словосочетания *grüner Umweltsenator* становится ясно, что в семантической структуре слова *grün* актуализировано значение партийной принадлежности городского чиновника, т.е. его членство в партии зеленых, что, правда, проступает не с такой очевидностью, как в случае с полилексемными конструкциями *der Grünen-Politiker* или *der Vertreter der Grünen-Fraktion*. Верность нашей интерпретации ассоциативной семантики прилагательного *grün* подкрепляется также присутствием в приведенном текстовом фрагменте таких производных, как *Öko-Stadtviertel* ‘экоквартал’ и *autofrei* ‘свободный от автомобилей’. По сути, второй комплекс (*das autofreie Wohnviertel*) эксплицирует, в чем заключается экологичность нового района города – в запрете автомобильного движения.

Верность интерпретации ассоциативной семантики прилагательного *grün* подкрепляется также и первым компонентом композита *Umweltsenator* (*Umwelt* ‘окружающая среда’). На первый взгляд может показаться, что лексемы *grün* и *Umwelt* дублируют друг друга, одна из них как будто избыточна. Однако если первая репрезентирует политические взгляды, то вторая – сферу ответственности как одного из градоначальников Бремена. Интересно, что официальное название должности Ральфа Фюкса звучит следующим образом: *Senator für Stadtentwicklung und Umweltschutz*. Как видим, прагматика медийного текста (материал в немецком журнале «Шпигель») не располагала к тому, чтобы приводить полное название должности. Тем не менее содержательная канва текста предопределяет необходимость упоминания сферы его деятельности как чиновника. В итоге от двух комплексов *Stadtentwicklung* и *Umweltschutz*, представленных сращениями модели «субстантивная лексема + глагольная лексема», остается

лишь одна субстантивная лексема *Umwelt*, призванная обобщенно репрезентировать то направление, которое курирует Ральф Фюкс в городской администрации.

Журналисту было важно упомянуть также и том, почему это ответственное лицо «продвигает» определенные проекты, т.е. его партийную принадлежность. Однако модель *der Grünen-Politiker* не очень подходит для этой цели, потому что позиция первого компонента композита уже занята лексемой *Umwelt*. В силу этого автор текста решается на более сложное семантическое взаимодействие в рамках комплекса *grüner Umweltsenator*.

Ассоциативно-понятийная лакуарность наблюдаются и в следующем примере: *die schwarz-gelbe Regierungskoalition in Nordrhein-Westfalen* (<https://www.sueddeutsche.de/politik/nrw-schwarz-gelb-knirscht-1.3636159>). В партийно-политическом дискурсе ФРГ черный цвет может ассоциативно обозначать консерватизм (ХДС), а желтый – либерализм (СвДП). Сказанное позволяет констатировать, что в приведенном примере речь идет о правящей коалиции христианских и свободных демократов в земле Северный Рейн-Вестфалия.

Примечательно, что в этой же статье, точнее в ее заголовке, для обозначения той же коалиции используется еще более конденсированная единица номинации: *Schwarz-Gelb knirscht*.

Как видим, здесь уже формально представленными остались только названия цветов в их политико-ассоциативном значении, т. е. субстантивный компонент исходной конструкции (*schwarz-gelbe Koalition*) ушел в плоскость подразумевания, что в свою очередь знаменует следующий шаг в смысловой компрессии. Так, первый этап языковой экономии подразумевал параллельное ассоциирование каждой лексемы копулятивного композита с соответствующим референтом (политической партией), а второй этап – имплицирование предметно-понятийной семантики в силу элиминации лексемы *Koalition*. Описанный факт импликация подтверждается также частеречным преобразованием адъективного композита в субстантивный с целью автономизации его синтаксического статуса.

Текстовое развертывание открывает широкие возможности как для прямой терминологической номинации политических партий, так и для средств лексического иносказания благодаря использованию названий цветов политического спектра. Сказанное можно проиллюстрировать на текстовом примере: *Die Frankfurter Rathauschefin Petra Roth ignoriert Gespräche von CDU und SPD und favorisiert Schwarz-Grün*. Более того, в этой же статье, опубликованной в газете «Зюддойче цайтунг», используется и такая обобщающая формулировка: *Wenn es nach Petra Roth geht, wird die Main-Metropole bald parteipolitisch neu eingefärbt*. Именно наличие в семантической структуре номинаций цвета ассоциативных значений, символизирующих соответствующие партии Германии, стимулирует возникновение переносного значения у глагола *ein färben* ‘раскрасить’ применительно к такому объекту, как город, точнее, к городским органам власти.

Как видим, по сути, в данных примерах мы имеем дело с конденсацией семантики на ассоциативной основе, что определяет и особую прагма-коммуникативную нагрузку таковых номинаций в рамках медийного политического дискурса. А это в свою очередь ставит перед лингвистами и переводоведами со всей четкостью и однозначностью вопрос об актуальности «анализа языка с целью выявления в нем национально-культурной семантики» [5, с. 8].

В силу того, что ФРГ является активным игроком региональной и мировой политики, современный немецкий язык открыт также к инокультурным концептам.

Достаточно вспомнить преобразования в Советском Союзе, инициированные М. С. Горбачевым. Именно в этой связи такие лингвокультуремы (в терминологии В. В. Воробьева)<sup>1</sup>, как *гласность* и *перестройка*, не просто вошли в немецкий обиход, но и были освоены и приняты носителями немецкого языка. Приведем некоторые примеры такого включения в структуру немецкого текста: *die Phase der Perestrojka, vom Tauwetter zur Perestrojka, Perestrojka-Perspektiven, der Vater von Glasnost und Perestroika*. В некоторых случаях мы можем наблюдать, как автор текста наряду с реалией использует ее толкование: *Erst unter dem Einfluss von Gorbatschows Glasnost („Transparenz“) wurde es ...* ([www.europa.clio-online.de/essay/id/artikel-3191](http://www.europa.clio-online.de/essay/id/artikel-3191)).

Близкий случай можно наблюдать, когда польский депутат, давая интервью немецкой газете, использует прагматическую адаптацию с ориентацией на соответствующего читателя: *In meinem Land regelt ein Gesetz seit 11. März 2004 die Zusammenarbeit zwischen Regierung und Parlament. Es ermächtigt die beiden Parlamentskammern – Sejm und Senat –, die Tätigkeit der Regierung zu kontrollieren* (Das Parlament, 17.09.2012). Как видно из приведенного примера, депутат, используя в своей речи реалии из парламентской жизни Польши, предваряет их сначала нарицательным именем *Parlamentskammern* ‘палаты парламента’, которое является при этом гиперонимом для обеих культурно-специфичных номинаций.

Сфера экономики также предлагает множество этнокультурно маркированных номинаций. Так, уже издавна известные в немецком языке единицы лексики могут обретать новое значение в связи с возникновением новых реалий в обществе. Рассмотрим конкретный текстовый фрагмент. *Deutsche Unternehmen genießen international einen ausgezeichneten Ruf. Sie stehen für das Qualitätssiegel „Made in Germany“, für Innovation, Qualität und technischen Vorsprung. Neben bekannten „Global Playern“ prägen auch viele Weltmarktführer aus dem Mittelstand die industriegetriebene deutsche Wirtschaft.* (TüD). Слово *Mittelstand* ‘среднее сословие’ приобрело в современном экономическом дискурсе новое значение ‘средний бизнес, компании средних

---

<sup>1</sup> В лингвистических работах можно встретить разную терминологию применительно к данному явлению: *лингвокультурема* (В. В. Воробьев), *культурема* (В. Г. Гак), *информема* (В. В. Морковкин), *концепт* (Ю. С. Степанов, В. А. Маслова). Используется также термин *культурный концепт*.

размеров'. Верную интерпретацию семантического неологизма поддерживает также тематическая цепочка, включающая такие емкие в смысловом отношении комплексы, как *Weltmarktführer* 'лидеры мирового рынка' и *industrietriebene deutsche Wirtschaft* 'немецкая экономика, где ведущую роль играет промышленный сектор'.

Речевая практика немецкого экономического дискурса демонстрирует активное использование сокращений. Многие из аббревиатур передаются через транслитерацию: *BMW* – *БМВ*, *BASF* – *БАСФ*, *MAN* – *МАН*. И если с такими конструкциями, как *BMW* – *БМВ* проблем не возникает (аббревиатура произносится по буквам, как в немецком языке, с некоторой разницей в артикуляции), то *БАСФ* и *МАН* становятся в русской речевой практике акронимами (произносятся как единое целое) в отличие от немецкого, где аббревиатуры *BASF*, *MAN* произносятся побуквенно.

Тем примечательнее следующий случай, где наблюдается номинативная лакунарность. Так, широко распространенная в современном немецком языке аббревиатура *VW* не имеет прямого соответствия в русскоязычном экономическом дискурсе. Переводческим решением здесь может стать использование полного названия «Фольксваген», что и подтверждается речевой практикой русскоязычного экономического дискурса.

Аналогичным случаем вполне допустимо считать и буквенную аббревиатуру *Lkw* (< *Lastkraftwagen*) 'грузовой автомобиль'. Примечательно, что именно благодаря аббревиации открываются широкие возможности участия этого (исходно трехлексемного) знака в качестве первого компонента емких и вместе с тем компактных универбов (*Lkw-Produktion*, *Lkw-Fahrer*, *Lkw-Verkehr*, *weltweite Lkw-Nachfrage*).

Интересны также примеры, когда пословный перевод номинативной конструкции недопустим. В таких случаях необходима прагматическая адаптация на основе соответствующих фоновых знаний. Так, *Volkswagen-Gruppe* в русскоязычном дискурсе становится концерном «Фольксваген», *Helmholtz-Zentren* – исследовательскими центрами имени Гельмгольца, а *Eon Energie AG* – энергетическим концерном «Эон».

Трудности в плане верной интерпретации полилексемного производного могут возникать не только в силу самого словообразовательного акта, не только в силу снятия грамматических маркеров межкомпонентных смысловых отношений универба и, как следствие, перехода этих отношений на уровень импликации, но и в силу наличия так называемой национально-культурной семантики, т. е. некой информации, связанной с определенными реалиями или спецификой экономической жизни конкретного социума. Обратимся к такому производному, как *DAX-Konzerne*. Сама аббревиатура *DAX* расшифровывается как *Deutscher Aktienindex*, т. е. речь идет о важнейшем индексе деловой активности Германии, который рассчитывается на основе акций тридцати ведущих компаний страны, поэтому в качестве перевода для *DAX-Konzerne* можно предложить *крупные немецкие концерны / флагманы немецкой экономики*.

Еще одним подтверждением присутствия национально-культурной специфики может служить следующий пример: *Seit dem Sieg des europafreundlichen Emmanuel Macron bei der ersten Wahlrunde jagt der Dax von Rekord zu Rekord. Die Märkte haben sich klar auf einen Wahlsieg Macrons eingestellt. ... Der Pariser Leitindex CAC40 stieg um 1,1 Prozent auf den höchsten Stand seit mehr als neun Jahren* (<http://www.wiwo.de/finanzen/boerse/frankfurter-boerse-us-arbeitsmarktdaten-hieven-dax-auf-neuen-rekord/19762424.html>). Как видим, в данном фрагменте упоминается важнейший фондовый индекс Франции. Однако автор не просто приводит его название CAC40, оставляя читателя «наедине» с этой инокультурной «загадкой». Журналист идет на прагматическую адаптацию этой французской реалии для немецкого реципиента, вводя номинативную структуру нарицательного характера *Pariser Leitindex*. В качестве варианта перевода на русский язык можно использовать аналогичный подход: *Индекс ведущих французских компаний «КЭК-40» (CAC 40) вырос на 1,1%.*

Актуальность экономических вопросов для широких слоев населения, активное внимание к этой тематике со стороны немецких СМИ приводят к тому, что в процессе номинации экономических реалий используется механизм метафоризации. Рассмотрим это на конкретном текстовом материале: *Der Euro-Rettungsschirm ist ein währungspolitisches Instrument, das die finanzielle Stabilität im gesamten Euro-Währungsgebiet sichern soll* (<https://www.rtl.de/themen/.../euro-rettungsschirm-t9502.html>). Сам текстовый фрагмент производит в целом довольно строгое впечатление, поэтому метафоричность полисеманта *Schirm* ‘экран, козырек, зонтик, абажур’ ощущается не с такой уж однозначностью. Поэтому продолжим анализ текстовой выборки.

*Euro-Krise Bundesregierung will Dauer-Rettungsschirm früher aufspannen* ([www.spiegel.de](http://www.spiegel.de) › Wirtschaft › Staat & Soziales › Eurokrise 24/09/2011);

*Die Brüsseler Gipfelrunde will nicht nur den Rettungsschirm weiter aufspannen, sondern auch das wirtschaftliche Überleben Griechenlands...* (<https://www.sueddeutsche.de/politik/abstimmung-ueber-euro-rettungsschirm-merkel-wird-gestaerkt-nach-bruessel-fahren-1.1173369>).

Как видим на основании двух приведенных примеров, когда авторитетные немецкие периодические издания используют указанный неологизм с глаголом *aufspannen*, а порой еще и в сочетании с изображением раскрытого зонтика, тогда все сомнения относительного метафорического переноса исчезают. Примечательно, что в белорусских СМИ получила распространение нейтральная формулировка *европейский стабилизационный фонд*, а зачастую можно увидеть и такую компактную конструкцию, как *стабфонд ЕС*.

Не менее интересен и следующий пример лексического «долгожителя» *Währungshüter*, получившего широкое распространение в экономическом медийном дискурсе: *Traditionell gelten die Frankfurter Währungshüter als Anhänger einer eher zurückhaltenden Kreditvergabe des IWF...* (Financial Times Deutschland, 20.09.05). В данном контексте так иносказательно, и вместе с тем

метафорично, номинируется эмиссионный банк Германии (Бундесбанк). Само слово *Hüter* может означать ‘сторож, хранитель; пастух’, а исходный глагол *hüten* – ‘стеречь, охранять, оберегать, присматривать; пасти’. В качестве соответствия немецкому *Währungshüter* (если только, конечно, это не позиция ремы в высказывании, где можно предложить, например, вариант «гарант стабильности национальной валюты») в русскоязычных СМИ обычно встречается слово *регулятор*.

Результаты проведенного исследования позволяют сформулировать следующие выводы.

Такие сферы жизни социума, как политика и экономика, порождают немалое количество национально-культурно детерминированных единиц номинации. Культурно-специфичная информация не сводится только к так называемым реалиям как безэквивалентной лексике. На научную повестку дня выходят также вопросы, связанные с передачей культурно-специфичных смыслов номинативной единицы. Это означает, что наряду с предметно-понятийной лакунарностью возможны также ассоциативно-семантические лакуны. В таких случаях просто механическая подстановка лексем не обеспечит адекватности перевода, от переводчика требуется наличие фоновых знаний, касающихся соответствующего фрагмента внеязыковой действительности.

Чтобы обеспечить адекватность перевода, во многих случаях необходимо выполнить прагматическую адаптацию исходной конструкции с целью преодоления возникшего лингвокультурного барьера. Для этого переводчик может, например, вводить в свой текст дополнительные лексические единицы. Как правило, это будет нарицательное имя, призванное подготовить реципиента к восприятию некоторой реалии. Тем самым читателю предоставляется та часть фоновой информации, которая является релевантной для прагматически адекватного восприятия текста.

Языковая экономия может осуществляться благодаря разным «технологиям»: универбации, аббревиации, имплицированию предметно-понятийной семантики в силу элиминации лексемы в составе номинативного комплекса. Наряду с этим может иметь место конденсация этнокультурной информации в семантической структуре номинативных единиц, в том числе за счет ассоциативных, образно-метафорических значений, далеко не всегда получающих отражение в переводе, адресованном для представителей иной лингвокультуры.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Маслова, В. А.* Лингвокультурология. Введение : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / В. А. Маслова ; отв. ред. У. М. Бахтикереева. – 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Изд-во Юрайт, 2018. – 208 с.
2. *Арутюнова, Н. Д.* Введение / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, И. Б. Левонтина. – М. : Индрик, 1999. – С. 3 – 17.



3. *Виноградов, В. С.* Перевод: общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. – 2-е изд., перераб. – М. : КДУ, 2004. – 240 с.
4. *Иванов, А. О.* Безэквивалентное и неперебиваемое в переводе в свете современной лингвистической теории : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А. О. Иванов; Ленингр. гос. ун-т им. А. А. Жданова. – Л., 1984. – 19 с.
5. *Верещагин, Е. М.* Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Рус. яз., 1990. – 246 с.

The article focuses on the problems of functioning of ethno-culturally marked nomination units in the modern media discourse. The article treats of issues connected with semantics interpretation and pragmatics analysis of the constructions. Possibilities of overcoming the linguo-cultural barrier during translation are under study.

*Поступила в редакцию 15.04.2019*

## **И. В. Кратёнок**

### **К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КЛЮЧЕВЫХ ТЕРМИНОВ ФИНАНСОВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ (на материале современного английского языка)**

В статье рассматривается проблема выявления ядра и периферии терминов финансовой терминологии. Подчеркиваются необходимость и трудности решения данной проблемы. Предлагается ряд критериев для определения ключевых финансовых терминов: установление их идентификационной роли в лексикографических толкованиях, частотность в общем дискурсе и специальных текстах, деривационная активность и участие в построении составных терминов.

Одной из задач, подсказанной современным развитием лингвистики, является исследование терминологических областей с точки зрения разного статуса единиц, составляющих данную терминологическую область.

Еще А. И. Смирницкий в 1956 г. в своем труде «Лексикология английского языка» высказал мысль об основном ядре лексики, основном словарном фонде языка, без описания которого «нечего думать о действительной характеристике данной лексики, о выявлении ее существенных особенностей» [1, с. 6–7]. Его идеи получили свое дальнейшее развитие в работе Р. З. Гинзбург, Ю. Д. Апресяна [2; 3] и др., в которых делается существенный шаг в развитии концепции А. И. Смирницкого. Речь идет о выделении единиц активного словаря, который включает множество корневых слов, по преимуществу стилистически нейтральных, с развитой многозначностью, с интересными сочетаемостными свойствами и богатым лексическим миром, и обладает существенными функциональными отличиями по сравнению с пассивным словарем [3, с. 30]. В последнее время теория о разграничении активного и пассивного словаря разрабатывается

в исследовании А. Кротова, который подчеркивает необходимость установления лексико-семантического ядра лексической системы, а также определения минимального лексико-семантического ядра [4]. Данный тезис разделяется многими учеными, акцентирующими значимость выявления лексико-семантического ядра лексической системы и его конститuentов, поскольку именно к нему «обращаются носители языка при поиске формальных средств закрепления неких мыслительных сущностей, или конструкторов, или, следуя терминологии современных психологов, ментальных пространств, которые в возникших языковых знаках получают репрезентацию в виде их значений» [5, с. 84].

Мы поддерживаем тезис о том, что ключевые слова составляют лексико-семантическое ядро лексической системы и определяют саму структуру изучаемой области и ее членения. Знать ключевые слова важно при усвоении этой лексики, при ее формализованном описании. Характерная для всей лексической системы дифференциация ядра и периферии распространяется на любую ее подсистему, в том числе и терминологию.

Задача данной статьи – определить ключевые термины финансовой терминологии как одной из наиболее актуальных сфер человеческой деятельности, активно развивающейся и дающей богатый материал для исследования.

Современная финансовая терминология – многогранное и системное явление. Как и любая отраслевая терминология, она неоднородна с точки зрения терминов, которые в ней сосуществуют, определенным образом системно организована и систематизирована, семантически структурирована. Для нее характерен свой набор ядерных единиц, обозначающих некоторые понятия и отношения между ними. Поэтому для проведения исследований становится важным и необходимым выделить базовые, или ключевые, понятия, находящие выражение в терминологических единицах, которые имеют соответствующие семантические характеристики, будучи определяющими для данной терминологии и образуя в отличие от выводных, или периферийных, терминов иную по своей функциональной значимости группу.

Решение данной задачи связано, в первую очередь, с определением границ и объема данной терминологии. Установить объем финансовой терминологии чрезвычайно сложно, ведь рамки любой терминологии размыты и нечеткие. «Границы терминосистем являются условными, т.к. часто происходит миграция терминов из одних терминосистем в другие» [6, л. 41]. Финансовая терминология перекрещивается с экономической, терминологией банковского дела, экономического развития, венчурного финансирования, права, рыночных отношений, финансовых операций, маркетинга, менеджмента, статистики и др., что, в свою очередь, затрудняет процедуру отбора материала для исследования.

