

Язык и национальное сознание

3

Воронежский государственный университет
Филологический факультет
Кафедра общего языкознания и стилистики
*Межрегиональный Центр
коммуникативных исследований*

Язык и национальное сознание

Научное издание

Вып. 3



**Воронеж
2002**

Язык и национальное сознание. Вып.3. – Воронеж: Истоки, 2002. - 179с.

ISBN

Межвузовский научный сборник “Язык и национальное сознание” – третий из серии публикаций кафедры общего языкознания и стилистики по данной тематике. Первые два вышли в 1998 и 1999 г.

Настоящий сборник подготовлен совместно с кафедрой русского языка Борисоглебского ГПИ и отражает очередной этап исследования двумя кафедрами и межрегиональным Центром коммуникативных исследований филологического факультета ВГУ проблемы «Язык и национальное сознание».

Для студентов, аспирантов, преподавателей вузов, научных работников.

Редакционная коллегия:
В.Я.Голуб, А.Г.Лапотько, И.А.Морозова,
З.Д.Попова, И.А.Стернин, Н.В.Фоминых

Научный редактор – И.А.Стернин

©Коллектив авторов,
2002

Компьютерная верстка, оригинал-макет – И.А.Стернин

Теоретические проблемы описания национального созания

З.Д.Попова, И.А.Стернин

Концептосфера и картина мира

В последнее время выражение «картина мира» получило широкое употребление в самых различных областях гуманитарных наук. Понятие картины мира действительно важно для современной науки, но оно требует четкого определения, поскольку неопределенность данного понятия и вольное обращение с ним не позволяют представителям разных дисциплин понять друг друга, использовать результаты, достичь согласованности в описании картины мира средствами разных наук. Особенно важно определить это понятие для лингвистики и культурологии, которые в большей степени, чем другие науки, используют в последнее время данное понятие. Изложим наше понимание данного термина.

Понятие «картина мира» необходимо рассматривать в одном ряду с понятием «концептосфера». Термин «концептосфера» был введен в отечественной науке академиком Д.С.Лихачевым. Концептосфера, по определению акад. Д.С. Лихачева, это совокупность концептов нации, она образована всеми потенциями концептов носителей языка. Чем богаче культура нации, ее фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, исторический опыт, религия, тем богаче концептосфера народа (Лихачев 1993, с.5).

И концепты, и соответственно, концептосфера – сущности ментальные (мыслительные), ненаблюдаемые. Современные научные данные убедительно подтверждают реальность существования концептосферы и концептов, а именно, реальность мышления, не опирающегося на слова (невербального мышления).

Необходимо также указать на то, что концептосфера носит, по-видимому, достаточно упорядоченный характер. Концепты, образующие концептосферу, по отдельным своим признакам вступают в системные отношения сходства, различия и иерархии с другими концептами. А.Н.Лук писал, что даже между понятиями *небо* и *чай* существует смысловая связь, которая может быть установлена, к

примеру, следующим образом: небо – земля, земля – вода, вода – пить, пить – чай (Лук 1976, с.15).

Конкретный характер системных отношений концептов требует исследования, но общий принцип системности, несомненно, распространяется на национальную концептосферу, поскольку само мышление предполагает категоризацию предметов мысли, а категоризация предполагает упорядочение ее объектов.

Таким образом, концептосфера – это упорядоченная совокупность концептов народа.

Можно говорить также о существовании групповых концептосфер (профессиональная, возрастная, гендерная и т.д.), а также индивидуальной концептосферы отдельного человека, но нас в данном случае интересует именно национальная концептосфера.

Концептосфера народа образует его *информационную базу* (термин А.А.Залевской).

Под картиной мира в самом общем виде предлагается понимать *упорядоченную совокупность знаний о действительности, сформировавшуюся в общественном (групповом, индивидуальном) сознании.*

К проблеме определения понятия «картина мира» следует подойти с общенаучной, гносеологической точки зрения, что позволит прежде всего разграничить *виды картины мира*. Принципиальным представляется разграничение двух картин мира – непосредственной и опосредованной.

Непосредственная картина мира – это картина, получаемая в результате прямого познания окружающей действительности сознанием. Познание осуществляется как при помощи органов чувств, так и при помощи абстрактного мышления, которое рефлексирует над полученными эмпирическими данными и ранее сформированными абстрактными сущностями; однако в любом случае эта картина мира не имеет «посредников» в сознании и формируется как результат непосредственного восприятия мира и его осмыслиения субъектом. Непосредственная картина мира определяется нами как *когнитивная*, то есть отражающая познание действительности сознанием.