Одним из возможных решений проблемы установления границ той или иной терминосистемы является обращение к словарям, составители которых, включая определенные единицы в словник, уже тем или иным образом

решают проблему терминологического статуса слова. Нельзя сбрасывать со счетов и тот факт, что «до последнего времени словари в сущности остаются наиболее ценными и серьезными лексикологическими трудами» [7, с. 5–6].

Для определения границ и объема финансовой терминологии мы обратились к одному из наиболее авторитетных словарей по финансовой терминологии Oxford Dictionary of Finance and Banking (ODOFB) [8], включающему более 5 350 словарных статей. Его использование обусловлено также тем фактом, что в нем учитываются все аспекты финансовой жизни общества, начиная с личных финансов до международной финансовой деятельности, денежных рынков, частных инвестиций и правительственного финансирования. Здесь представлена наиболее частотная и новейшая терминология в сфере финансов и банковского дела, названия различных учреждений и финансовых мер, предпринимаемых после экономического кризиса 2008–2009 гг. Именно эти характеристики, а также то немаловажное обстоятельство, что авторами являются специалисты в сфере финансов и банковского дела, определили выбор данного словаря в качестве источника сведений о финансовой терминологии.

В отборе материала для решения поставленной задачи мы руководствуемся уже сделанными многими исследователями наблюдениями о том, что словарный состав терминологии включает преимущественно имена существительные [9; 10; 11; 12; 13]. Согласно объяснению, данному Б. Н. Головиным и Р. Ю. Кобриным, в терминологические словари включаются преимущественно имена существительные и именные словосочетания, так как они называют предметы, служащие основой коммуникативных процессов, обладают высокой частотностью в научно-технических и специально-профессиональных текстах [14]. Слова других частей речи являются либо структурными компонентами в составе терминов, либо становятся необходимыми в процессе определения понятия. Так, Р. Хайчук отмечает, что глаголы в терминологических словарях последовательно заменяются производными именами существительными. Прилагательные и причастные формы глаголов также подвергаются субстантивации. Собственно прилагательные и наречия используются в терминологии лишь для уточнения специальных понятий, обозначенных именами существительными или субстантивными словосочетаниями [15, с. 32]. Необходимо также указать на то, что преобладание терминов-существительных связано с высокой развитостью системы существительных в европейских языках и наличием неограниченных возможностей образовывать отглагольные существительные от основ прилагательных. Поэтому основной состав терминологического списка для этих языков вполне может быть исчерпан существительными [12, с. 5].

Финансовая терминология в английском языке в этом плане не исключение. По нашим наблюдениям, в словаре ODOFB термины-глаголы составляют только 0,1 %, а прилагательные – 0,3 %. Таким образом, существительные в финансовой терминологии в английском языке обладают

абсолютной номинативностью и покрывают практически все поле финансовой терминологии. Учитывая доминирующую роль субстантивных имен в терминологии, мы следуем широко принятой в лингвистических работах практике ограничения языкового материала только классом имен существительных.

Переходя к решению основной задачи, подчеркнем, что под *ключевыми словами* понимают лексические единицы, важные и показательные для отдельно взятой области знания, несущие основные идеи и понятия этой области, связанные друг с другом сетью семантических связей, наиболее употребительные и частотные наименования, которые, как правило, являются именами существительными [16; 17; 18; 19; 20; 21], будучи также социально значимыми словами (*socially prominent words*) [22], часто используемыми, полисемантическими, общепонятными. В лексикографии термин *ключевое слово* используется в работе над тезаурусами, обозначая те опорные слова, которые, как своеобразные нити, «связывают внутреннюю структуру тезауруса» [17, с. 152]. Думается, что эти же характеристики присущи и ключевым терминам в исследуемой нами финансовой терминологии.

Как правило, ключевые слова структурно просты, часто служат составными элементами многословных терминов, а также производящими базами для производных слов, например: *account* – *accountability* – *accountant* – *account day (settlement day)* – *accounting concepts (accounting principles)* – *accounting package (see business software package)* – *accounting period* – *accounting principles* – *accounting rate of return (ARR)* – *Accounting Standards Board (ASB)* – *account payee only* – *accounts* – *account payable (trade creditors)* – *accounts receivable (trade debtors)*; *loan* – *loan account* – *loanback* – *loan-backed* – *loan capital (borrowed capital; debt capital)* – *loan creditor* – *Loan Guarantee Scheme* – *loan note* – *loan-price ratio* – *loan quality* – *loan review* – *loan selling* – *loan stock*. Соответственно, ключевые термины финансовой терминологии в английском языке также надо искать среди однословных терминов финансовой терминологии. Определение однословных терминов стало первым шагом нашего исследования.

Проведенный структурный анализ финансовых терминов, включенных в словарь ODOFB, показал, что, во-первых, данная группа терминов в английском языке структурно неоднородна. Так, нами было выделено 2 группы терминов: однословные<sup>1</sup> (моноксемные, простые) и многословные (полилексемные, составные, неоднословные, многокомпонентные) [23; 24; 6; 25]. Общее количество однословных терминов составляет 1 475 единиц, т.е. 27,57 %, в то время как многословных 3 875 единиц, т.е. 72,43 %.

Моноксемные (однословные) термины также неоднородны и в свою очередь разделяются по следующим типам:

1) простые производные термины, например, *bank, bid, bill, debt, lien, money, etc.* – 455 единиц, или 30,85 %;

---

<sup>1</sup> Под однословными терминами в нашей работе понимаются моноксемные термины, форма которых равна одному слову.

2) производные термины, например, *beneficiary, convexity, monetarism, assessment, investment, dealer, etc.* – 444 единицы, или 30,1 %;

3) сложные термины, например, *Eurodollar, trademark, stockbroker moneylender, shareholder, pawnbroker, etc.* – 86 единиц, т.е. = 5,83 %.

4) однословные термины-аббревиатуры (*VAT, AMEX, IMF, LIBOR, SWIFT, etc.*) – 490 единиц, т.е. 33,22 %.

Результат проведенного структурного анализа однословных (моноксемных) терминов приводится в диаграмме (рисунок).

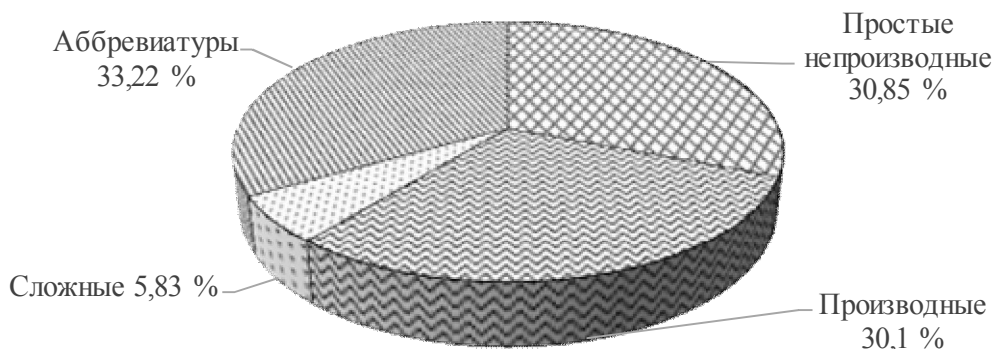


Рис. Моноксемные термины финансовой терминологии английского языка

В соответствии с критерием структурной простоты можно исключить из дальнейшего рассмотрения все производные, сложные и составные термины. Исключению подлежат и термины-аббревиатуры, поскольку аббревиатуры по своей сути репрезентанты многословных образований, возникающие для экономии. Будучи предельно экономичными, они при этом семантически емкие и сложные лексические единицы [26; 27].

Для определения частотности простых непроизводных терминов мы обратились к Британскому национальному корпусу (БНК) [28], который является тематически релевантным [29]. Чтобы сократить данные реестров, вслед за А. Н. Барановым, Л. А. Тарасевич, Е. И. Будниковой, мы применили критерий оценки репрезентативности корпуса данных, который составляет 2 600 релевантных контекстов для каждой лексической единицы [30; 31; 29, л. 62–64].

Для верификации полученных данных нами был взят подкорпус финансовых текстов, представленных как в печатных источниках [32], так и в Интернете [33; 34; 35; 36; 37]. Общий объем проанализированных текстов составил 23 000 словоупотреблений. Путем сплошной выборки были выбраны все простые непроизводные термины, встречающиеся в анализируемых текстах, подсчитана частота употребления каждого термина в каждом отдельно взятом тексте, а также проставлен индекс встречаемости выбранных терминов во всех текстах. Полученный в результате проведенного анализа список терминов с указанием их частотности и индекса встречаемости представлен в виде таблицы.

## Наиболее частотные термины финансовой терминологии в английском языке

Термин	Частотность (по Британскому национальному корпусу) словоупотреблений на миллион [28]	Индекс встречаемости в текстах
asset (n)	2018	71
bond (n)	2673	22
bid (n)	2926	7
currency (n)	3329	10
loan (n)	3714	8
wealth	3750	5
revenue (n)	4007	37
pension (n)	4402	5
debt (n)	5143	30
finance (n)	5324	11
fund (n)	5459	37
credit (n)	6881	12
budget (n)	7768	7
stock (n)	7812	69
cash (n)	7923	41
risk (n)	10281	20
income	11862	19
capital (n)	13006	32
account (n)	13288	12
issue (n)	14320	9
bank (n)	16846	72
rate (n)	18506	57
interest (n)	26515	15
market (n)	26769	104
money (n)	36031	26
company (n)	39326	154

Анализ выборки показал, что состав однословных терминов исследуемой терминологии не однороден. Ядро финансовой терминологии представлено как узкоспециальными терминами, т.е. обслуживающими только данную область, номинирующими финансовые и экономические понятия и показатели (*asset, bond, income, loan, revenue*), так и лексическими единицами, принадлежащими одновременно к широкой литературной и специальной сфере, детализирующими и разъясняющими эти понятия применительно к финансам и финансированию (*finance, company, market, risk, profit, income, cash*), которые характеризуются высокой частотностью как по БНК, так и по индексу встречаемости в анализируемых текстах. Данные термины составляют основной «массив» исследуемой терминологии и именуют основные,

базовые понятия финансов. Выделение данных групп терминов является условным, поскольку между ними нет четкой грани: термины второй группы со временем могут пополняться за счет первой, приобретая черты общепринятых терминов.

Опираясь на структурные и частотные характеристики термина, которые даны в БНК, мы определили те единицы, которые по заданным параметрам можно отнести к ключевым. Проверка правильности нашего выбора осуществляется путем установления их деривационной активности и, соответственно, степени их участия в построении составных терминов. Так, анализ показал, что финансовые термины находятся в различных типах словообразовательных отношений: они могут объединяться в деривационные ряды, словообразовательные парадигмы и словообразовательные гнезда (*market – marketable – marketing – unmarketable*; *bank – banker – banking – banknote, bid – bidder*; *account – accountability – accountant – accounting*). Также выбранные нами термины являются одним из компонентов составных терминов, образованных по самым различным моделям, например: N + N (*bid – bid price – bid rate*; *company – company auditor – company doctor – company formation*; *market – bear market – bull market*; *cash – cash management – cash budget – cash card*); A + N (*company – private company – statutory company*), V-ed + N (*company – incorporated company – unlimited company – chartered company – registered company*); N + Prep. + N (*debt – debt – debt-for-equity swap*; *market – market-to-book ratio*); N + N + N (*market – Market Risk Amendment – market risk premium – market segmentation theory*) и многим другим. Простые непроеизводные термины обладают наибольшими словообразовательными возможностями, могут образовывать от двух до пяти элементов [38, с. 14], а также участвуют в наиболее продуктивных моделях словообразования, что подтверждает значимость и важность таковых терминов в определенной терминосистеме.

Таким образом, исследование показало, что, хотя доля моноксемных единиц в исследуемой финансовой терминологии относительно небольшая (27,57 %), именно среди них имеет смысл искать термины, составляющие основу терминологии финансов английского языка. Полученные нами ключевые термины отражают разные стороны и специфические аспекты финансовой деятельности. Очевидно, что в их состав не входят простые непроеизводные термины, такие как названия различных организаций, учреждений, заимствованные термины из других языков, обозначающие организации и учреждения (*City, Bloomberg, bolsa, Börse, bourse, Bovespa, miqarada, murabaha, musharaka, zaibatsu, kappa*), которые играют значительную роль в финансовом мире, а также названия различных индексов (*delta, gamma, kappa, theta, vega, lambda*), названия валют и денежных знаков (всего 160 терминов, т.е. 2,99 %), не являющиеся частотными для данной терминологии.

Полагаем, что вышеописанная методика вполне применима для определения ядра любой терминологии.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Смирницкий, А. И.* Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1956. – 260 с.
2. Лексикология английского языка: учебник для ин-тов и ф-тов иностр. яз. / Р. З. Гинзбург [и др.]. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Высш. шк., 1979. – 269 с.
3. *Апресян, Ю. Д.* Об активном словаре русского языка / Ю. Д. Апресян // Русский язык сегодня. Проблемы языковой нормы. – М. : Азбуковник, 2006. – Вып. 4. – С. 27–47.
4. *Кретов, А. А.* Динамика и устойчивость в лексической системе славянских языков / А. А. Кретов, И. А. Меркулова // Динаміка та стабільність лексичних та словотвірних систем слов'янських мов : тематичний блок : XIV Міжнар. з'їзд славістів, Охрид, Респ. Македонія, 10–16 вересня 2008. – Київ, 2008. – С. 39–67.
5. *Харитончик, З. А.* Роль инноваций в организации лексической системы языка / З. А. Харитончик // В поисках сущности имен. Избранное : сб. науч. ст. – Минск : МГЛУ, 2015. – С. 82–88.
6. *Назаренко, Н. А.* Структурно-семантические и функциональные характеристики экономической терминологии (в рамках сегмента терминосферы «Рыночная экономика») : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Н. А. Назаренко. – Ставрополь, 2005. – 272 л.
7. *Смирницкий, А. И.* Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – Тула : ИПО «Лев Толстой», 1998. – 261 с.
8. A dictionary of finance and banking / ed.: J. Smullen, N. Hand. – 5th, rev. ed. – Oxford : Oxford Univ. Press, 2005. – 436 p. [ODOFB]
9. *Моисеев, А. И.* О языковой природе термина / А. И. Моисеев // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии : материалы совещ., провед. Акад. наук СССР в Ленинграде 30 мая–2 июня 1967 г. / АН СССР, Науч. совет по лексикологии и лексикографии, Ком. науч.-техн. Терминологии и др. ; отв. ред.: С. Г. Бархударов [и др.]. – М., 1970. – С. 127–139.
10. *Гринёв, С. В.* Введение в терминоведение / С. В. Гринёв ; Моск. гос. ун-т, Моск. пед. ун-т. – М. : Моск. лицей, 1993. – 309 с.
11. *Кияк, Т. Р.* Лингвистические аспекты терминоведения : учеб. пособие / Т. Р. Кияк. – Киев : УМК ВО, 1989. – 104 с.
12. *Ахманова, О. С.* О предмете и метаязыке учебной лексикографии / О. С. Ахманова, Л. В. Минаева // Словари и лингвострановедение : сб. ст. / под ред. Е. М. Верещагина. – М., 1982. – С. 5–11.
13. *Винокур, Г. О.* О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии / Г. О. Винокур // Тр. Моск. ин-та истории, философии и литературы. – М., 1939. – Т. 5 : Сб. ст. по языковедению / под ред. М. В. Сергиевского [и др.]. – С. 3–54.
14. *Головин, Б. Н.* Лингвистические основы учения о терминах : учеб. пособие для филол. специальностей вузов / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М. : Высш. шк., 1987. – 103 с.



15. *Хайчук, Р.* Основы создания терминологических словарей = Podstawy tworzenia słowników terminologicznych / Р. Хайчук, А. В. Зубов. – Белосток : Trans Humana, 2004. – 127 с.
16. *Вежбицкая, А.* Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая; пер. с англ. А. Д. Шмелёва. – М. : Языки слав. культуры, 2001. – 288 с.
17. *Караулов, Ю. Н.* Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю. Н. Караулов ; отв. ред. С. Г. Бархударов ; АН СССР, Ин-т языкознания. – М. : Наука, 1981. – 366 с.
18. *Лурия, А. Р.* Язык и сознание / А. Р. Лурия. – М. : Изд-во МГУ, 1979. – 319 с.
19. *Сахарный, Л. В.* Введение в психолингвистику / Л. В. Сахарный. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1989. – 184 с.
20. *Шехтман, Н. А.* Понимание речевого произведения и гипертекст / Н. А. Шехтман. – Оренбург : Изд-во ОГПУ, 2005. – 168с.
21. *Scott, M.* Patterns of Text: In Honour of Michael Hoey / M. Scott, G. Thompson eds. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2001. – vii+323pp.
22. *Williams, R.* Keywords / R. Williams [Electronic resource]. – Mode of access : [http://keywords.pitt.edu/williams\\_keywords.html#aboutrw](http://keywords.pitt.edu/williams_keywords.html#aboutrw). – Date of access : 01.02.2018.
23. *Чернышова, Л. А.* Отраслевая терминология в свете антропоцентрической парадигмы / Л. А. Чернышова. – М. : Изд-во МГОУ, 2010. – 206 с.
24. *Кондратьева, Т. С.* Лексико-семантические и деривационно-метаязыковые особенности терминосферы «Экономика – Рынок – Право» : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Т. С. Кондратьева ; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2001. – 18 с.
25. *Багова, С. Р.* Структурно-семантические и деривативные свойства экономической лексики : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С. Р. Багова. – Пятигорск, 1999. – 169 л.
26. *Харитончик, З. А.* Лексикология английского языка: учеб. пособие для ин-тов и ф-тов. иностр. яз. / З. А. Харитончик. – Минск : Выш. шк. 1992. – 228 с.
27. *Курило, Н. А.* Сокращения в современном английском языке: функциональный аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. А. Курило. – Минск, 2005. – 17 с.
28. *British National Corpus* [Electronic resource]. – Mode of access : <https://corpus.byu.edu/bnc>. – Date of access : 25.06.2018.
29. *Будникова, Е. И.* Значимость семантических компонентов в структуре лексического значения (на материале имен существительных современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. И. Будникова. – Минск, 2016. – 208 л.
30. *Баранов, А. Н.* Проблема репрезентативности корпуса данных (на примере политической метафористики) / А. Н. Баранов // Труды междунар.

семинара Диалог'2001 по компьютерной лингвистике и ее приложениям [Электронный ресурс]. – М., 2001. – Режим доступа : <http://www.dialog-21.ru/materials/archive.asp?id=6812&y=2001&vol=6078>. – Дата доступа : 15.09.2010.

31. *Тарасевич, Л. А.* Пространственные предлоги в немецком и русском языках: семантика и функционирование : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / Л. А. Тарасевич ; МГЛУ. – Минск, 2016. – 49 с.

32. *Shetty, Anand G.* Finance: An Integrated Global Approach / Anand G. Shetty, F. J. McGrath, I. M. Hammerbacher. – Burr Ridge : Irwin, 1995. – 600 p.

33. CNN [Electronic resource]. – Mode of access : <http://cnn.com>. – Date of access : 20.03.2018.

34. Economist [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.economist.com>. – Date of access: 20.03.2018.

35. Harvard Business Review [Electronic resource]. – Mode of access : <https://hbr.org/topic/finance>. – Date of access: 20.03.2018.

36. Investing.com [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.investing.com>. – Date of access: 20.03.2018.

37. Reuters [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.reuters.com>. <https://www.reuters.com>. – Date of access: 20.03.2018.

38. *Евстифеева, М. В.* Терминологическая система валютного рынка на современном этапе ее развития : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / М. В. Евстифеева ; Моск. гос. обл. пед. ин-т. – М., 2007. – 23 с.

The article deals with the identification of the core and periphery of financial terms. A number of criteria to define financial key terms are proposed: definition of their role in lexicography definitions, frequency of their use in general and specific discourse, derivative activity and role in the formation of compound terms.

*Поступила в редакцию 04.06.2019*

**Л. Г. Крот**

## АНГЛИЙСКАЯ ТОПОНИМИЯ В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

В статье ставится задача определить историко-культурологические и мотивационные параметры топонимических номинаций английского языка. Выявлены этимологические и структурно-словообразовательные особенности английских топонимов. Проанализированы фундаментальные принципы этимологии географических названий, имеющих одинаковую форму, но различное происхождение. Вскрыты причины, осложняющие толкование значения топонимов. Рассмотрены трансформационные и деривационные возможности английской топонимической лексики.

На основе полученных данных обосновывается вывод о том, что многие топонимы утратили свое первоначальное значение. Явление утраты внутренней формы слова характеризуется в русле функциональной трактовки языковой системы.

Лингвокультурологический подход, исследующий взаимосвязь языка и культуры, признается одним из актуальных направлений в лингвистике

и соответствует современным тенденциям развития научного познания. Тесное взаимодействие языка и культуры в культурно-национальном самосознании и его языковой презентации, их взаимовлияния и взаимосвязи находятся в центре внимания лингвокультурологии. С этой точки зрения язык как специфическое и уникальное явление понимается нами как система концептов, отражающих представление о мире, совокупность которых составляет языковую картину мира.

Имена собственные как средства выражения служат ценным источником культуры народа, его менталитета, сохраняя культурно-историческую информацию, содержащуюся в ономастиконе. Жизнь человека тесно связана с различными местами, которые обозначаются с помощью особых слов – географических названий, или *топонимов* (от греч. *topos* ‘место’ и *онома/опута* ‘имя, название’) [1, с. 515]. Изучением географических названий, выявлением их своеобразия, историей возникновения и анализом изначального значения слов, от которых они образованы, занимается топонимика – одна из отраслей языкознания.

Трудно представить себе современный мир без географических имен. Каждый топоним несет разнообразную информацию: географическую, лингвистическую, историческую, так как географические названия – это результат исторических условий эпох, когда они возникали, формировались и распространялись в тех или иных странах. Большой вклад в развитие топонимики внесли А. В. Суперанская [2], Э. М. Мурзаев [3], Р. З. Мурясов [4], В. А. Никонов [5], Н. К. Фролов [6], Л. В. Успенский [7], А. И. Уразметова [8] и др.

Ученые разных стран мира анализируют топонимические имена в разных аспектах: теоретическом, концептуальном, культурологическом, историческом, этимологическом, прагматическом и т.д. В качестве дискуссионных традиционно обсуждают вопросы терминологии, языковых контактов и влияний на разных языковых уровнях; проблемы языковых универсалий и национального компонента в географических названиях. Несмотря на длительную историю исследований и наличие большого количества трудов, посвященных изучению топонимов, все еще остается множество проблем, затрудняющих толкование топонимов, спорных вопросов, связанных с определением источников топонимов и требующих к себе более пристального внимания не только со стороны лингвистов, но и историков.

Цель настоящей работы заключается в выявлении структурных, этимологических, мотивационных особенностей топонимической лексики английского языка и изучении ее культурного компонента на материале 116 топонимов Великобритании, полученных из топонимических словарей [9], справочников, карт, атласов и интернет-ресурсов. Дополнительную актуальность работе придает тот факт, что объектом исследования выступает проблема динамизма внутренней формы слова.

Под топонимом обычно понимают обозначающее название географического объекта имя собственное. В лингвистике данное понятие изучается

с различных сторон: во-первых, как элемент определенной топонимической системы в его отношении с другими топонимами, во-вторых, в системе языка в целом, в его отношении с другими языковыми единицами [2, с. 35]. Топонимы представляют собой языковые знаки естественного языка, обозначающие определенные фрагменты топографического пространства и образующие систему, называемую топонимической системой (топонимикой), под которой в данном исследовании понимается вся совокупность топонимических номинаций территории. Исходя из этого можно заключить, что значения единиц этой системы, т.е. топонимы, так же сложны, как и значения имен нарицательных, поскольку они обладают всеми типами отношений, как и значения последних.

Несмотря на значительную степень языкового варьирования топонимов в пределах одного территориального варианта, эти единицы языка образуют комплекс взаимосвязанных элементов, обладающих рядом структурно-семантических связей, которые его отличают от аналогичных в других территориальных вариантах и языках. При этом топонимическая система языка характеризуется не только его внутренними особенностями, но и внешними факторами, такими как территориальная, этнокультурная, историческая и хозяйственно-экономическая идентичность.

Семантическая специфика топонимических номинаций состоит в том, что наряду с номинацией объектов эти имена собственные отражают, запечатлевают и сохраняют в себе социальные и исторические факторы развития общества, привнося идеологические послания из прошлого в настоящее. Эти номинации образуют своего рода «символические памятники», которые имеют большое влияние на национальную память. Каждый топоним рассматривается как результат познавательной деятельности человека, устанавливающей связи между различными сущностями в окружающем его мире и выражающей эту связь в создаваемом наименовании. Кроме того, в топониме прослеживается и другой тип связи, а именно между субъектом и объектом топонимического наречения.

Согласно структурной (морфологической) классификации топонимы делятся на *простые, производные, сложные и составные*. Простые топонимы (6,6 %) значительно уступают по количеству сложным и составным, а их этимологизация во многом невозможна, так как многие названия перешли из других языков и воспринимаются как чистая основа. К простым наименованиям можно отнести топонимы типа *Comb, Barrow, Down, Stall, Moor* и др. Более распространенными в количественном отношении являются производные топонимы (14,5 %), образованные при помощи аффиксов: *Stanton, Kingston, Birmingham, Scarborough* т.д. Наиболее многочисленны (52,6 %) сложные топонимы, состоящие, как правило, из двух морфем: *Blackpool, Brentside, Wallingwells, Whitbarrow* и т.д. Составные топонимы представляют собой словосочетания, состоящие из двух и более частей, и достигают 26,3 % единиц от общего количества, например: *Cold Harbour, Standing Stone, Barton under Needwood, Black Notley* и др.

Диахронически производные топонимы подразделяются на три основные группы: произошедшие 1) от названия рода, жителей, племени или народности, проживающих на этой территории, 2) от вида жилища или местообитания, 3) от топографического термина.

Топонимы первой группы наименее распространены в британской топонимической системе, например, графство *Essex* значит 'территория восточных саксов' (OE<sup>1</sup> *east* + *Seaxe*), а графство *Sussex* – 'территория южных саксов' (OE *suth* + *Seaxe*). Во второй группе наиболее широко представлены топоформанты англосаксонского происхождения: *tūn* 'огражденная земля, ферма, деревня', например, *Ariton* 'Farmstead on the river Aire. Old river name + *tūn*'; *hām* 'ферма, деревня, поместье, имение', например, *Akenham* 'homestead of a man called Aca. OE pers. name + *hām*'; скандинавского происхождения: *bý* 'усадьба, деревня, поселение', например, *Barrowby* 'farmstead or village of the hill(s)'. OScand<sup>2</sup>. *berg* + *bý* и др. Третья группа объединяет элементы, представляющие собой топографические названия (река, озеро, брод, гора, хребет, поле, роща и т.д.). Самыми продуктивными среди топоформантов такого типа являются англосаксонские элементы: *ford* 'брод, пересечение реки', к примеру, *Dunsford* 'Ford of a man, called Dun'. OE pers. name + *ford*; *feld* 'открытая местность, земля', например, *Dronfield* 'open land infested with drones'. OE *dran* + *feld*; *worth*, *worthig(n)* 'огражденные обширные земли', например, *Cornworthy* 'enclosure frequented by cranes, or where corn is grown'. OE *corn* + *worth*, *worthig* и др.

Таким образом, анализ исследуемого материала позволяет заключить, что наиболее заметный след в британской топонимии оставило завоевание Великобритании германскими племенами, так как топонимы англосаксонского происхождения, по данным нашего исследования, самые многочисленные и распространенные, хотя в топонимической системе данного региона содержатся элементы, которые берут свои корни из языков по крайней мере пяти различных народов – кельтов, римлян, англосаксов, скандинавов и французов. Все они внесли свой вклад в топонимию страны и сделали английские топонимы такими, какими они являются сегодня.

Любой топоним можно охарактеризовать по типу обозначаемого им объекта или с точки зрения морфологической структуры, однако его толкование может быть затруднено по нескольким причинам, речь о которых пойдет ниже.

Во-первых, может произойти утрата мотивации наименования. Если признак, по которому дано то или иное название не вскрывается, то объяснение значений некоторых топонимов может быть затруднено. Так, существуют названия, изначально относившиеся к ландшафтным особенностям, таким как река или холм, но исчезнувшим к нашему времени. Например, в названии города *Whichford*, или *Watford*, присутствует элемент *ford*, означающий реку, но ее местоположение давно не известно.

---

<sup>1</sup> OE – Old English.

<sup>2</sup> OScand – Old Scandinavian.

Во-вторых, возможна ошибочная замена одних элементов другими по причине внешнего сходства. Такие элементы топонимов, как суффиксы *den* ‘долина’ и *don* ‘холм’, пришедшие из староанглийского языка, иногда теряют изначальное значение. Например, города *Croydon* ‘расположенный в долине’ и *Willesden* ‘находящийся на холме’ должны были бы иметь названия *Croyden* и *Willesdon*.

В-третьих, толкование топонима может быть затруднено, если его элементы многозначны. Элементы *wich* и *wick* имеют несколько значений. В основном суффиксы *wich/wick/wyke* указывают на ферму или поселение. В частности, название города *Keswick* переводится как ‘поселение, в котором изготавливают сыр’. Однако суффикс *wich* также имеет связь с латинским словом *vicus* ‘торговый пост’. На побережье же суффикс *wick* часто имеет норвежское происхождение и обозначает бухту или залив (город *Lerwick*).

В-четвертых, порядок элементов может также служить причиной, затрудняющей толкование топонимов. В топонимах германской группы языков, а следовательно в староанглийских и древнескандинавских, основной элемент обычно стоит в конце после его модификатора. Например, староанглийский топоним *Elmswell* ‘город’ можно разделить на составляющие элементы *elm* + *well*, где *well* – основной элемент, обозначает основной объект и имеет значение ‘колодец, источник родника’, а *elm* – его модификатор, имеет значение ‘вяз’ и служит определением к основному объекту; общее значение топонима – ‘колодец под вязом’. В кельтских же топонимах в основном обратный порядок: элемент, обозначающий главный объект (холм, долину, ферму и т.д.), стоит первым. Так, в топониме *Aberdeen* ‘город’ основным элементом является *aber* ‘устье реки’, а общее значение топонима – ‘устье реки *Dee*’.

В-пятых, иногда понять содержание топонима мешает ложная этимология. Нередко, закрепившись в языковой традиции, ее результат находит отражение в орфографическом облике слова. Это может быть вызвано тем, что новые жители произносят уже существующие названия согласно своему стилю произношения невзирая на первоначальное значение топонима. Таким образом, староанглийский топоним *Scipeton*, имеющий значение ‘овечья ферма’, в современном английском имел бы форму *Shipton*, но вместо этого преобразовался в *Skipton*, поскольку староанглийский элемент *sc*, который произносится как *sh*, часто воспринимался и произносился как древнескандинавский элемент *sk*, несмотря на то, что древнескандинавское слово, обозначающее овцу, было совершенно другим.

В-шестых, затрудняет толкование топонимов обратное словообразование, то есть процесс, при котором названия производятся друг от друга в направлении, обратном ожидаемому. Зачастую река с устаревшим и забытым названием переименовывается в честь города, стоящего на ее берегах, а не наоборот. Например, в результате этого процесса река, протекающая через город *Rochdale*, получила название *Roch*.

Как видим, хронологический анализ ранней топонимии зачастую наталкивается на ряд непреодолимых препятствий. Учет всевозможных факторов, которые влияли в течение столетий и даже тысячелетий на топо-

нимику региона, в том числе неоднократные заимствования, сопровождающиеся закономерными фонетическими и морфологическими изменениями, чрезвычайно сложен. Топонимия определенного региона является элементом системы, которая образует географические названия по определенным моделям в хронологической последовательности. Топономинации могут быть правильно истолкованы только после тщательного исследования их происхождения, с учетом их раннего написания, а также лингвистических, исторических и географических факторов.

Эти фундаментальные принципы этимологии географических названий особенно очевидно иллюстрируются названиями, которые обладают одинаковой формой, но различным происхождением, например, номинация *Broughton* встречается на карте Великобритании несколько раз и имеет как минимум три различные этимологии: *brook farmstead* ‘усадьба у ручья’, *hill farmstead* ‘усадьба на холме’, *fortified farmstead* ‘укрепленная усадьба’. Только восстановление ранних форм топонима позволяет определить его первоначальное значение.

Действие внеязыковых и языковых факторов отражается в трансформациях топонимических структур (фонетической, морфологической, синтаксической и семантической), проявляющихся в таких изменениях, как утрата, добавление, замещение элементов номинаций либо комбинации этих изменений, например : утрата фонем *Denestone* → *Denstone*, утрата морфем *Simplingham* → *Shimpling*, утрата лексем *La Rededich* → *Redditch*, добавление морфем *Dolling* → *Dollingstone*, добавление лексем *Garvellan* → *Garvellan Rocks*; замена фонем *Dodinctan* → *Diddington*, замена морфем *Gravesham* → *Gravesend*, замена лексем *King’s* → *Queensferry*. В процессе своего исторического развития топоним может также претерпевать как добавление, так и утрату : *Berwardeston* → *Burnstounnes* → *Borrowstonness* → *Bo’ness*.

Как видим, многие формы и значения топонимов были искажены или утеряны по прошествии лет из-за изменений, произошедших в языке и культуре и приведших к исчезновению многих первоначальных названий. Правомерно предположить, что без первоначальной мотивированности словесные знаки возникнуть не могут – внутренняя форма хотя бы исторически присуща любой лексической единице, но генетически не может сохраняться в слове, и в процессе своей эволюции в силу различных причин тенденция к произвольности языкового знака расшатывает былую мотивированность лексической единицы. С диахронической точки зрения превращение мотивированного знака в немотивированный представляет собой процесс качественного преобразования языковой единицы. Он может быть представлен в виде некой цепи трансформаций определенных языковых состояний, последовательно сменяющих друг друга на оси непрерывного развития языкового знака.

Следовательно, с точки зрения синхронии в рамках теории мотивации явление утраты внутренней формы слова может быть рассмотрено как момент его развития, а в диахронии – как одна из ступеней в общем развитии языкового знака.

Таким образом, комплексное исследование топонимической лексики английского языка может быть продолжено изучением соответствующих систем других территориальных вариантов, например, Австралии, Новой Зеландии, Канады, что позволит выявить этнокультурную специфику топонимических пластов английского языка.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Лингвистический энциклопедический словарь / под. ред. В. Н. Ярцевой . – М. : Сов. энцикл., 1990. – 683 с.
2. Суперанская, А. В. Что такое топонимика? Из истории географических названий / А. В. Суперанская. – М. : ЛИБРОКОМ, 2011. – 178 с.
3. Мурзаев, Э. М. География в названиях / Э. М. Мурзаев. – М. : Наука, 1995. – 303 с.
4. Мурясов, Р. З. Топонимы в системе языка / Р. З. Мурясов // Вестн. Башкир. ун-та. – Уфа, 2013. – Т. 18. – № 3. – С. 733–762.
5. Никонов, В. А. Введение в топонимику / В. А. Никонов. – 2-е. изд.– М. : Изд-во ЛКИ, 2011. – 184 с.
6. Фролов, Н. К. Топонимика и этнотопонимика : в 2 т. / Н. К. Фролов. – Тюмень : Тюмен. гос. ун-т, 2005. – Т. 2: Избранные работы по языко-знанию. – 520 с.
7. Успенский, Л. В. Загадки топонимики / Л. В. Успенский. – СПб. : Издат. центр «Зебра Е», 2010. – 305 с.
8. Уразметова, А. И. Английская топонимика как лексическая подсистема (на материале топонимической лексики Великобритании и США) : автореф. ... д-ра филол. наук : 10.02.04, 10.02.19 / А. И. Уразметова. – Уфа, 2016. – 38 с.
9. Mills, A. D. A Dictionary of English Place Names / A. D. Mills. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1981. – 388 p.

The article deals with the etymological peculiarities of English toponyms. The loss of toponyms' original meaning is in focus. Social factors and historical processes, causing changes in the structure of toponyms, are taken into consideration.

*Поступила в редакцию 29.04.2019*

**Н. И. Манько**

### КОММУНИКАТИВНО-ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОСТЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (на материале французского языка)

Статья посвящена выявлению коммуникативно-интенционального потенциала моно- и полипропозитивных простых неосложненных предложений, репрезентирующих элементарные признаковые ситуации, в современных франкоязычных художественных текстах. Установлено, что порождение таких предложений вызвано двойственным характером



интенции адресанта – поверхностной и глубинной. Поверхностная интенция состоит в сообщении адресату о наличии у носителя динамического признака, о котором ему не было известно ранее. Ситуативная значимость динамического признака предопределяет глубинную интенцию адресанта: экспликативную, аргументативную, директивную и дескриптивную.

Моно- и полипропозитивные простые неосложненные предложения, репрезентирующие элементарные признаковые ситуации, передают максимальный объем информации минимальными языковыми средствами. Лако-ничность средств выражения при семантической емкости высказывания детерминирована принципом языковой экономии – стремлением достичь равновесия между потребностью адресанта реализовать свою коммуникативную установку (интенцию) и инерцией памяти и органов речи [1, с. 190]. Вместе с тем порождение таких предложений требует определенных затрат умственной энергии и интеллектуальных усилий. Адресант выбирает модель построения простого неосложненного предложения (моно- или полипропозитивного) с учетом самостоятельности динамического признака (*Elle est furieuse* ‘Она в ярости’) или его значимости в момент действия (*Elle est rentrée furieuse* ‘Она вернулась в ярости’).

Семантический анализ моно- и полипропозитивных простых неосложненных предложений показал, что содержание элементарной признаковой ситуации формируется восемью динамическими признаками носителя, значимыми в определенный момент времени: *эмоциональное состояние* (чувства), *физическое состояние* (возраст, состояние здоровья), *внешний вид* (цвет, размер или форма части тела, прическа, детали одежды), *психологические особенности личности* (отношение к миру и окружающим), *количество носителей признака* (один или несколько), *положение носителя в пространстве* (поза), *личные предпочтения субъекта, связанные с объектом-носителем признака* (одобрение вкусовых качеств продукта питания или напитка, внешнего вида одушевленного лица), *посессивные возможности субъекта* (нахождение некоторого объекта в распоряжении субъекта). Однако в коммуникативной ситуации акцентирование того или иного динамического признака служит для достижения разных интенций адресанта.

В ходе проведенного нами исследования выделены *поверхностные* и *глубинные* интенции адресанта моно- и полипропозитивных простых неосложненных предложений. *Поверхностная интенция* адресанта состоит в сообщении адресату информации о динамическом признаке носителя, о котором ранее ему не было известно. Поверхностная интенция является универсальной и неизменной для всех моно- и полипропозитивных простых неосложненных предложений. *Глубинная интенция* адресанта возникает в конкретной коммуникативной ситуации и объединяет, как правило, несколько высказываний одного и того же адресанта в пределах одной или нескольких реплик.

Во франкоязычном художественном тексте мы дифференцируем *экпликативную, аргументативную, директивную* и *дескриптивную* глубинные интенции адресанта. *Экпликативная* *глубинная интенция*

определяется нами как намерение адресанта пояснить нестандартную для адресата ситуацию. Основанием для осмысления адресатом некоторой ситуации как нестандартной является отсутствие у него знания о ситуативно значимом – динамическом – признаке носителя.

Рассмотрим коммуникативную ситуацию, субъектами которой являются комиссар полиции Ван Ин и мать Карины:

(1) – *Ma fille a mal tourné, commença-t-elle. Elle est tombée enceinte très jeune*<sup>1</sup>. *C'est pas facile, savez-vous, d'avoir un enfant à dix-huit ans. Quel joli bébé c'était, la petite Sophie* 'Моя дочь плохо кончила, – начала она. – Она забеременела в очень юном возрасте. Знаете ли, непросто стать матерью в 18 лет. Каким красивым младенцем была малышка София'.

*Suivit une triste histoire qui prit le commissaire à la gorge* 'Последовала грустная история, от которой у комиссара перехватило дыхание' (P. Aspe) (здесь и далее перевод наш. – Н. М.).

В полипропозитивном простом высказывании мать сообщает, что дочь очень рано забеременела. Это сообщение является для комиссара полиции ранее неизвестной информацией, но не становится самоцелью высказывания: мать стремится пояснить комиссару причины, по которым жизнь ее дочери не сложилась (*Моя дочь плохо кончила*). Таким образом, в данной коммуникативной ситуации порождение информативного высказывания (*Она забеременела в очень юном возрасте*) обусловлено намерением матери реализовать экспликативную глубинную интенцию. Эмоциональная реакция комиссара (у него от рассказа матери перехватило дыхание) указывает на достижение субъектами взаимопонимания.

Аргументативная глубинная интенция реализуется при несовпадении точек зрения субъектов коммуникации на некоторое положение дел и состоит в убеждении адресата изменить свое мнение.

В следующей коммуникативной ситуации принимают участие Мадам Кляйн и ее дочь Лорен. Женщины спорят о мужчине, который навещал Лорен в больнице:

(2) – *Je ne sais pas qui était ce type qui venait te voir à l'hôpital. Il était gentil, très poli, sans doute un patient qui s'ennuyait, heureux d'être là* 'Я не знаю, что за мужчина навещал тебя в больнице. Он был любезен и очень вежлив; скорее всего, заскучавший пациент, который был рад там оказаться'.

– *Les patients ne se promènent pas dans les couloirs de l'hôpital habillés d'une veste en tweed. Et puis j'ai contrôlé la liste de tous les gens hospitalisés dans cette aile du bâtiment à cette période, aucun ne lui correspondait* 'Пациенты не разгуливают по больничным коридорам в твидовых пиджаках. И я проверила список тех, кто находился на стационарном лечении в этом крыле здания в тот период, ни один не подходит'.

– *Tu es allée vérifier une chose pareille? Ce que tu peux être têtue!* 'Ты проверила подобную вещь? До чего же ты бываешь упряма!' (M. Levy).

---

<sup>1</sup> Здесь и далее нами разрядкой выделены моно- и полипропозитивные простые неосложненные предложения.

Наличие у незнакомца в больничном коридоре твидового пиджака обуславливает, по мнению Лорен, невозможность его идентификации как пациента, которого обычно отличают халат и тапочки. Сообщая о не свойственном пациенту внешнем виде и уточняя, что пациента, похожего на незнакомца, не было в больнице в то время, Лорен опровергает предположение матери. Мать принимает доводы дочери, но проблемная ситуация остается без логического завершения: женщины не смогли установить личность незнакомца.

Директивная глубинная интенция адресанта состоит в побуждении адресата совершить действие, отказаться от его совершения или же испытать соответствующую коммуникативной ситуации эмоцию.

Следующий диалог происходит в хосписе для онкологических больных. Натан, видя умиротворенное лицо умирающего, спрашивает врача о причинах его спокойствия:

(3) – *Vous connaissez la maxime : « Tu cesseras de craindre si tu as cessé d'espérer » ? Eh bien, elle s'applique ici : la peur de la mort diminue lorsqu'on en a fini avec les projets* ‘Вам знакомо следующее изречение «Ты перестанешь бояться, когда перестанешь надеяться»? Так вот, здесь оно применяется: страх смерти уменьшается, если ты перестал строить планы’.

– *Comment peut-on ne plus rien attendre ?* ‘Как можно уже ничего не ждать’.

– *Disons que Gil n'attend qu'une dernière chose, répondit le médecin. Mais ne vous y trompez pas ! Tous les mourants ne partent pas aussi apaisés que lui. Nombreux sont ceux qui meurent en colère, totalement révoltés contre leur maladie* ‘Скажем, Джил ждет только одного, – ответил врач. – Но не заблуждайтесь! Не все умирающие уходят умиротворенными. Многие умирают в ярости, абсолютно возмущенные своей болезнью’.

– *Ceux-là, je les comprends mieux, affirma Nathan* ‘Этих я понимаю лучше, – сказал Натан’ (G. Musso).

Пожилой врач, много лет проработавший в хосписе и знающий разные типы пациентов, поясняет Натану причину умиротворенности мужчины, спокойно доживающего отведенный ему срок (*Джил ждет одного*). Но он предупреждает Натана, что не все пациенты принимают свою скорую кончину (*Многие умирают в ярости, абсолютно возмущенные своей болезнью*). Полипропозитивное простое высказывание (*Не все умирающие уходят умиротворенными*) взаимодействует с предшествующим побудительным высказыванием (*Но не заблуждайтесь!*) и реализует директивную глубинную интенцию. Ответная реакция Натана на высказывание врача указывает на достижение субъектами взаимопонимания.

Двуединство поверхностной и глубинной интенций создает коммуникативно-интенциональный потенциал моно- и полипропозитивных простых неосложненных высказываний. Назначение такого высказывания состоит не просто в сообщении адресату информации о динамическом признаке носителя, но и в реализации ситуативно обусловленной – глубинной – интенции

адресанта. Как пишет лингвист О. Г. Почепцов, «коммуникативный акт – это не самоцель общающихся. Коммуникативный акт – это лишь средство социального взаимодействия общающихся для достижения своих целей» [2, л. 216–217].

В ситуации непосредственного общения субъектов (прямая речь) реализация глубинной интенции адресанта сопровождается ответной реакцией адресата. В ситуации общения автора текста с читателем (абстрактным адресатом) между ними возникает «барьер», исключающий возможность ответной реакции [3, р. 10], что обуславливает невозможность реализации в авторском повествовании аргументативной и директивной глубинных интенций. О воздействии на читателя можно говорить лишь в том смысле, что с помощью художественного текста автор стремится изменить эмоциональное состояние читателя, его субъективное восприятие персонажей и происходящих с ними событий.

Вместе с тем вполне логичной в авторском повествовании представляется реализация дескриптивной и экспликативной глубинных интенций. Вымысленность персонажей художественного текста предопределяет значимость описания их внешнего вида и эмоционального состояния, личных предпочтений и положения в пространстве, экспликации происходящих с ними событий и т.п. для создания у читателя целостного представления о мире, в котором они живут. При этом преобладающее большинство простых неосложненных предложений, реализующих дескриптивную глубинную интенцию, построено по моделям «Подлежащее – Сказуемое *avoir* – Прямое дополнение – Предикатив» и «Подлежащее – Сказуемое *être* – Предикатив». Выбор данных моделей не является случайным: семантическое содержание глаголов *avoir* и *être* состоит в соотношении динамического признака и его носителя.

В приведенной ниже коммуникативной ситуации повествователь описывает старосту деревни, о котором он упоминает в первый раз:

(4) *C'était une sorte de chef de village. Il avait le dos voûté et le visage creusé par les rides. En guise de salut, il porta ses mains jointes au menton, la tête droite, en regardant le médecin dans les yeux* 'Он был кем-то вроде старосты деревни. Спина у него была сгорбленной, а лицо – морщинистым. В качестве приветствия он поднес к подбородку сложенные вместе ладони и, не опуская головы, посмотрел врачу прямо в глаза' (G. Musso).

Сообщение о внешности старосты деревни (его сгорбленной спине и морщинистом лице) способствует созданию у читателя целостного представления об этом персонаже.

В авторском повествовании моно- и полипропозитивные простые неосложненные предложения, репрезентирующие элементарные признаковые ситуации, инициируют представление событийной линии, завершают его либо располагаются в интерпозиции. В инициирующих предложениях и предложениях в интерпозиции повествователь, как правило, сообщает о динамическом признаке носителя, который в представленной ситуации является нестандартным и требует экспликации причин его появления (*Elle*

*avait les yeux rouges* ‘Глаза у нее были красными’). В предложениях, завершающих представление событийной линии (реже – в интерпозиции), повествователь информирует о динамическом признаке, прямо указывающем на исход проблемной ситуации. В случае ее благоприятного исхода акцентируется динамический признак носителя, осмысляемый как положительный (*trionphant* ‘торжествующий’, *réjoui* ‘радостный’, *plein d’entrain* ‘оживленный’). При отрицательном исходе проблемной ситуации динамический признак является негативным (*furieux* ‘разъяренный’, *pâle* ‘бледный’, *seul* ‘один’). Однако вне зависимости от позиции моно- и полипропозитивные простые неосложненные предложения способствуют содержательной целостности и структурной связности повествования.

Сводные данные о реализации глубинных интенций адресанта в прямой речи и авторском повествовании, а также активности динамических признаков носителя в простых неосложненных предложениях, репрезентирующих элементарные признаковые ситуации, систематизированы в таблице.

Роль динамических признаков носителя для реализации глубинных интенций адресанта в прямой речи и авторском повествовании

Динамический признак носителя	Количественный показатель реализации глубинной интенции, ед.					Всего, ед.
	в прямой речи			в повествовании		
	аргументативная	директивная	экспликативная	дескриптивная	экспликативная	
Эмоциональное состояние	90	75	42	218	73	498
Физическое состояние	82	42	59	150	82	415
Внешний вид	57	25	11	51	52	196
Психологические особенности	10	12	5	14	7	48
Количество носителей признака	–	8	18	10	12	48
Положение в пространстве	–	–	2	18	–	20
Личные предпочтения	–	–	5	2	–	7
Посессивные возможности	2	2	–	–	–	4
Всего, ед.	241	164	142	463	226	1 236
Общее кол-во, ед.	547			689		1 236

Как следует из таблицы, в прямой речи персонажей и авторском повествовании семь из восьми динамических признаков формируют содержание элементарных признаковых ситуаций. Вместе с тем в прямой речи сообщение об эмоциональном или физическом состоянии носителя, а также его внешнем виде или психологических особенностях служит для достижения аргументативной, директивной и экспликативной глубинных интенций; в повествовании те же признаки реализуют дескриптивную и экспликативную глубинные интенции. Указание на количество носителей признака способствует осуществлению экспликативной, дескриптивной и директивной глубинных интенций, но исключает реализацию аргументативной глубинной интенции. Динамические признаки, указывающие на положение носителя в пространстве и личные предпочтения субъекта, служат преимущественно для достижения дескриптивной глубинной интенции, реже – экспликативной (прямая речь). Посессивные возможности субъекта способствуют реализации аргументативной и директивной глубинных интенций, что свидетельствует об обязательном наличии ответной реакции адресата на высказывание адресанта, исключая формирование содержания элементарных признаковых ситуаций в повествовании.

На основании проведенного коммуникативно-прагматического анализа моно- и полипропозитивных простых неосложненных предложений, репрезентирующих элементарные признаковые ситуации, можно сделать следующий вывод: коммуникативно-интенциональный потенциал таких предложений состоит в двуединстве универсальной поверхностной и ситуативно обусловленной глубинной интенций адресанта – аргументативной, директивной, экспликативной и дескриптивной. Реализация той или иной глубинной интенции предопределена прежде всего ситуацией общения (прямая речь или авторское повествование), а также динамическим признаком, акцентируемым адресантом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Мартине, А.* Основы общей лингвистики / А. Мартине ; под ред. и вступ. ст. В. А. Звегинцева. – 2-е изд. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 224 с.
2. *Почепцов, О. Г.* Основы прагматического описания предложения : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04. / О. Г. Почепцов. – Киев, 1989. – 480 л.
3. *Mainueneau, D.* Éléments de linguistique pour le texte littéraire / D. Mainueneau. – Paris : Nathan, 2000. – 203 p.

The article deals with the communicative and intentional potential of mono- and polypropositional simple sentences representing an elementary attributive situation in contemporary French literary texts. The results of the analysis show that such sentences are predetermined by the dual character of the addresser's intention – the surface and the underlying.

*Поступила в редакцию 13.05.2019*

**Н. А. Нестер**

## СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНАХ

В статье исследуются структурные и прагматические особенности окказиональных единиц, функционирующих в англоязычных рекламных слоганах. В структурном аспекте осуществляется анализ способов образования окказионализмов – от специфики создания новых лексических единиц по зафиксированным в языке моделям до действий с уже существующими словами, направленных на их адаптацию к целям рекламной кампании. В прагматическом аспекте обосновывается роль окказиональных единиц в реализации основных функций рекламного текста.

Всестороннее мультидисциплинарное изучение текстов рекламного дискурса приобретает все большую актуальность в условиях его постоянного интенсивного развития. Рекламные тексты отличаются полифункциональностью, во многом обусловленной четко, хоть и не всегда эксплицитно, выраженной директивной иллокуцией, и направленностью на определенный перлокутивный эффект – покупку рекламируемого товара потребителями, являющимися адресатами рекламного сообщения, и, как следствие, извлечение рекламодателями прибыли. Эти прагматические установки актуализируются в любом речевом продукте рекламного дискурса, но особый интерес для лингвистического исследования, на наш взгляд, представляет рекламный слоган, который реализует все функции рекламного текста в пределах жанрово обусловленного ограниченного объема.

Полифункциональность слогана предполагает, что спектр его воздействия на адресата определяется не только иллокуцией побуждения – слоган привлекает внимание потребителя, формирует и транслирует положительное отношение к рекламируемому объекту, что может повлиять на его выбор покупателем. Эти задачи зачастую решаются через использование в текстах слоганов разноуровневых языковых средств выразительности. Данная статья посвящена одному из таких средств, экспрессивный потенциал которого трудно переоценить – окказионализмам, созданным авторами слоганов специально для целей конкретных рекламных кампаний. В центре нашего внимания не только прагматическое обоснование использования в рекламном слогане оригинальных окказиональных единиц, но и их структурное своеобразие.

Использование окказионализмов как продуктов речетворчества в рекламных слоганах коррелирует с жанровыми признаками и текстовыми функциями последних. Существует множество определений слогана, данных с позиций его функциональности, PR-качеств, а также отражающих специфику его языкового наполнения. Представляется целесообразным привести здесь определение Е. П. Дудиной, поскольку оно отражает характеристики слогана, релевантные для данной работы: связь слогана с другими речевыми продуктами рекламного дискурса, а также указание на компрессию рекламной информации в его рамках. Таким образом, согласно определению

Е. П. Дудиной, слоган – это «автономная разновидность рекламного текста, обладающая всеми его прагматическими и стилистическими особенностями, состоящая из одного или нескольких предложений и находящаяся в отношениях взаимозависимости с товарным знаком (брендом), что способствует максимальному сжатию и концентрированию рекламной информации» [1, с. 4].

Вопрос о количестве функций рекламного текста все еще остается дискуссионным. К прототипным функциям рекламного текста относят: 1) информативную (сообщение о товаре, бренде, компании-изготовителе); 2) репрезентативную (описание характеристик рекламируемого объекта); 3) экспрессивную (положительная оценка свойств и качеств рекламируемого); 4) апеллятивную (убеждение, призыв к покупке) [2, с. 78]. Слоган, как и любое речевое произведение рекламного дискурса, осуществляет приведенные функции, однако некоторые авторы предлагают расширить этот, общий для всех рекламных текстов, набор за счет функций, свойственных слогану как самостоятельному жанру рекламного текста: 1) презентационная (имиджевая) функция (слоган создает благоприятное впечатление о рекламируемом объекте); 2) текстообразующая (слоган резюмирует рекламную идею); 3) коннективная (слоган рассматривается как связующее звено между многими разножанровыми рекламными продуктами в рамках одной рекламной кампании); 4) эмоционально-апеллятивная (аттрактивная) (слоган направлен на привлечение внимания адресата, создание эмоционального отклика); 5) мнемоническая (слоган должен оставить след в сознании и памяти адресата) [3, с. 149].

Определение окказионализмов, на основании которого в работе осуществляется отбор и анализ языкового материала, имеет следующий вид: «Лексические единицы, не зафиксированные в толковых словарях, существующие в рамках определенного контекста и создаваемые авторами как по продуктивным, так и по непродуктивным и окказиональным словообразовательным моделям» [4, с. 7].

Материалом нашего исследования стали 90 англоязычных рекламных слоганов, содержащих окказиональные единицы. Данные слоганы были отобраны методом сплошной выборки из 900 слоганов, доступных на следующих ресурсах: [www.textart.ru](http://www.textart.ru), [www.adslogans.co.uk](http://www.adslogans.co.uk), [www.thinkslogans.com](http://www.thinkslogans.com). Факт отсутствия лексических единиц в толковых словарях стал определяющим критерием, регулирующим отбор. Проверка проводилась по онлайн-словарям «Longman Dictionary of Contemporary English Online»; «English Oxford Living Dictionaries»; «Collins Online English Dictionary», поскольку в них оперативно фиксируются все изменения в словарном составе языка. Анализ окказиональных единиц осуществлялся в двух аспектах – структурном (выявление приемов создания окказиональных единиц с элементами деривационного анализа) и прагматическом (обоснование релевантности использования окказионализмов для реализации прагматических функций рекламного слогана).

Проведенный анализ языкового материала показал следующие результаты. В образовании окказиональных единиц в рекламных слоганах выявлены два основных направления:



1) создание новых слов с помощью существующих в языке способов и моделей (конверсия, аффиксация, словосложение, стяжение) – 58 %;

2) видоизменение существующих слов в соответствии с целями рекламной кампании с помощью различных приемов (замена части корневой морфемы, капитализация, изменения спеллинга) – 42 %.

В рамках первой группы окказионализмы были классифицированы по способу образования: единицы, образованные путем конверсии (56 %), аффиксации (21 %), словосложения (13 %), стяжения (10 %).

Наиболее многочисленной является группа окказиональных единиц, образованных путем **конверсии** (56 %), что представляется закономерным с типологической точки зрения. Далее данная группа распадается на две подгруппы по типу производящих баз – названия рекламируемых компаний или брендов (76 %), как в примере (1), и другие лексические единицы (24 %), значение которых ассоциируется с рекламируемым товаром, как в примере (2):

(1) *Aquafresh yourself* (Aquafresh, toothpaste and oral care products);

(2) *Seafood Differently* (Red Lobster seafood restaurants).

Все названия компаний и брендов являются существительными, то есть направление конверсии в подгруппе с первым типом производящих баз – от существительного: 1) существительное → глагол (пример (3)); 2) существительное → прилагательное (пример (4)); 3) существительное → наречие (пример (5)):

(3) *This is how you **Sonic*** (Sonic, American drive-in fast-food restaurants);

(4) *Are you completely **Kenco** about coffee?* (Kenco, coffee);

(5) *It's not clean till it's **SET** clean* (SET Cleaning).

Нерегулярность и неузуральность словообразования по конверсии от данного типа производящих баз подтверждается не только произвольностью направления конверсии (в отечественной лингвистике границы конверсии очерчены парами с однозначно моделируемыми словообразовательными отношениями: «существительное – глагол», «глагол – существительное», «прилагательное – глагол» [5, с. 173]), но и тем, что производящая база может быть представлена несколькими словами, например, названиями компаний или брендов, состоящими из двух слов, поскольку они были образованы от имен и фамилий основателей, как в (6):

(6) *Don't just book it. **Thomas Cook** it* (Thomas Cook Tour Company).

В подгруппе, где производящими базами выступают лексические единицы, значение которых ассоциируется с рекламируемым объектом, наблюдаются следующие конверсионные пары: 1) существительное → глагол (пример (7)); 2) существительное → прилагательное (пример (8)); 3) наречие → существительное (пример (9)); 4) междометие → существительное (пример 10)):

(7) *Let's **coffee*** (Gevalia, premium gourmet coffee);

(8) *The **coffee-er** coffee* (Savarin Coffee);

(9) *For all the **nevers** in life, State Farm is there* (State Farm Insurance Company);

(10) *The tea with more **ahhhh*** (Dilmah Ceylon tea, Sri Lanka).

Примечательно, что одна и та же производящая база – существительное *coffee* – становится глаголом в (7) и прилагательным в (8).

Семантизация получившихся дериватов осуществляется не только в соответствии с синтаксической позицией, но и часто поддерживается морфологически, то есть получившиеся в результате конверсии окказиональные единицы приобретают соответствующие морфологические характеристики, например, формы сравнительной степени сравнения прилагательного (8), множественного числа существительного (9).

Окказионализмы, образованные при помощи **аффиксации** (21 %), также достаточно частотны. Как и в предыдущей группе, здесь наблюдаются два типа производящих баз – название рекламируемого бренда (пример (11)) и другие лексические единицы, значение которых ассоциируется с рекламируемым объектом (пример (12)). Однако, в отличие от первой рассмотренной группы, здесь собственные имена в качестве производящих баз встречаются в единичных случаях:

(11) *Magnumize your life* (Magnum ice-cream brand), где: *Magnum*, существительное + глагольный суффикс *-ize*;

(12) *Partners in pethood* (Pet Smart), где: *pet*, существительное + суффикс существительного *-hood*.

В подгруппе, где производящими базами являются другие лексические единицы, семантически связанные с назначением рекламируемого объекта, был выявлен ряд словообразовательных моделей: 1) префиксация: а) *out-* + глагол (13); б) *un-* + существительное (14); 2) суффиксация: а) существительное + суффикс существительного *-hood* (12); б) существительное + суффикс прилагательного *-ish* (15); в) прилагательное + суффикс существительного *-ness* (16); г) прилагательное + суффикс наречия *-ly* (17):

(13) *Nobody outcleans the Maids* (The Maids Cleaning Company);

(14) *The Uncola* (7Up);

(15) *Speaking worldish* (Govorun Translation Agency in Minsk);

(16) *Better butteryness* (Flora, brand of margarine and spreads);

(17) *More spreadably delicious than ever* (Gold'n Soft margarine and spreads).

На первый взгляд используются известные, зафиксированные в языке словообразовательные модели, однако их более подробный анализ показывает, что при формальном совпадении с продуктивной моделью наблюдаются различия в категориальной сфере. Например, в (14) существительное *uncola* образовано путем добавления префикса *un-* к существительному, обозначающему вещество, тип напитка, однако немногочисленные узуальные лексические единицы (например, *unconcern*), образованные по этой модели, имеют значение ‘the lack of the quality denoted’ [6, с. 93] и абстрактное существительное в качестве производящей базы. Неузуальность и креативность таких новообразований подчеркивает и тот факт, что каждая модель в исследуемом материале представлена одной окказиональной единицей, а также то, что некоторые дериваты образованы в соответствии с моделями с нулевой продуктивностью и активностью, то

есть не существующими в языке. Например, в (18) существительное образовано от фразового глагола *pick up* путем присоединения суффикса *-er* и к глаголу и к послелогу:

(18) *The quick picker upper* (Bounty Paper Towels).

Единицы, образованные путем **словосложения** (13 %), отличаются неопределенностью в значении, а связи между их компонентами восстанавливаются адресатом на основании контекста либо лингвистического и экстралингвистического опыта [5, с. 182–183]. Поскольку в слогане возможности семантизации полученного сложного слова через непосредственный контекст ограничены его узкими рамками, авторы используют для их создания понятные, семантически «прозрачные» компоненты и, например, уподобляют окказиональные единицы уже существующим в языке словам (19) и/или сопоставляют их с аналогом (20):

(19) *Turkey Hill. It's cold-fashioned* (Turkey Hill iced tea);

(20) *A newspaper, not a snoozepaper* (The Mail on Sunday).

При использовании в рекламном словотворчестве такого словообразовательного приема, как **стяжение** (10 %), авторы придерживаются принципа интуитивной понятности, то есть адресат с легкостью должен понимать части каких слов слились воедино:

(21) *The designvertising agency* (Williams Murray Hamm, strategic branding agency): *designvertising* ← *design* + *advertising*;

(22) *It's cakepopolicious!* (Del Ray Cakery in Alexandria, Virginia): *cakepopolicious* ← *cake-pop* + *delicious*.

Второе направление в образовании окказиональных единиц можно определить как словотворчество в чистом виде, не соответствующее словообразовательным моделям и не подчиненное ограничениям, существующим в языковой системе. В рамках этого направления, которое характеризуется действиями с уже существующими в языке словами, наблюдаются две основные тенденции – манипуляции с корневой морфемой и неузвальное, прагматически мотивированное изменение спеллинга.

Манипуляции с корневой морфемой в исследованном материале имеют следующий вид: 1) замена части корневой морфемы омофоничным звукоподражательным элементом (23); 2) замена части корневой морфемы элементом, похожим по звучанию, который ассоциируется с родом деятельности компании (24) либо названием продукта (25); 3) замена части корневой морфемы словом, не похожим по звучанию, ассоциирующимся с характеристиками продукта (26):

(23) *Your purrfect naming company* (Nameow naming company in India): *per-fect* → *purr-fect*;

(24) *Bark! Pawsitive pet food* (Bark, pet food stores): *po-sitive* → *paw-sitive*;

(25) *Cointreau. Be cointreauversial* (Cointreau, a premium spirit): *contro-versial* → *cointreau-versial*;

(26) *Make a smellmitment* (Old Spice Timber): *com-mitment* → *smell-mitment*.

Окказионализмы, о которых пойдет речь далее, на первый взгляд, отличаются от зафиксированных в словаре лексических единиц только особенностями спеллинга, но в результате указанных спеллинговых изменений получившиеся окказиональные слова приобретают дополнительные смыслы, отражающие суть рекламной кампании, что очень актуально в условиях ограниченного объема слогана. В результате анализа нами выявлены следующие тенденции неузального использования спеллинговых изменений: 1) капитализация: а) капитализация первой буквы лексической единицы, употребленной в привычном контексте, для совпадения с названием рекламируемой компании (27); б) капитализация произвольных букв определенной лексической единицы для указания на название рекламируемой компании; как правило, сопровождается другими спеллинговыми изменениями (28); 2) незначительное изменение спеллинга известного слова для указания на название компании (29), бренда (30) или вида товара (31) без радикального изменения значения исходного слова; 3) незначительное изменение спеллинга известного слова для указания на рекламируемое с изменением значения исходного слова (32):

(27) *The **Celebrity** treatment* (Celebrity Cruises, cruise line);

(28) *Highly **RED**ommended* (RED Driving School);

(29) *Be **Tru** to yourself* (Tru Tan salons in Texas);

(30) *Teeth aren't white until they **Gleem*** (Gleem Toothpaste);

(31) *Lavazza. **Espress** yourself* (Lavazza Espresso Coffee);

(32) *Time to **re-tire**. Get a **Fisk*** (Fisk, old American brand of tires).

В случае со слоганом (27) и другими подобными, безусловно, невозможно говорить о полноценном окказиональном новообразовании, но мы включили такого рода примеры в исследуемый материал, поскольку в результате капитализации первых букв указанных лексических единиц происходит приращение смысла. Так, в обычном виде высказывание (27) означает 'you are treated like a celebrity', а с прописной «C» – 'you are treated like a celebrity by Celebrity Cruises'.

В (32) появившийся в слове *retire* дефис ведет к полному переосмыслению значения слова с указанием на рекламируемый товар: таким образом, значение 'stop working' изменяется на 'change tires'. Такой прием «игры» со спеллингом выгодно отражается на успешности слогана как с точки зрения информативности, так и суггестивности.

Подводя итоги, следует отметить, что в окказиональном словотворчестве в рекламных слоганах выявлено два основных направления – создание новых слов в соответствии с узуальными словообразовательными моделями и адаптация существующих слов к целям рекламной кампании.

В структурном аспекте изученные окказиональные единицы, образованные по закрепленным в языке моделям, демонстрируют следующие характеристики:

1) при образовании окказионализмов путем конверсии их перекатегоризация осуществляется в произвольных направлениях и маркируется не только синтаксически, но и морфологически;

2) использование аффиксации для создания окказиональных единиц характеризуется тем, что при структурной узнаваемости узуальных словообразовательных моделей в их «наполнении» наблюдаются категориальные отклонения, не затрудняющие, тем не менее, семантизацию полученного окказионального деривата;

3) окказиональные единицы, образованные путем словосложения и стяжения, отличает интуитивная понятность их компонентов и способов их комбинации – эффективность функционирования таких окказионализмов предполагает, что адресат должен с легкостью «дешифровать» полученные дериваты.

При адаптации существующих слов к целям рекламной кампании наблюдаются две тенденции, заключающиеся в 1) манипуляциях с корневыми морфемами, где часть корневой морфемы может заменяться омофоничным звукоподражательным элементом, а также элементом, похожим или непохожим по звучанию, но ассоциирующимся с рекламируемым объектом; 2) неuzuальном использовании спеллинговых изменений (капитализация произвольных букв в составе уже существующего в языке слова; незначительное изменение спеллинга известного слова для указания на название компании, товара или его характеристики, что может сопровождаться сохранением или изменением значения исходного слова).

В прагматическом аспекте употребление окказиональных единиц в слоганах позволяет реализовывать основные функции рекламного текста в условиях его ограниченного объема. Информативная и репрезентативная функции осуществляются при использовании названия бренда, компании и основных свойств товара в качестве производящей базы в окказионализмах, образованных при помощи традиционных словообразовательных приемов. Эти же функции успешно реализуются и при манипуляциях с уже существующими словами, которые направлены на акцентирование названия бренда или его качественных характеристик.

Креативность окказиональных новообразований способствует реализации экспрессивной функции рекламного текста – неuzuальные лексические единицы привлекают внимание потребителя, способствуют запоминаемости слогана, их понимание требует от адресата дополнительных интеллектуальных усилий, что проецирует положительные эмоции, возникшие в результате успешного решения интеллектуальной задачи, на рекламируемый объект. Эти же свойства окказионализмов эксплуатируются при реализации частных функций слогана – мнемонической, презентационной и – более всего – аттрактивной. Основная функция рекламного текста – апеллятивная – реализуется комплексно, посредством осуществления остальных функций.

Актуализация экспрессивного потенциала окказионального словотворчества, таким образом, позволяет решать основные задачи рекламного дискурса и создавать эмоционально и информационно насыщенные рекламные тексты даже в рамках жанрово обусловленного малого объема.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Дудина, Е. П.* Семантика и функции лексико-грамматических единиц в рекламе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. П. Дудина ; Помор. гос. ун-т. – Архангельск, 2006. – 18 с.
2. *Кочетова, Л. А.* Функции рекламного дискурса: таксономия и динамические аспекты реализации / Л. А. Кочетова // Вестн. ВолГУ. Сер. 2, Языкознание. – 2010. – № 2 (12). – С. 77–83.
3. *Колокольцева, Т. Н.* Слоган как ключевой компонент рекламного текста // Рекламный дискурс и рекламный текст / Т. Н. Колокольцева [и др.] ; науч. ред. Т. Н. Колокольцева. – М., 2011. – С. 147–171.
4. *Комлева, М. Н.* Окказиональное слово в языке печатных СМИ новейшего времени: модели и функции (на материале газетных заголовков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / М. Н. Комлева ; Самар. гос. ун-т. – Самара, 2013. – 18 с.
5. *Харитончик, З. А.* Лексикология английского языка : учеб. пособие студ. ин-тов и фак-тов иностр. яз. / З. А. Харитончик. – Минск : Выш. шк., 1992. – 229 с.
6. *Арнольд, И. В.* Лексикология современного английского языка : учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр. яз. / И. В. Арнольд. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Высш. шк., 1986. – 295 с.

The article deals with occasional words in advertising slogans analysed in two aspects – derivational and pragmatic. Accordingly, the results of the analyses presented in the article include the most common derivational patterns of occasionalisms in advertising slogans and their pragmatic and functional relevance to the aims of advertising discourse.

*Поступила в редакцию 04.05.2019*

**Т. В. Тропец**

### АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СТРУКТУРЕ ТЕКСТА ИТАЛЬЯНСКОЙ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Статья посвящена изучению особенностей функционирования английских заимствований в структуре текста итальянской газетной публицистики. Работа выполнена на материале ежедневной газеты общенационального распространения «la Repubblica» с применением описательного метода и метода количественного анализа. Установлены закономерности употребления англицизмов в заголовке и тексте газетной статьи, а также выявлено распределение заимствованных слов по типам речи. Результаты исследования проиллюстрированы примерами.

Использование заимствованных слов издавна является одной из характерных черт итальянской газеты [1, р. 197]. Тем не менее вопросы, касающиеся функционирования англоязычных заимствований в газетном тексте, еще не получили достаточного освещения в итальянистике. Об этом свидетельствуют, например, фундаментальные исследования И. Бономи и Р. Гуальдо, посвященные языку итальянских газет, в которых приводятся лишь общие сведения об использовании английских заимствований и отсутствует репре-

зентативная библиография по теме [1; 2; 3]. Из работ, выполненных за пределами Италии, следует отметить статью польского лингвиста М. Малиновской, в которой определены семантические сферы функционирования англицизмов в онлайн-версии газеты «Corriere della sera» [4]. В отечественном языкознании данная проблематика, насколько нам известно, не разрабатывается. Вышесказанным определяется актуальность настоящего исследования.

В качестве источника, отражающего реальное функционирование английских заимствований, выступила итальянская ежедневная газета общенационального распространения «la Repubblica». Данная газета, в сравнении с другими изданиями, имеет ряд существенных особенностей. Известный итальянский общественный деятель Ч. Мердзагора говорит о том, что она представляет собой «гибрид политической ежедневной газеты и культурного еженедельника»<sup>1</sup> [5, p. 8]. В ней регистрируется большое количество неологизмов и заимствований из английского языка [6, p. 474; 7, p. X–XI], ей свойствен современный стиль, близкий к общеупотребительному итальянскому языку [1, p. 168].

Сбор эмпирического материала проходил в несколько этапов. На предварительном этапе исследования из толковых словарей современного итальянского языка [8; 9; 10] методом поиска по помете были отобраны лексические единицы с этимологической пометой *angl[icismo]* ‘англ[ицизм]’, датированные, как заимствованные в последнем десятилетии XX – начале XXI в. На следующем этапе исследовался электронный архив печатной версии газеты «la Repubblica» за октябрь-декабрь 1999 г. [11]<sup>2</sup>. Выборка производилась посредством автоматизированного поиска методом ключевых слов, в качестве которых выступили английские заимствования, выявленные на предварительном этапе. В результате была получена эмпирическая база исследования, которая представлена 248 английскими заимствованиями и 1 083 текстами. Общее количество употреблений исследуемых англицизмов в отобранном корпусе текстов составляет 2 009 единиц<sup>3</sup>.

Настоящее исследование направлено на выявление особенностей употребления англицизмов в структуре текста итальянской газетной публицистики. В работе используются описательный метод и метод количественного анализа.

Основными структурными частями итальянского газетного текста являются заголовки и сам текст. Заголовки представляют собой полиструктурные образования. В состав «типичного» заголовка входят три элемента: надзаголовок (*sopratitolo*), собственно заголовок (*titolo*) и подзаголовок (*sottotitolo*) [1, p. 175; 3, p. 41].

Так как современная итальянская ежедневная газета имеет около 50 страниц, заголовки играют важную роль с точки зрения взаимодействия

---

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод наш. – Т. Т.

<sup>2</sup> Используемый в работе архив газеты «la Repubblica» входит в состав электронного корпуса итальянских газетных текстов, который основан исключительно на печатной версии данной газеты за 1985–2000 гг. (подробнее см. [12; 13]).

<sup>3</sup> В работе не учитываются данные по англицизму *Internet* ‘Интернет’, так как в исследуемый период он является частотной ЛЕ: встречается в более чем 500 текстах, а количество употреблений превышает 1 500 единиц.

с читателем. С одной стороны, заголовки упрощают и ускоряют процесс ориентирования: они привлекают внимание читателя, позволяют выбрать для более глубокого ознакомления именно те статьи, которые отвечают его интересам. С другой стороны, заголовки итальянской газеты в силу их структурной сложности и информативной емкости способны выполнять функцию сообщения независимо от текста [1, p. 175; 3, p. 39].

Полученные в ходе анализа данные показывают, что англицизмы используются во всех структурных частях текста итальянской газетной публицистики. Большинство заимствований употреблено в составе собственно текста (1 812 употреблений; 90,2 %), в заголовке англицизмы употребляются реже (197 употреблений; 9,8 %). Такое количественное распределение английских заимствований, в значительной мере, обусловлено бóльшим объемом текста в сравнении с заголовком. Существенную роль играет и специфика газетного заголовка: заголовок выступает как «сигнал семантической наполненности» [14, с. 41] следующего за ним текста, поэтому каждое слово в заголовке должно нести смысловую нагрузку. Заимствования же представляют собой слова с этимологически затемненным смыслом, употребление которых нередко создает «эффект информационной опустошенности» [15, с. 121; 16].

Вместе с тем непонятные адресанту иноязычные слова являются одним из средств реализации воздействующей функции газетного текста. Т. М. Дридзе утверждает: «Эмоциональное впечатление от слова оказывается... весьма существенным фактором смыслового восприятия и тогда, когда реципиент не очень сведущ относительно содержания выражаемого им значения» [17, с. 136].

В зависимости от того, в какой из структурных частей текста функционируют исследуемые англицизмы, их можно разделить на 3 группы: а) употреблены только в составе самого текста (171 ЛЕ; 69 %); б) употреблены во всех структурных частях текста (75 ЛЕ; 30,2 %); в) применены только в заголовке (2 ЛЕ; 0,8 %).

Преобладающее большинство английских заимствований используется лишь в составе текста. Среди них, например, слова из области экономики (*break-even* ‘точка безубыточности’, *core business* ‘основной вид деятельности предприятия’, *multiutility* ‘многопрофильная компания’, *phone banking* ‘банковские услуги по телефону’), искусства (*biopic* ‘байопик’, *bluesman* ‘исполнитель блюза’, *fan club* ‘фан-клуб’, *location* ‘место натуральных съемок’), компьютерных технологий (*home page* ‘домашняя страница’, *plugin* ‘плагин’, *server* ‘сервер’), техники (*fuel cell* ‘топливный элемент’, *multilink* ‘многогорычажный (о подвеске)’), транспорта (*gennaker* ‘геннакер’, *hub* ‘транспортный узел’, *roadster* ‘родстер’) и т.п. Например:

*Transazioni tramite server sicuro con carte di credito: occorre il **plug-in Telepay***<sup>1</sup> (Rep. 12 dic. 1999, p. 34) ‘Оплата транзакций кредитными картами через безопасный **сервер**: необходимо иметь **плагин Telepay**’;

---

<sup>1</sup> Отсутствие указания на структурную часть текста применяется при цитировании собственно текста. В случае цитирования элементов заголовка или заголовка и текста, соответствующие сведения указываются после номера страницы. Двойная косая черта (//) служит знаком разделения структурных частей текста и элементов заголовка.



*“L’Italgas – ha detto ieri Mincato – è oggetto di desiderio per tutti, ma non è in vendita, perché riteniamo la società il nostro strumento da utilizzare nelle alleanze con le **multiutilities** vicine al nostro **core business**”* (Rep. 22 ott. 1999, p. 38) ‘«Италгаз, – сказал вчера [Витторио] Минкато, – хотят заполучить многие, но он не продается, так как мы намереваемся использовать его для сотрудничества с **предприятиями, предоставляющими широкий комплекс услуг** в областях близких к **основному виду деятельности** нашей компании»’.

Во всех частях текста итальянской газетной публицистики употребляется меньшее количество англицизмов, но они также характеризуются широким тематическим диапазоном и представлены словами из области экономики (*advisor* ‘финансовый советник’, *bonus share* ‘бонусная акция’, *call center* ‘колл-центр’, *carbon tax* ‘налог на выбросы углекислого газа’, *e-commerce* ‘электронная коммерция’, *road-show* ‘роудшоу’), компьютерных технологий (*e-mail* ‘электронная почта’, *web* ‘сеть’), общественно-политической жизни (*intelligence* ‘разведка’, *premiership* ‘должность премьер-министра’, *serial killer* ‘серийный убийца’), транспорта (*pit stop* ‘пит-стоп’, *restyling* ‘рестайлинг’, *sport utility* ‘паркетник’), развлечений (*jackpot* ‘джекпот’, *Halloween* ‘Хэллоуин’), моды (*push up* ‘пуш-ап’, *shahtoosh* ‘шахтуш’) и т.п. Например:

*Usa, i preziosi **shahtoosh** // SCIALLI D’ANTILOPE CONFISCATI ALLE VIP // NEW YORK – Lacrime e costernazione tra le donne più ricche di New York: top model e vip sono state costrette a cedere a un gran giuri federale i loro preziosi ‘**shahtoosh**’, gli scialli di antilope tibetana che per le ricche e famose di tutto il mondo sono diventati il nuovo status symbol. “Per tessere gli ‘**shahtoosh**’ un’intera razza animale viene condotta all’estinzione”, scrive Vanity Fair* (Rep. 5 ott. 1999, p. 31; надзаголовок // собственно заголовок // текст) ‘США, драгоценные **шахтуш** // ШАЛИ ИЗ ШЕРСТИ АНТИЛОП КОНФИСКОВАНЫ У ВИП // НЬЮ-ЙОРК – Слезы и замешательство среди самых богатых женщин Нью-Йорка: топ-модели и ВИП были вынуждены отдать высокопоставленному федеральному судье свои драгоценные «шахтуш», шали из шерсти тибетской антилопы, которые превратились в новый статус символ для богатых и известных женщин всего мира. «Для того чтобы изготовить “**шахтуш**”, истребляется целый вид животных», – пишет издание Vanity Fair’.

Только в заголовке и только один раз в исследуемом материале использованы англицизмы *free* ‘бесплатный’ и *golden boy* ‘золотой мальчик’, например:

*Vent’anni e venti milioni di dischi già venduti. Parla il “**golden boy**”, ieri in Italia per registrare un cameo per Italia 1 Vite d’artista di padre in figlio* (Rep. 7 dic. 1999, p. 47; надзаголовок) ‘Двадцать лет и уже двадцать миллионов проданных дисков. Рассказывает «**золотой мальчик**» [Энрике Иглесиас], вчера он прибыл в Италию для того, чтобы сыграть роль-камео в фильме канала Италия 1 «Жизни артистов: от отца к сыну»’.

Одной из существенных черт структурной организации итальянского газетного текста является присутствие не только слов автора, но и других лиц, которые участвуют вместе с ним в построении текста. Слова других

(участников, свидетелей событий) передаются с помощью прямой и косвенной речи. Как отмечают итальянские лингвисты, в языке газеты чаще используется прямая, нежели косвенная речь [1; 3].

Наше исследование показало, что англицизмы в текстах итальянской газетной публицистики характерны как для авторской речи, так и для передаваемой автором чужой речи (прямой и косвенной). На долю авторской речи приходится 1 640 (81,7 %) употреблений, прямой – 312 (15,5 %), косвенной – 57 (2,8 %). Количественные данные свидетельствуют о том, что использование англицизмов в прямой речи значительно – более чем в пять раз – превосходит их употребление в косвенной речи. Таким образом, полученные на материале английских заимствований результаты подтверждают выводы итальянских лингвистов о широком использовании прямой речи в языке газеты.

Англицизмы употребляются в прямой речи, воспроизводящей устные и письменные сообщения других лиц. Как правило, прямая речь представляет собой семантически законченное высказывание либо ряд высказываний, оформляется в виде цитации с указанием авторства (в непосредственной близости или на некотором расстоянии), эксплицитно маркируется с помощью графических средств, например:

*“Andremo avanti col nostro piano, nomineremò un terzo **advisor** che rivaluterà i rapporti di concambio... Siamo pronti a dare tutti i chiarimenti necessari al mercato”* (Rep. 2 ott. 1999, p. 4) ‘[Из интервью с Эмилио Ньютти] «Мы продолжим реализацию нашего плана, назначим третьего **финансового советника**, который даст профессиональную оценку взаимообмену... Мы готовы предоставить все необходимые пояснения деловым партнерам»’;

*Quest’ultima ipotesi, a dire il vero, sembrerebbe avvalorata da un altro passaggio della Nota: “Il gruppo Enel – si legge – intende proseguire la propria strategia di diversificazione avente come obiettivo lo sviluppo e la fornitura di nuovi servizi ai propri 29 milioni di clienti avvalendosi dei propri **asset** e dell’esperienza nella gestione dei rapporti con il pubblico. Wind – aggiunge il documento – costituisce il primo esempio di iniziative di diversificazione”* (Rep. 9 ott. 1999, p. 35) ‘Это последнее предположение, по правде говоря, скорее всего находит подтверждение в следующем отрывке из официального заявления [Министерства финансов]: «Группа Энел, – читаем, – намеревается продолжить стратегию диверсификации, целью которой является развитие и поставка новых услуг 29 миллионам клиентов благодаря использованию собственных **активов** и опыта работы с потребителями. Винд [итальянский оператор мобильной связи], – говорится в документе, – является первым примером мероприятий по диверсификации»’.

В заголовках кавычки при прямой речи могут опускаться, формальным показателем в таких случаях выступает только двоеточие после имени автора высказывания, например:

*BOSSI: STARÒ CON CHI CI DÀ LA **DEVOLUTION*** (Rep. 13 dic. 1999, p. 4; заголовок) ‘[УМБЕРТО] БОССИ: Я БУДУ С ТЕМ, КТО ОБЕСПЕЧИТ НАМ **ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЮ ВЛАСТИ**’.

Косвенная речь, содержащая англицизмы, представляет собой пересказ чужих слов. Она также характеризуется указанием на авторство и оформляется с помощью стандартных для нее средств: глаголов говорения, вводных слов, например:

*Falck ha anche confermato l'intenzione del suo gruppo di tramutarsi in una **multiutility**, ma "di nicchia", ha precisato* (Rep. 23 ott. 1999, p. 27) '[Альберто] Фалк [президент совета директоров группы Фалк] также подтвердил намерение превратить свою компанию в **предприятие с широким спектром услуг**, но уточнил, что она займет «определенную нишу»';

*ROMA – Altro che rafforzare il **core business**: l'Enel deve diversificare, secondo Massimo D'Alema* (Rep. 7 dic. 1999, p. 36) 'РИМ – Не только развивать **основной вид деятельности компании**: Энел должен диверсифицировать свой бизнес, по словам Массимо Д'Алема'.

Данные, полученные в ходе исследования, позволили выявить следующие закономерности. Английские заимствования используются во всех структурных частях итальянского газетного текста, но большинство употреблений приходится на собственно текст. Англицизмы в тексте характеризуются бóльшим лексическим разнообразием в сравнении с заголовком. Вышесказанное в значительной мере обусловлено небольшим размером газетного заголовка и особыми требованиями к его семантическому наполнению. И в тексте, и в заголовке заимствования характеризуются широким тематическим диапазоном, что коррелирует с многообразием освещаемых в газете событий.

Автор итальянского газетного текста не только активно использует английские заимствования в своей речи, но и включает их в высказывания других лиц, главным образом в составе прямой речи, реже – косвенной. Введение англицизмов с помощью чужой речи сопровождается указанием авторства и оформляется с помощью соответствующих графических и лексических средств. Обращение к чужой речи позволяет автору газетного текста не только воспроизвести с различной степенью достоверности слова, произнесенные другим, но и разделить с ним ответственность за использование заимствований.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Bonomi, I. La lingua dei quotidiani / I. Bonomi // La lingua italiana e i mass media / a cura di I. Bonomi, S. Morgana. – 2a ed. – Roma, 2016. – P. 167–219.*
2. *Bonomi, I. L'italiano giornalistico: dall'inizio del '900 ai quotidiani on line / I. Bonomi. – Firenze : F. Cesati, 2002. – 388 p. – (L'italiano in pubblico ; 3).*
3. *Gualdo, R. L'italiano dei giornali / R. Gualdo. – Roma : Carocci, 2007. – 144 p. – (Le bussole ; 286).*
4. *Malinowska, M. Anglicismi giornalistici in italiano all'epoca della globalizzazione [Electronic resource] / M. Malinowska // En quête de sens. Études dédiées à Marcela Świątkowska = W poszukiwaniu znaczeń. Studia dedykowane Marceli Świątkowskiej / Uniw. Jagielloński, Inst. Filologii Romańskiej ; pod red. J. Górniewicz, H. Grzmił-Tylutki, I. Piechnik. – Kraków, 2010. – Mode of access : [www.academia.edu/4786212/Anglicismi\\_giornalistici\\_in\\_italiano\\_allepoca\\_della\\_globalizzazione](http://www.academia.edu/4786212/Anglicismi_giornalistici_in_italiano_allepoca_della_globalizzazione). – Date of access : 17.05.2019.*

5. *Merzagora, C.* I 4 anni di “Repubblica” / C. Merzagora // La Repubblica. – 1980. – 16 genn. – P. 8.
6. *Dardano, M.* Il linguaggio dei giornali italiani. Con un saggio su “Le radici degli anni ottanta” / M. Dardano. – Roma ; Bari : Laterza, 1981. – XV, 497 p. – (Biblioteca universale Laterza ; 18).
7. *Adamo, G.* Neologismi quotidiani: un dizionario a cavallo del millennio, 1998–2003 / G. Adamo, V. Della Valle. – Firenze : L. S. Olschki, 2003. – XXXI, 1089 p. – (Lessico intellettuale europeo ; 95).
8. *De Mauro, T.* Grande dizionario italiano dell’uso : in 7 vol. / ideato e diretto da T. De Mauro ; con la collab. di G. C. Lepschy, E. Sanguineti. – Torino : UTET, 1999–2003. – 7 vol. + 1 compact disc (CD-ROM).
9. *Sabatini, F.* Il Sabatini Coletti : dizionario della lingua italiana / F. Sabatini, V. Coletti. – Milano : Rizzoli-Larousse, [2005]. – XXII, 3080 p. + 1 compact disc (CD-ROM).
10. *Zingarelli, N.* Lo Zingarelli 2006: vocabolario della lingua italiana [Electronic resource] / N. Zingarelli ; a cura di M. Dogliotti, L. Rosiello ; motore di ricerca a cura di I.CO.GE. informatica. – Bologna : Zanichelli, 2005. – 1 compact disc (CD-ROM).
11. Gli anni de la Repubblica ’99 [Electronic resource] / La Repubblica. – Roma : Gruppo Ed. L’Espresso, Divisione La Rep., 2000. – 1 compact disc (CD-ROM).
12. *Baroni, M.* Introducing the La Repubblica corpus : a large, annotated, TEI(XML)-compliant corpus of newspaper Italian / M. Baroni [et al.] // LREC 2004 : Fourth intern. Conf. on language and evaluation : proc. : 26–28 May 2004, Lisbon : in 6 vol. / ed. M. T. Lino [et al.] ; with the collab. of C. Pereira [et al.]. – Paris, 2004. – Vol. 5. – P. 1771–1774.
13. Repubblica [Electronic resource]. – Mode of access : <http://sslmit.unibo.it/repubblica>. – Date of access : 17.05.2019.
14. *Славкин, В. В.* Заголовок в современном газетном тексте / В. В. Славкин // Журналистика и культура рус. речи. – 2002. – № 1. – С. 40–49.
15. *Романов, А. Ю.* Англицизмы и американизмы в русском языке и отношение к ним / А. Ю. Романов. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. – 151 с.
16. *Какорина, Е. В.* Иноязычное слово в узусе 90-х годов (социолингвистическое исследование) / Е. В. Какорина // Русский язык сегодня : сб. ст. / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. ; отв. ред. Л. П. Крысин. – М., 2000. – Вып. 1. – С. 137–156.
17. *Дридзе, Т. М.* Язык и социальная психология : учеб. пособие / Т. М. Дридзе ; под ред. и с предисл. А. А. Леонтьева ; вступ. ст. Е. М. Акимкина. – Изд. 2-е, доп. – М. : Либроком, 2009. – 240 с.

The paper examines the functioning of Anglicisms in the structure of an Italian newspaper article. The study displays the occurrence of English loanwords in the body and in the headline of a newspaper article and reveals their distribution between the journalist’s direct and reported speech.

*Поступила в редакцию 27.05.2019*

## ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

В. Г. Минина

ПОСТМОДЕРНИЗМ И РЕАЛИЗМ БРИТАНСКОГО РОМАНА  
РУБЕЖА XX–XXI ВЕКОВ

В статье рассматривается жанр современного британского романа, который имеет ряд особенностей – как на уровне содержания, так и на уровне формы. Его приметами стали новая тематика, возвращение к известным сюжетам и историческим фактам, их переписывание и новое прочтение, а также библейские аллюзии, цитаты из произведений прошлого, мифологические и фольклорные мотивы, интертекстуальность. На уровне формы современный роман отличается смешением разных жанров и стилевой многоголосицей.

Роман – самая живучая художественная форма, несмотря на колебания разного рода, происходящие в обществе и литературе. На современном этапе роман, английский роман в том числе, имеет свои жанровые особенности, которые следует рассмотреть для более полного понимания произведений, написанных в этот переломный период – период не только конца века, но и рубежа тысячелетий. Ибо роман, отмечает М. М. Бахтин, «более глубоко, существенно и быстро» [1, с. 451], в отличие от других жанров, отражает становление действительности. Н. Т. Рымарь справедливо полагает: «То, что называли “смертью романа”, является лишь закономерным этапом жизни этого принципиально антитрадиционалистского жанра, не имеющего канона и находящегося в непрерывном контакте с незавершенной действительностью, пародирующего всякие попытки достижения завершенной формы» [2, с. 63].

Литературоведы по-разному оценивают главенствующие тенденции в современной британской литературе. Так, Дж. Эйксон, О. Джумайло говорят о наличии в ней таких явлений, как мультикультурализм, постмодернизм, феминизм, реализм либо об их комбинациях. Российская исследовательница Т. А. Полуэктова утверждает, что основная тенденция развития современного английского романа связана только с таким культурным феноменом, как постмодернизм, но «постмодернистская поэтика сочетается с поэтикой реализма, который был и остается основополагающим методом в освоении художественной действительности» [3, л. 3]. Британский ученый Н. Бентли указывает на то, что современные романисты заняты вопросами провинциализма и глобализации, мультикультурализма и национальной идентичности, экспериментирования и нового взгляда на традицию реализма, им присущ и возобновленный интерес к нации, полу, классу, этнической принадлежности, сексуальности и даже постчеловеку [4]. П. Бикли говорит о том, что тематический спектр современных романов необычайно широк: «от реалистического описания Первой мировой войны на основании

аутентичных исторических источников до создания фантастических несуществующих миров в неизвестных галактиках» (здесь и далее перевод наш. – В. М.) [5, р. 9]. Таким образом, стоит согласиться с Т. А. Полуэктовой в том, что английский роман в конце XX – начале XXI века приобретает новые качества, как на уровне содержания, так и формы [3, л. 3], которые необходимо рассмотреть подробнее.

Английский роман рубежа XV–XXI веков естественно немислим без теоретико-интеллектуального фона постмодернистских штудий, на что указывает О. Джумайло. Тексты эффектно иллюстрируют циркулирующие среди интеллектуалов теоретические идеи: «Водоземье» («Waterland», 1983) Г. Свифта или «История мира в 10 ½ главах» («A History of the World in 10 ½ Chapters», 1989) Дж. Барнса оказываются экспликациями концепции Ж. Ф. Лиотара, а «Сатанинские стихи» («The Satanic Verses», 1988) С. Рушди – известного исследования Хоми Бхаба «ДиссемиНация» («Dissemi-Nation», 1990) [6, с. 9–10]. И. П. Ильин пишет, что вся структура постмодернистского романа, на первый взгляд, предстает как нечто вызывающее отрицание повествовательной стратегии реалистического дискурса: отрицание причинно-следственных связей, линейности повествования, психологической детерминированности поведения персонажа. Постмодернисты, с точки зрения исследователя, отвергают принцип внешней связности повествования, и эта стилистическая черта стала самой основной и легко опознаваемой приметой постмодернистской манеры письма [7, с. 135].

Английский роман современности представляет собой «очень пеструю, очень многоликую, разнообразную картину, в которой нет резкой границы между модернизмом и немодернизмом», – пишет российская исследовательница Н. А. Соловьева [8, с. 481]. Роман «постулирует свой фиктивный статус, авторы вторгаются в сочиненные ими же истории, художественная реальность смыкается с фактами реальной жизни, старые байки встречаются с новыми, а “высокая литература” – с распространенными среди широкой публики поп-стилями» [6, с. 9]. Текст романа становится фрагментарным, обрывочным и «утрировано фиктивным» [Там же, с. 15].

В результате экспериментов с формой заметно усложнилась романная структура и пространственно-временная организация произведений. Нередки произведения, в которых самым причудливым образом сочетаются несколько временных планов (например, в романах П. Акройда и А. С. Байатт) или все повествование выстраивается в обратном порядке («Стрела времени» («Time's Arrow», 1991) М. Эмиса).

Не стоит забывать и о стилевой «многоголосице» [6, с. 8] романов, в которых наблюдается плюрализм стилей: авторы используют как традиционные стили, так и новаторские. Все это свидетельствует о «разрушении всех форм художественной каноничности» романа, в котором сосуществуют казалось бы несовместимые черты поэтики, ценностные критерии [9, с. 465]. Современные английские романы написаны либо красивым, утонченным и поэтическим языком, либо языком прямолинейным и грубым, который

даже оскорбляет некоторых читателей (например, роман Джеймса Келмана «До чего ж оно все запоздало» («How Late It Was, How Late», 1994) или Марка Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки» («The Curious Incident of the Dog in the Night-Time», 2003), грешащие бранными словами) [5, p. 9]. Писатели рубежа тысячелетий словно испытывают жанр романа, читающую публику, издателей, критиков на предмет того, насколько далеко им можно зайти.

Современный романист, по утверждению Д. Лоджа, словно оказался в «эстетическом супермаркете», где прилавки ломятся от обилия стилей, техник, сюжетов, и романист/покупатель может выбрать любые из них, объединив их так, как он только пожелает [цит. по: 10, p. 11].

Для романов современных писателей характерно «сосредоточение внимания на судьбе отдельной личности и ее повседневных буднях, глубокий и утонченный психологизм, тенденция к субъективному повествованию» [3, л. 3], чему в немалой степени способствует использование авторами повествования от первого лица. Роман становится личностным отражением реальности и не претендует на объективность и правдоподобие. Преимуществом повествования такого типа выступают более доверительные «отношения» между рассказчиком и читателем. Проза же становится исповедальной и рефлексивной. «Отголоски мучительных поисков новой исповедальности все так же пронзительно звучат со страниц романов Грэма Свифта, Салмана Рушди, Мартина Эмиса, Иэна Макьюэна, Питера Акройда, Кадзуо Исигуро, Джулиана Барнса, Дональда М. Томаса, Антони Байетт, Анджели Картер, Дженетт Уинтерсон и многих других писателей “печальной и испуганной эпохи”» [6, с. 8].

Таким образом, многоуровневая организация текста, мозаичность и многослойность повествования, дискретность, прием игры, мистификации, псевдофактографичность, резкий контраст, коллаж, гиперинформативность, уничтожение грани между фактом и вымыслом – все то, что характерно для литературы постмодернизма в целом [11, с. 95], присуще и современному британскому роману.

Однако, как подчеркивает Т. Н. Красавченко, культура Великобритании в силу островного положения страны и сильных традиций консерватизма избегает крайностей, ее авангардизм всегда был умеренным [12]. Ей вторит Н. А. Антонова, утверждая, что сдержанность английского характера, отказ от радикальных теорий приводит к тому, что, «как многих английских модернистов критики относили к этому направлению “с оговорками”, так и большинство постмодернистов называют таковыми только условно» [13, л. 3]. «Творчество крупных писателей, живущих в эпоху постмодернизма, не укладывается в его рамки, – считает Т. Н. Красавченко. – Хотя, пожалуй, многие из них отдают дань времени: видят в творчестве игру с ускользающим смыслом, склонны к деконструкции стереотипов, клише. Они создают иллюзию реализма, и каждый в разной мере разрушает ее, передавая ощущение зыбкости реальности, относительности истины» [12]. Эта неодно-

значность связана, думается, с тем, что, как пишет А. П. Саруханян, «английский постмодернизм начался в контексте возрождавшейся в 60-е гг. реалистической традиции» [14, с. 7]. И, как подчеркивает автор статьи «За границами игры: английский постмодернистский роман 1980–2000» О. Джумайло, «ни философские, ни формальные забавы постмодернизма не стали для британцев самодостаточными» [6, с. 8]. Вопреки всем экспериментам, «на фоне постмодернистского упразднения всякой “гуманистической” перспективы, на фоне “постмодернистского интеллектуального угара” английский роман выказывает упрямую верность “фактам”: есть автор, есть герой и есть читатель, ибо есть вечное человеческое вопрошание о неизбывной и неподвластной симулякрам реальности – реальности человеческого опыта» [6, с. 7]. Подчеркнутая конструктивность повествования (пастиш, система двойничества, «структура замыкания», саморефлексия, легко узнаваемые цитаты и т.д.), по мнению О. Джумайло, скорее указывает на отчаянные попытки «эскапизма рассказчика в игры со словом. Он будто прячет свою личную травму за игровыми постмодернистскими конструкциями, проговаривает личное в бесчисленном количестве чужих дискурсов, трансформирует неизбывную боль в языковой конструкт. В игровых романах звучит голос человеческого страдания, молящего о забвении боли и хаоса мира в слове» [6, с. 11]. Во многих романах 1980–1990-х годов «постмодернистский игровой фасад оказывается великолепной, но дырявой декорацией, через которую с гулким свистом прорывается боль опыта» [Там же, с. 13]. Отсюда интерес современных авторов к общественно значимым темам, которые, по их мнению, «подлежат публичному обсуждению» [15, с. 75].

Британские писатели, подчеркивает О. Джумайло, не желают принимать ни «смерть романа», ни «смерть автора». Оставаясь «детьми постмодернистской полуночи», они создают воображаемые миры с надеждой на понимание своего места в реальности, своей судьбы в надтреснутом, еретическом, плюралистичном мире» [6, с. 10]. Эксперименты вторичны по сравнению с эмоциональной и тематической составляющей романов. «Для “гуманистического постмодернизма” неважно, существует ли реальность в реальности или это 10 ½ баек<sup>1</sup>, важно фундаментальное человеческое вопрошание – переживание реальности опыта: надежд, утрат, любви, стыда, вины и смерти» [Там же, с. 12], – продолжает исследовательница. Основной темой британских романов неизменно выступает невыразимое бытие страдающего человека. Приведем лишь несколько романов, написанных в духе реалистичного письма: «Свет дня» («The Light of the Day», 2003) Грэма Свифта, «Невыносимая любовь» («Enduring Love», 1997) и «Суббота» («Saturday», 2005) Иэна Макьюэна, ранние романы Кадзуо Исигуро. К наиболее молодым дарованиям, пишущим в русле реализма, Р. Брэдфорд относит Фердинанда Маунта, Дэвида Джона Тейлора, Майкла Фрэйна, Найджела Уильямса, Саймона Мэйсона, Ховарда Джейкобсона, Эндрю Нормана Уилсон и Элизабет Джейн Ховард [10, р. 74].

---

<sup>1</sup> Аллюзия на роман Дж. Барнса «История мира в 10 ½ главах».



Любопытны признания самых ярких представителей английского постмодернизма. М. Эмис, автор классического постмодернистского романа «Деньги» («Money», 1984), отмечает в интервью: «Думаю, что все мы уходим от игрового, трюкового текста. Он подобен зданию с вынесенными наружу коммуникациями. <...> Сейчас понятно, что это тупик» [цит. по: 6, с. 11]. Г. Свифт признается: «Эмоциональная сторона литературы для меня гораздо важнее. Я хочу, чтобы мои читатели приобрели опыт, чтобы текст их затронул. И если литература не ведет к истине, она должна вести к сочувствию и состраданию» [Там же]. Вторят друг другу и К. Исигуро, и И. Макьюэн, прибегающие к постмодернистскому «трюкачеству»: «Мне интересен литературный эксперимент только в той степени, в какой он позволяет раскрыть тему в ее эмоциональном объеме» [16, р. 346]; «Я хотел играть, но играть серьезно с тем, что связано скорее с глубокими чувствами, не интеллектом» [цит. по: 6, с. 12].

О приверженности современного английского романа классической системе ценностей говорят и другие исследователи. Так, Д. Хед отмечает, что роман возобновляет контакт с реализмом, «становясь мостом, который позволил читателю связать текст и реальность. Если мы говорим о постмодернизме, который основан на трансформации реализма, а не на его отвержении, если этот постмодернизм способен вызвать эмоциональный отклик, невзирая на фокусы саморефлексии, тогда в Британии мы имеем дело с ним. <...> Игровой постмодернизм оказался невостребованным в британской художественной культуре» [17, р. 229].

Вышеприведенные идеи созвучны рассуждениям Т. Г. Струковой о тенденциях в развитии современной литературы в целом. По ее мнению, осмысление мира в после-постмодернистскую эпоху конца XX – начала XXI века характеризуется возвратом к классической технике рассказа, при которой в центр повествования вновь поставлен человек в данных ему обстоятельствах – повествование вновь сосредоточивается на событии, действии и реальной жизни. В роман начинает возвращаться лирический герой, повествователь, автор, усиливается фактор национальной идентичности [15, с. 74]. При этом она подчеркивает, что в этом явлении нет возврата к чистой фабуле или к классическому реализму, но быстро меняющаяся реальность рубежа XX–XXI веков модифицирует художественный дискурс, т.е. происходит возрождение интереса к реалистической поэтике. Объектом художественного изображения становится современный человек, в основном горожанин, «изнуренный физически и психологически в бесконечной гонке за успехом, теряющий духовную сущность в безостановочной феерии потребительства». На данный момент возможности классического постмодернизма «убывают, и роман находится в поиске новых форм», – считает Т. Г. Струкова [Там же, с. 82].

Следуя традициям реалистической традиции, современный английский роман стремится отобразить реальность рубежа веков, которая, по справедливому замечанию Б. С. Джонсона и Ж. Гордона, «в отличие от

действительности XIX века хаотичная, текучая, беспорядочная, что должно быть отражено в современной художественной форме» [цит. по: 13, л. 4]. При этом писатели прибегают к достижениям не столько реализма, сколько модернизма с его экспериментальными открытиями, считают Н. А. Антонова и Р. Брэдфорд [13, л. 4; 10]. Это подтверждает и творчество К. Исигуро, который использует приемы, введенные модернистами. Однако современный реализм не столько отражает реальность, сколько симулякры того, что некоторые читатели принимают за реальность [18, р. 11]. Ибо, по мнению Д. Лоджа, писатели-реалисты рубежа XX–XXI веков осознают, что то, что составляет реальность, это нечто спорное, противоречивое и проблематичное [19, р. 47].

Литературовед Р. Брэдфорд указывает, что в начале XXI века битва между реализмом и модернизмом/постмодернизмом успешно завершилась. Ни одна из сторон не вышла из нее победительницей – литература стала гибридной версией вышеназванных направлений. Хотя в литературной практике сохраняются примеры доведения романа до крайности (как в случае с Фердинандом Маунтом и Джоном Бергером), «однако большинство современных авторов, особенно тех, чье восхождение пришлось на последние два десятилетия, больше похожи на лоджевских покупателей в эстетическом супермаркете – им на выбор предоставлено разнообразие стилистических возможностей и культурных брэндов» [10, р. 78]. То, что раньше считалось авангардным и нарушением нормы, сейчас стало нормой. Это – не результат «сейсмического сдвига», а того, что эксперименты стали доступными и привычными [Там же].

Неизвестно, каким будет дальнейшее развитие романа, поскольку и в наше время по-прежнему актуальна мысль М. М. Бахтина: «роман – единственный становящийся и еще неготовый жанр. Жанрообразующие силы действуют на наших глазах: рождение и становление романного жанра совершаются при полном свете исторического дня. Жанровый костяк романа еще далеко не затвердел, и мы еще не можем предугадать всех его пластических возможностей» [20, с. 194].

Российский исследователь Н. Л. Лейдерман и вовсе называет современную эпоху постреализмом, в основе которого лежит «универсально понимаемый принцип относительности, диалогического постижения непрерывно меняющегося мира и открытости авторской позиции по отношению к нему» [21, с. 420]. В отличие от постмодернизма постреализм, как считает ученый, никогда не порывал с конкретным измерением человеческой личности: «Именно через человека и ради человека он пытается постигнуть хаос; бесстрашно бросается в его пучину, чтобы понять алогичные законы хаоса и найти в них телеологическую связанность – то, что могло бы стать целью и оправданием единственной человеческой жизни, со всех сторон окруженной “обстоятельствами” хаоса» [Там же, с. 423], не игнорируя окружающую действительность. В отличие от постмодернизма постреализм не потерял «конкретного живого человека с его болью» [Там же, с. 424]. Сам

процесс творения стал полным драматизма перебором вариантов ответа на вопрос «Есть ли в жизни смысл?», где утверждения сменяются сомнениями и отрицаниями, а открытия опровергаются новыми данными.

Таким образом, неотъемлемой характеристикой современной британской литературы стал синтез поэтики реализма, модернизма и постмодернизма.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Бахтин, М. М.* Проблемы творчества Достоевского / М. М. Бахтин. – Киев : Next, 1994. – 512 с.
2. *Рымарь, Н. Т.* Роман XX века // Литературные термины : (Материалы к словарю) / ред.-сост. Г. В. Краснов. – Коломна, 1999. – Вып. 2. – С. 63.
3. *Полуэктова, Т. А.* Жанровые формы романов Берил Бейнбридж : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.03 / Т. А. Полуэктова. – Красноярск, 2011. – 223 л.
4. *Bentley, N.* Contemporary British Fiction / N. Bentley. – Edinburgh : Edinburgh Univ. Press, 2008. – 224 p.
5. *Bickley, P.* Contemporary Fiction : The Novel since 1990 / P. Bickley. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2008. – 128 p.
6. *Джумайло, О.* За границами игры : английский постмодернистский роман 1980–2000 / О. Джумайло // Вопросы литературы. – 2007. – № 5. – С. 7–45.
7. *Ильин, И. П.* Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа / И. П. Ильин – М. : Интрада, 1998. – 256 с.
8. *Соловьева, Н. А.* Литература Великобритании / Н. А. Соловьева // Зарубежная литература XX века : учебник для вузов / Л. Г. Андреев. – М., 2000. – 560 с.
9. *Кабанова, И. В.* Английская литература после 1945 года / И. В. Кабанова // Зарубежная литература XX века : учеб. пособие для студ. вузов / под ред. В. М. Толмачева. – М., 2003. – С. 433–466.
10. *Bradford, R.* The Novel Now : Contemporary British Fiction / R. Bradford. – Oxford : Blackwell Publishing Ltd, 2007. – 264 p.
11. *Гребенникова, Н. С.* Зарубежная литература. XX век : учеб. пособие по курсу «История зарубежной литературы XX века» / Н. С. Гребенникова. – М. : ВЛАДОС, 1999. – 128 с.
12. *Красавченко, Т.* Английская проза – новое дыхание [Electronic resource] / Т. Красавченко // Литературная газета. – Mode of access : <http://www.lgz.ru/article/11708/>. – Date of access : 31.01.2018.
13. *Антонова, Н. А.* Полистилистика романа А.С. Байетт «Обладание» : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.03 / Н. А. Антонова. – Волгоград, 2008. – 202 л.
14. *Саруханян, А. П.* Введение / А. П. Саруханян // Энциклопедический словарь английской лит. XX века / отв. ред. А. П. Саруханян. – М., 2005. – С. 3–12.
15. *Струкова, Т. Г.* Диалог современного романа и мира / Т. Г. Струкова // Всемирная литература в контексте культуры : сб. науч. тр. по итогам XIX Пуришевских чтений. – М., 2007. – С. 73–82.

16. *Mason, G. An Interview with Kazuo Ishiguro / G. Mason // Contemporary Literature.* – 1989. – Vol. 30.3. – P. 335–347.
17. *Head, D. The Cambridge Introduction to Modern British Fiction, 1950–2000 / D. Head.* – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2002. – 307 p.
18. *Holmes, F. M. Realism, Dreams and the Unconscious in the Novels of Kazuo Ishiguro / F. M. Holmes // The contemporary British Novel.* – Edinburgh, 2005. – P. 11–22.
19. *Lodge, D. The Modes of Modern Writing: Metaphor, Metonymy, and the Typology of Modern Literature / D. Lodge.* – London : Edward Arnold, 1977. – 296 p.
20. *Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин.* – М. : Искусство, 1975. – 368 с.
21. *Лейдерман, Н. Л. Русская литература XX века (1950–1990-е годы) : учеб. пособие для вузов : в 2 т. / Н. Л. Лейдерман, М. Н. Липовецкий.* – 5-е изд., стер. – М. : Академия, 2010. – Т. 2 : 1968–1990. – 686 с.

The author discusses the contemporary British novel which has a number of peculiarities both of content and form. The novel is characterized by new themes, the return to popular plots and famous historical facts, as well as by the use of biblical allusions, quotations from old texts, mythological and folklore motifs, and intertextuality. As for the the form, the British novel abounds in a combination of various genres and styles.

*Поступила в редакцию 02.05.2019*

**Д. В. Русецкая**

#### ЭСТЕТИКА МЕТАТЕАТРАЛЬНОСТИ В ПЬЕСЕ ТИМА КРАУЧА «МОЯ РУКА»

Статья посвящена исследованию метатеатральности в творчестве британского драматурга Тима Крауча на примере пьесы «Моя рука» («My Arm», 2003). Начиная со второй половины XX века драматурги и режиссеры стремятся к трансформации театральных приемов. В британской литературе такие авторы, как Питер Шеффер, Кэрил Черчил, Тим Крауч, преодолевают границы драматических канонов с целью более точного отражения сегодняшней действительности, тем самым определяя тенденции современного театрального ландшафта. В статье исследуется роль метатеатральных приемов (внутридраматические отсылки к фикциональности пьесы, включение зрителя в действие, разрушение дихотомии между вымыслом и действительностью и т.д.) в творчестве Тима Крауча, которое является на данный момент неизученным в литературоведении восточноевропейских стран.

Тим Крауч (Tim Crouch, род. 1964) – современный британский драматург, режиссер и актер. В западном литературоведении его творчеству посвящено достаточно большое количество статей и глав монографий, написанных такими литературоведами и театроведами, как Стивен Боттомс, Дэн Рэбелато, Хелен Фрэншоутер, Душка Радосавлевич, Ондржей Пильны и др. В литературоведении восточноевропейских стран пьесы Крауча не изучены вовсе.

Известность к драматургу пришла почти сразу после появления первой пьесы «Моя рука» («My Arm») в 2003 году. Этому предшествовал огромный опыт работы в театральной сфере в качестве актера и преподавателя

в Королевском национальном театре (Royal National Theatre). Фундамент, заложенный в ходе поиска нетрадиционных форм работы с актерами, вызвал необходимость постройки целой структуры концептуальных визуально-текстуальных соединений в драматургии.

При анализе драматического метода Крауча можно найти много точек пересечения с весьма распространенной в настоящее время теорией пост-драматического театра (театр опыта и состояния, спектакль как коммуникативное событие, перформативность, разрушение связи между текстом пьесы и театральным представлением и т.д.). Несмотря на внутреннюю противоречивость самой теории, а также неточное соответствие творчества Крауча всем основным ее пунктам, мы все же можем свести общие их черты к теории метатеатра. На рубеже XX–XXI вв. театр глубоко саморефлексивен, что доказывают произведения таких драматургов, как Том Стоппард, Питер Шеффер, Кэрил Черчил, Мартин Кримп. У Крауча концентрация мета-театральных приемов образует каркас для нанизывания театральных знаков. Такая стратегия становится очевидной ввиду изначального желания автора поставить под вопрос, обсудить, т.е. тематизировать в контексте своих пьес, положение автора, актера, зрителя, сцены, нарратива, декораций и т.п. в современном театре.

Работы Крауча часто называют «экспериментальными» ввиду того, что автор трансформирует традиционные компоненты драматического произведения, преобразовывая или приводя их к «чистому» состоянию, усиливая или устрояя их. Сам же драматург считает, что, будь то эпитет или жанровое отнесение, данная характеристика в некоторой мере лишает зрителя и читателя возможности непредвзято воспринимать его произведения. Почему для драматурга так важен вышеуказанный аспект восприятия, а также какими способами он пытается его достигнуть, рассмотрим на примере пьесы «Моя рука».

«I had a story, I needed to tell it and all the ideas I'd been worrying about for the last 20 years fell into that story» [1], – говорит о ней Крауч в одном из интервью. В основе этой пьесы (как и всего творчества драматурга) лежит непринятие форм работы и приемов построения спектакля в традиционных театрах и театральных школах. Привычные методы взаимодействия актера с текстом, пространством, партнерами по сцене, зрителями, а также его доминирующее положение в постановках вызывали у Крауча непонимание и отторжение: «I'd become more and more interested in the relationship that existed in the theatre with the audience. I had become more depressed about psychologically and realistically motivated rehearsal processes, and was sort of exorcising those issues in my teaching» [2, p. 217]. Идея переосмысления этих составляющих звучит с первых слов пьесы: «*My Arm* is partly about giving ordinary things extraordinary significance» [3]. Еще прочнее, чем у П. Шеффера или М. Кримпа, укореняется идея иного осмысления того, на чем ранее не заострялось внимание как создателей постановки, так и зрителей, чтобы выявить невидимые за вихрем сюжетных перипетий детали и наделить театральные знаки новым смыслом.

По сюжету главный герой повествует о том, как однажды в детстве (возраст не определен) он решает поднять одну руку (неизвестно, правую или левую) вверх над головой и больше никогда ее не опускать. С этим действием у него связаны глубочайшие ощущения удовольствия и значимости этого события в его саморазвитии: «I can't begin to describe my sense of definition and power. I realised for the first time where I ended and the rest of the world began – I felt sharp, delineated» [3]. Несмотря на то, что на него начинают косо смотреть окружающие, в семье наступает раздор и разочарование, а психиатры проводят безрезультатные исследования и пытаются убедить его опустить руку, герой утверждает, что это не было ново, не было его идеей. Ранее со старшим братом он играл в подобные игры: «We would test each other to see how long we could live on tip-toe, how long we could go without weeing, how long we could make our wees last» [Там же]. Только герой решает навсегда остаться в одной из этих игр, до конца изучить ее возможности и последствия. То есть, концентрируясь на игре, он делает ее заметной в бесчисленном ряду подобных, что и становится фундаментом рождения произведения искусства внутри пьесы (герой далее превращается в арт-объект разных художников и продюсеров). «But then you would never have heard of me. You might have been spending these moments of your life doing something else» [Там же], – обращается герой к зрителям и читателям. Буквально показывая, как рождается предмет искусства внутри художественного произведения, Крауч, подобно П. Шефферу, во-первых, закладывает в пьесу множество важных идей (что есть искусство, размытость границ между действительным и художественным, моральным и аморальным в искусстве), а во-вторых, делает возможным широкий анализ драматических условностей, при котором драматург вырывает каждую деталь из ряда традиционных театральных знаков и помещает ее в новый визуально-текстуальный контекст. Но конечная и главенствующая цель этого – заменить условности зрительского и читательского восприятия новым опытом, ощущениями и возможными видами рефлексии. Подобно второстепенным персонажам пьесы, зритель и читатель также занимают свою нишу по отношению к главному герою, соответственно принятому в данный момент решению.

Повествование ведется от первого лица, имя, возраст героя нам неизвестны, на сцене всего один актер, он же автор пьесы. У зрителя может возникнуть правомерная догадка, что произведение автобиографическое и драматург с документальной точностью описывает свою жизнь до настоящего момента. Однако сразу же на поверхность выходят одновременно отрезвляюще четкие и амбивалентные детали, опровергающие эти домыслы. Сперва мы узнаем, что главный герой ширококостный, немного толст и у него длинные волосы, а потом, что его поднятая рука со временем чернела и атрофировалась, в результате чего персонажу вынуждены были удалить один палец. Именно этот палец, целый и невредимый, поднимает перед собой актер среднего роста, слегка худощавый и абсолютно лысый. Почему актер таков? Ответ можем найти в словах драматурга – чтобы «“minimalize what's happening on stage” in order to “maximize what's happening in the audience”» [4, p. 395]. Действительно, ничего из того, о чем повествуется, не воспроиз-

водится на сцене. Как и в поздних пьесах реформатора театра С. Беккета, убежденность в правдивости информации здесь шатка, а настоящее положение главного героя ощущается на границе между вымышленным миром пьесы и его действительным присутствием. Здесь мы видим, как пересматриваются акценты традиционной актерской работы с текстом. Вместо того, чтобы сливаться с ним и изображать его, он «отслаивается» от него и функционирует наравне с ним. Актер не играет героя, не копирует происходящее, не передает эмоций, при этом он единственный, кто конструирует пьесу, а каждый шаг на пути его взаимодействия с нарративом складывается в метафору или отдельный концепт.

На сцене перед зрителями находится только стол, к которому прикреплена камера, передающая видео на стоящий в другом конце сцены телевизор. На столе все герои пьесы представлены различными предметами: главный герой в виде небольшой деревянной куклы с поднятой рукой, а второстепенные персонажи – разнообразных предметов (ключей, фотографий, брелоков, ID-карт и т.д.), которые актер любезно попросил у зрителей перед началом спектакля. Впечатление усиливается тем, что, когда героям время «выходить на сцену», их ставят перед объективом камеры, и зритель видит их только на экране телевизора. Учитывая то, что актер не стереотипизирует предметы по принадлежности женщинам или мужчинам, можно сказать, что еще недавно хорошо знакомые личные вещи зрителей теперь проникают в иное измерение, становятся ключом к рождению разнообразных ассоциаций и обретают новые свойства. Здесь нельзя говорить о традиции кукольного театра, так как объекты в основном играют функцию посредника между зрителем и сценой, отображая буквальную включенность первого во вторую. В последующих пьесах Крауч пойдет дальше – пригласит на сцену добровольца из зала или сам вторгнется в давно уже расшатанное пространство, прежде отведенное только зрителю.

Медиатизация также дополняет взаимоотношения трех концепций главного героя (нарративного, медиатизированного, театрального). В отличие от привычного двухчастного соединения актер/герой, в данном случае мы имеем срединное пространство, которое оказывается неизмеримо ближе к нарративу и материализует его больше, нежели актер (у главного героя здесь поднята рука, он встречается с членами своей семьи и другими второстепенными персонажами-предметами). Этим еще более подчеркивается вымышленность нарратива, его концептуальная отдаленность от театрального пространства. Именно поэтому немецкую постановку пьесы, где актер на протяжении всего спектакля ходит с поднятой над головой рукой, драматург оценил как «bizarre».

Очевидно стремление Крауча отвергнуть миметическое копирование озвученного действия. Разъединение текста и формы его подачи позволяет преобразовать их классический тандем в отдельные равнозначные очаги рождения смысла. «The word is the ultimate conceptual art form as much as the word is the symbol for an idea or thing, rather than the acting itself» [5, p. 67], – говорит драматург. Отсутствие прямой связи между текстом и изображением устраняет функцию комплементарности первого по отношению к действию

в театре. В отличие от драматургии второй половины XX века, когда язык мыслился как средство, не способное более выразить истинную суть чего бы то ни было, здесь наоборот языку возвращается способность создавать и преобразовывать, так как трансформация объектов представлена преимущественно посредством их присутствия в нарративе.

Ввиду того, что нарратив в своем традиционном понимании уже не влияет на происходящее на сцене, сама речь становится наибольшим действием. Сцена при этом представляет собой не платформу для разворачивающегося сюжета, но инструмент для создания ситуации или события, в котором встречаются пьеса и зритель, представляющий ее в собственном сознании. Более того, психологический портрет (определенных) героев напрочь отсутствует, дабы не погружать зрителя и читателя в палитру чужих чувств, но создать художественную среду для тренировки их собственной психологии. Так, например, отец главного героя описан через работу и машину, ежедневные занятия матери по дому также возведены в статус «работы»: «At this time my dad – ... is a salesman for Artificial Fibres. He drives a second-hand beige Mercedes. He is as old as I am now. My mum – ... is my dad's professional wife. She does fondue. She drinks gin and soda» [3]. Краткость описаний не мешает серой печальной картине обывательской жизни оформиться в воспринимающем сознании.

В таком театре перед публикой открыта возможность переключиться с чужого действия на собственное чувство, погрузиться в состояние данного события и личного выбора, сделанного в его рамках. Состояние само по себе предполагает акцент на моменте здесь и сейчас, одновременность восприятия происходящего, погружение в некий монолитный центр того, что в действительности выглядит как разобренная последовательность. Проникнуться этими ощущениями предлагает нам главный герой. «I'm going to hold my breath until I die. (*The performer takes a deep breath in*)» [Там же], – первая его реплика в пьесе, обескураживающая (будет ли герой на самом деле задерживать дыхание, умрет ли он в конце) и настраивающая сознание на момент, связывая начало и конец воедино. Она одновременно констатирует вымышленность всего, что произойдет (так как невозможно не дышать во время пьесы, повествуя), и сжимает долготу пьесы до мгновения (состояния) последнего вздоха главного героя. Во время него главный герой решает рассказать о том событии, которое стало для него всем, охватило всю его сущность: «And that, really, is the beginning, the middle and the end» [Там же]. Начало, середина и конец – категории, четко проецируемые на структуру драматического произведения. В них вымышленный мир и действительный показ пьесы сливаются, так как развертывание сюжета не последует ни в жизни главного героя, ни в фабуле пьесы, ни в ее сценическом воспроизведении.

Удаляя со сцены ожидаемые публикой «указатели и направляющие знаки», автор обращается к воображению зрителей не с целью заставить поверить в то, о чем повествуется, но с целью лишить иного пути кроме как осмыслить увиденное и услышанное самому, через собственный предшествующий и полученный в данный момент опыт. Крауч описывает этот метод следующим образом: «I am interested in it because uncertainty enables the audience



to be open and allows questions to materialise that might not otherwise materialise if there was certainty» [4, p. 399], «If I showed it as I said it, the audience would have nothing to contribute» (сохранены особенности грамматики цитируемого источника. – *Д. Р.*) [Там же, p. 403]. Желание освободить публику от былых условностей – молчания, завершенности действия, психологизма – очищает полотно театрального представления, приглашая зрителя, скорее, в собственное воображение, нежели в вымышленный автором мир.

Так, драматург играет с ролью автора. Являясь им в привычном смысле, он стремится передать авторство в руки зрителей и читателей: «You know, to see a performer own their character is a problem for me because, actually, the person who I want to own character should be the audience» [6, p. 25]. Добивается он этого несколькими способами: во-первых, взывая к зрительскому и читательскому опыту, привнося множество многозначных нескладностей, во-вторых, обнажая сконструированность драматического произведения, в котором зрители и читатели находятся, и открыто показывая, как его детали во взаимодействии рожают определенный художественный мир. Посреди повествования главный герой неожиданно бросает реплику: «I'm being ruthless in the editing of my material. Thirty years into an hour. One year every two minutes» [3]. Ею он будто сознается в «монтировании» событий своей жизни, рассказывает, как это делает, а зритель и читатель в это время обнаруживают, что также пытаются смонтировать происходящее, которое теперь уже обязательно зависит от их личного восприятия.

Искусство и процесс определяют тематику и проблематику пьесы, ее композиционные уровни, доходя также и до способа ее восприятия зрителем и читателем. В пьесе рассматривается три подхода к искусству: его коммерциализация в образе Саймона, беспринципного дельца; приближение искусства к социуму в работах брата главного героя Энтони; фигуративный подход в образе безымянной художницы, которая сосредоточенно изучает главного героя и старается наиболее точно передать его сущность на картинах. Ни одному из подходов не отдается предпочтение. Наоборот, на внесюжетном уровне ощущается пустое место, которое может быть заполнено одновременно концептуальным методом Крауча, который он в данный момент перед нами реализует, и любым другим подходом к искусству, который вольны выбирать зрители и читатели. «Art is anything you can get away with» [Там же], – говорит герой, что одновременно подрывает валидность отнесения пьесы к драматическим произведениям и отстаивает право чего угодно быть названным искусством, расширяя его границы.

Проанализировав творческий метод Крауча на примере пьесы «Моя рука», можно сказать, что преодоление и расширение границ привычного лежит в основе всего произведения. В противостоянии главного героя всему окружению еще отчетливее задается этот тон. В то время как психотерапевты трактуют случившееся с ним как *trauma*, он говорит: «I felt elated by what I had achieved» (выделено нами. – *Д. Р.*) [Там же]. Он одержим этим ничем не значащим для других событием, только через него он может чувствовать и исследовать себя сам. Когда Тётя советует, что «we ought to explore the

transcendent», имея в виду традиционный, наиболее распространенный способ почувствовать себя за чертой привычного существования посредством обращения к богу, в нашем сознании в том же ряду появляется способ, подсказанный главным героем, – обратиться внутрь самого себя. В этом очевидна проекция способа общения Крауча со зрителем и читателем: «Art must not solely appeal to the eye but to the mind as well» [5, p. 69].

Обилие метатеатральных приемов в творчестве Крауча призвано исследовать границы и возможности современного драматического языка. Это происходит не столько при помощи добавления новых деталей к уже существующим, сколько посредством освобождения форм от нагромождений и бессмысленных условностей. Ханс-Тис Леман в своей известнейшей работе «Постдраматический театр», говоря о зарождении театра как вида искусства, пишет: «Сам театр никогда не появился бы... не обладай он храбростью выходить за границы, за пределы, поставленные коллективным началом» [7, с. 298]. Те же самые условия являются самыми плодотворными и для развития современного театрального искусства.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Rebellato, D.* Modern British Playwriting: 2000 – 2009 [Electronic resource]. / D. Rebellato // Modern British Playwriting: 2000 – 2009. – Mode of access : <https://books.google.by/books?id=1TcQAgaAQBAJ&pg=PT121&lpg=PT121&dq=public+parts+crouch&source=bl&ots=7cr0KCbMo&sig=ACfU3U3sm0zbAI6aHn2gVjdpBTcpMa6JPA&hl=be&sa=X&ved=2ahUKewiL8v3jmYTgAhVD3iwKHVMaDGEQ6AEwDHoECAAQAQ#v=onepage&q&f=false>. – Date of access : 04.02.2019.
2. *Radosavljević, D.* Theatre-Making: Interplay Between Text and Performance in the 21st Century / D. Radosavljević. – London : Palgrave Macmillan, 2013. – 275 p.
3. *Crouch, T.* My Arm [Electronic resource] / T. Crouch // Play One. – Mode of access : <https://ru.scribd.com/book/359246403/Tim-Crouch-Plays-One>. – Date of access : 06. 09. 2018.
4. *Ilter, S.* ‘A Process of Transformation’: Tim Crouch on My Arm / S. Ilter. // Contemporary Theatre Review. – 2011. – Vol. 21. – P. 394–404.
5. *Bottoms, S.* Authorizing the Audience: The Conceptual drama of Tim Crouch / S. Bottoms // Performance Research : A of the Performing Arts. – 2010. – Vol. 14. – P. 65–76.
6. *LePage, L.* Tim Crouch and Dan Rebellato in Conversation / L. LePage, D. Rebellato. – Platform : Postgraduate of Theatre & Performing Arts. – 2012. – Vol. 16, № 2. – P. 13–27.
7. *Леман, Х.-Т.* Постдраматический театр / Х.-Т. Леман. – М. : ABCdesign, 2013. – 312 с.

The article is devoted to the role of metatheatrical devices (dramatic references to the fictiveness within the play, involvement of the audience into the action, destruction of the dichotomy between fiction and reality, etc.) in Tim Crouch’s play “My Arm” (2003), which has not been addressed in literary criticism in Eastern European countries yet.

*Поступила в редакцию 02.04.2019*

**СООБЩЕНИЯ****В. В. Халипов****О РАССМОТРЕНИИ ДИССЕРТАЦИЙ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 10.01.03  
ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
(2018 г.)**

Вот уже 20 лет Высшая аттестационная комиссия Республики Беларусь проводит рассмотрение диссертаций на соискание ученых степеней по специальности 10.01.03 – литература народов стран зарубежья. Не явился исключением в этом плане и 2018 год. При всем разнообразии тематики, научной проблематики и методологии представленных работ, уникальности многих аспектов исследований по итогам их обсуждения представляется возможным сформулировать некоторые пожелания и рекомендации общего характера, ориентированные на дальнейшее совершенствования аттестационного процесса.

Наиболее важные из них являются универсальными для всех специальностей и обозначены непосредственно руководством ВАК; среди них особо хотелось бы выделить следующие два.

I. Принципиальной позицией ВАК Республики Беларусь является борьба с любыми формами плагиата в научной сфере, включая рерайт и иные его скрытые формы, в том числе и базирующиеся на возможностях современных компьютерных технологий. Свидетельство тому – проведенный Высшей аттестационной комиссией 26 октября 2018 года научно-методический семинар, посвященный данной проблеме, – «Некорректные заимствования в научных работах: способы сокрытия и выявления». Способы и «технологии» создания иллюзии уникальности текстов научных работ, основывающихся на некорректных заимствованиях, хорошо известны в ВАК; продолжают активно отслеживаться и изучаться их новейшие модификации, непрерывно совершенствуются методы их выявления.

Не менее важно и другое. Все больший акцент делается не только на морально-этических аспектах проблемы плагиата, неприятия и осуждению подобной порочной практики научным сообществом, но и на ее юридических, правовых составляющих. В этом плане плагиатор рассматривается как сознательный нарушитель законов и иных нормативных документов, принятых на самом высоком уровне, – со всеми вытекающими отсюда последствиями. Ужесточение борьбы со всеми формами плагиата является сегодня одной из основных тенденций совершенствования аттестационного процесса в нашей стране.

II. Другой важный момент, на котором акцентирует свое внимание руководство Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь, – обеспечение независимости и объективности проведения научной экспертизы диссертационных исследований. Ведется мониторинг любых попыток какого-либо внешнего вмешательства в аттестационный процесс, оказания прямого или косвенного давления на лиц, причастных к рассмотрению диссертаций. Контролируется соблюдение Закона Республики Беларусь от 15 июля 2015 года «О борьбе с коррупцией».

Ряд конкретных рекомендаций более частного характера представляется возможным сформулировать, обобщив вопросы, замечания и пожелания, прозвучавшие в ходе обсуждения диссертаций по специальности 10.01.03 на заседаниях Экспертного совета № 7 Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь по филологическим наукам и Президиума Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь. Они таковы.

1. Рекомендовать научным руководителям, кафедрам, советам факультетов, советам по защите диссертаций более внимательно подходить к анализу формулировок тем работ. Наименования литературоведческих исследований должны носить строго научный характер и быть выдержаны в рамках соответствующего дискурса; публицистические и эссеистические обороты здесь неуместны. Следует избегать в них метафорических выражений с не вполне ясным смыслом, придерживаться корректной и конкретной научной терминологии.

2. Целесообразность защиты работы не по одной, а по двум специальностям должна быть убедительно аргументирована, а сам текст диссертационного исследования не должен обнаруживать очевидных диспропорций в данном плане. Равным образом это относится и к основным научным результатам диссертации, в том числе нашедшим отражение в научных публикациях и апробации в ходе выступлений на научных конференциях.

3. Учитывая специфику специальности 10.01.03 – литература народов стран зарубежья, следует корректно формулировать ее конкретизирующую расшифровку в скобках, что особенно актуально для разграничения различных литератур стран, использующих один и тот же литературный язык (например, Великобритании, Ирландии, США, Канады и т.д.). В случаях, когда отнесение творчества исследуемого автора к определенной литературе является предметом научных дискуссий, это следует особо оговорить в тексте работы, обозначив при этом и собственную позицию по данному вопросу.

4. При назначении официальных оппонентов нужно по возможности отдавать предпочтение не просто докторам и кандидатам наук, имеющим ученую степень по специальности 10.01.03, а литературоведам, специализирующимся на изучении именно той национальной литературы, на материале которой написана представленная к защите работа. При этом желательно, чтобы для экспертизы диссертации привлекались специалисты, не работающие в учреждении образования, в котором было выполнено исследование.

5. Общее композиционное решение текста работы должно быть обусловлено пониманием диссертации как авторской научноисследовательской работы, то есть обширные главы, содержащие верную, но общеизвестную информацию реферативного характера, являются в рамках данного формата не вполне уместными. Часто такие главы коррелируют с первым из положений, выносимых на защиту, которое также преимущественно содержит общеизвестные и общепринятые суждения, которые никто не пытается опровергать. Они не нуждаются в защите и, следовательно, не подходят для использования в качестве таковых. Каждое из положений, выносимых на защиту, обязательно должно обладать научной новизной и, как следствие этого, предполагать потенциальную возможность проведения полноценной научной дискуссии.

6. Теоретические главы и разделы должны содержать описание только тех методов и понятийно-терминологического инструментария, которые впоследствии реально используются для литературоведческого анализа художественных текстов. Введение в работу терминов «декоративного» характера, не приводящее к получению реальных научных результатов, является необоснованным.

7. В случае, если автор диссертации использует в качестве элементов теоретико-методологической базы своего исследования наработки зарубежных литературоведческих школ, не все из которых являются вполне устоявшимися в белорусском культурном пространстве (а порой имеющие различные версии и у себя на родине), следует предварительно описать малопрецедентный для отечественного литературоведения понятийно-терминологический инструментарий, использующийся впоследствии.

8. Приводя в тексте работы суждения отечественных и зарубежных ученых о творчестве исследуемого автора, недостаточно просто ограничиться констатацией факта существования подобных точек зрения на какие-то аспекты исследуемой проблемы. Следует хотя бы кратко дать понять, с какими из них диссертант солидарен, а от каких, напротив, дистанцируется.

9. Стремясь продемонстрировать актуальность проводимых исследований для отечественного литературоведения, некоторые авторы диссертаций по специальности 10.01.03 вводят в работу также и материал белорусской литературы. Иногда это абсолютно оправданно, и в итоге получаются интересные исследования компаративного характера, действительно представляющие особый интерес для нашего культурного пространства. Во многих работах уместным и полезным оказывается материал, посвященный переводам произведений зарубежного автора на белорусский язык, исследованиям иностранного автора выдающимися отечественными учеными-литературоведами.

Однако в других случаях материал белорусской художественной словесности диссертанты вводят в текст работы искусственно, его сопоставления с зарубежным проводятся по сомнительным с научной точки зрения критериям, а получаемые в итоге выводы в известной мере являются

надуманными. Не являясь специалистами в области белорусской литературы, такие филологи-зарубежники, к сожалению, часто не могут предложить и полноценного глубокого анализа используемых текстов, по сути низводя их до фонового иллюстративного материала. Как правило, в подобных случаях использование произведений белорусской литературы по существу никак не способствует реализации общей научной концепции работы.

10. Формулируя общие выводы своего диссертационного исследования, равно как и положения, выносимые на защиту, соискатель должен постараться не только конкретно и корректно оформить их в концептуальном плане, но и быть готовым проакцентировать научную новизну каждого из них, как бы мысленно ответив самому себе на следующие вопросы.

- Что новое, неизвестное ранее (и у нас, и на родине исследуемого автора) сформулировано в каждом из положений, выносимых на защиту?

- Что из собственных итоговых выводов соискатель мог бы определить как литературоведческие открытия?

- Какой результат своей диссертации в плане приращения научного знания автор работы считает главным?

## НАШИ АВТОРЫ

Алейник Вадим Сергеевич – студент факультета межкультурных коммуникаций МГЛУ. Тел. 294-74-14.

Аскар Арьян Сохраб – ст. преподаватель кафедры языкознания и страноведения Востока БГУ, аспирант ФМО БГУ. Тел. (+375 29) 508-75-03.

Василенко Екатерина Николаевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики Могилёвского государственного университета им. А. А. Кулешова. Тел. (+375 22) 228-28-89.

Воробей Анна Николаевна – кандидат филологических наук, ст. преподаватель кафедры теории и практики германских языков Барановичского государственного университета. Тел. (+375 29) 524-55-07.

Гладко Марина Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ. Тел. 294-71-14.

Графутко Оксана Олеговна – аспирант кафедры теории и практики английского языка МГЛУ. Тел. 288-25-69.

Иванов Евгений Евгеньевич – кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой теоретической и прикладной лингвистики Могилёвского государственного университета им. А. А. Кулешова. Тел. (+375 22) 228-28-89.

Инь Дун – аспирант кафедры языкознания и лингводидактики БГПУ им. М. Танка. Тел. (+375 29) 538-87-71.

Ключенович Сергей Сергеевич – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода № 2 МГЛУ. Тел. (+375 29) 632-85-65.

Козлова Юлия Евгеньевна – аспирант кафедры теоретического и славянского языкознания, ст. преподаватель кафедры английского языка гуманитарных факультетов БГУ. Тел. (+375 33) 393-16-29.

Красовская Екатерина Владимировна – студент магистратуры кафедры романо-германской филологии Могилёвского государственного университета им. А. А. Кулешова. Тел. (+375 29) 164-19-00.

Кратёнок Ирина Вячеславовна – ст. преподаватель кафедры межкультурной экономической коммуникации БГЭУ. Тел. (+375 29) 634-16-27.

Крот Лариса Григорьевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры ТиПАР МГЛУ. Тел. 288-18-02.

Ламеко Наталия Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры зарубежной литературы БГУ. Тел. 327-12-94.

Лещенко Ксения Игоревна – аспирант ФМО БГУ, ст. преподаватель кафедры языкознания и страноведения Востока БГУ. Тел. (+375 33) 661-39-82.

Максименя Наталья Николаевна – ст. преподаватель кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ. Тел. 294-71-14.

Манько Наталья Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры фонетики и грамматики французского языка МГЛУ. Тел. 284-47-48.

Минина Виктория Генриховна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода № 1 МГЛУ. Тел. 288-25-69.

Нестер Наталия Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ. Тел. 288-25-71.

Русецкая Дарья Викторовна – преподаватель кафедры зарубежной литературы БГУ. Тел. 327-12-94.

Сысоева Татьяна Александровна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации МГЛУ. Тел. 294-71-14.

Тропец Татьяна Владимировна – преподаватель кафедры итальянского языка МГЛУ. Тел. 288-22-15.

Халипов Виктор Викторович – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры зарубежной литературы БГУ, ученый секретарь Экспертного совета № 7 Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь по филологическим наукам. Тел. 327-12-94.

Шевцова Алеся Константиновна – кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой романо-германской филологии Могилёвского государственного университета им. А. А. Кулешова. Тел. (+375 33) 691-94-29.

Шуранова Елена Эдуардовна – аспирант кафедры общего языкознания МГЛУ. Тел. (+375 44) 793-37-23.

# ВЕСТНИК МГЛУ

*Серия 1. Филология*

№ 3 (100), 2019

Научно-теоретический журнал

Ответственный за выпуск *Л. А. Тарасевич*

Редакторы: *Е. М. Бобровская, О. С. Забродская, Е. И. Ковалёва*  
Ст. корректор *С. О. Иванова*

Журнал зарегистрирован  
Министерством информации Республики Беларусь 26 апреля 2010 г.  
в Государственном реестре средств массовой информации за № 1333.

Адрес редакции: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск  
E-mail: [vestnik@mslu.by](mailto:vestnik@mslu.by)

Подписано в печать 27.06.2019. Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. 9,30. Уч.-изд. л. 10,80. Тираж 100 экз. Заказ 30.  
Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499.  
ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г. Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.

Индекс подписки 75017/750172