Когнитивная картина мира в сознании личности системна и влияет на восприятие личностью окружающего мира:

- предполагает классификацию элементов действительности,
- предполагает приемы анализа действительности (объясняет причины явлений и событий, прогнозирует развитие явлений и событий, предсказывает последствия событий),

- упорядочивает чувственный и рациональный опыт личности для его хранения в сознании, памяти.

Опосредованная картина мира – это результат фиксации концептосферы вторичными, знаковыми системами, которые материализуют, овеществляют существующую в сознании когнитивную картину мира. Таковы языковая и, видимо, художественная картины мира.

Языковая картина мира – это совокупность представлений народа о действительности, зафиксированных в единицах языка, на определенном этапе развития народа.

Языковая картина мира не равна когнитивной – последняя неизмеримо шире, поскольку названо в языке далеко не все содержание концептосферы, далеко не все концепты имеют языковое выражение. Поэтому судить о когнитивной картине мира по языковой картине мира можно лишь в ограниченном масштабе, все время имея в виду, что в языке названо только то, что имело или имеет сейчас для народа *коммуникативную значимость* – об этом народ *говорил*; коммуникативная же значимость языковой единицы, по-видимому, связана с ее достаточно заметной *ценностью* для сознания народа (В.М.Карасик).

Когнитивная картина мира существует в виде концептосферы народа, языковая картина мира – в виде семантики языковых знаков, образующих совокупное *семантическое пространство языка*.

Описание языковой картины мира как картины мира, опосредованной языковыми знаками, дает существенные сведения о когнитивной картине мира, но эти сведения исследователю нужно извлекать из языка специальными приемами – в этом особенность вторичной, опосредованной картины мира: она не влияет на человека непосредственно в акте поведенческо- мыслительной деятельности. На непосредственное мышление и поведение человека в той или иной ситуации когнитивная картина мира влияет, а языковая – нет, именно в силу своей опосредованности, вторичности. «Членение мира», к примеру, осуществляется когнитивными классификаторами и принадлежит когнитивной картине мира, а язык вовсе не членит действительность – он отражает, фиксирует, называет когнитивное членение, осуществляемое концептосферой, он сигнализирует о таком членении.

Языковой образ мира создается:

номинативными средствами языка – лексемами, устойчивыми номинациями, фразеологизмами, обеспечивающими то или иное членение и классификацию объектов национальной действительности,

а также значимым отсутствием номинативных единиц (лакунарность разных типов);

функциональными средствами языка - отбором лексики и фразеологии для общения, составом наиболее частотных, то есть коммуникативно релевантных языковых средств народа на фоне всего корпуса языковых единиц языковой системы;

образными средствами языка - национально-специфической образностью, метафорикой, направлениями развития переносных значений, внутренней формой языковых единиц;

фоносемантикой языка;

дискурсивными средствами (механизмами) языка – специфическими средствами и стратегиями текстопостроения, аргументации, ведения спора, диалога, построения монологических текстов, особенностями стратегий и тактик коммуникативного поведения народа в стандартных коммуникативных ситуациях, приемами построения текстов разных жанров (например, афоризмов, анекдотов, рекламы и т.д.);

стратегиями оценки и интерпретации языковых высказываний, дискурсов текстов разных жанров, критериями оценки их как образцовых или не образцовых, убедительных и неубедительных, удачных или неудачных.

Изучение языковой картины мира само по себе имеет чисто лингвистический смысл – для описания языка как системы, для выявления того, что *есть* в языке и как составляющие язык элементы в нем *упорядочены*; но если исследователь интерпретирует полученные результаты для выявления обозначенных языком когнитивных структур сознания, описание языковой картины мира выходит за пределы чисто лингвистического исследования и становится частью лингвокогнитивного исследования – используется для моделирования и описания концептосферы, концептуальной картины мира. Языковые знаки, слова выступают в этом случае средством доступа к единой информационной базе человека (А.А.Залевская) – его концептосфере, являются методом выявления когнитивных структур.

Таким образом, системное исследование языка, исследование системных отношений в языке, а также исследование его национального семантического пространства – это моделирование вторичной, опосредованной картины мира – языковой картины мира. Важным элементом выявления языковой картины мира является сопоставление языка с другими языками.

Описание языковой картины мира включает в себя:

описание членения действительности языком (ЛСГ, ЛСП, синонимические ряды, иерархические отношения лексики, родо-видовые отношения лексем, ассоциативные связи лексем и др.);

описание национальной специфики значений языковых единиц (какие семантические различия выявляются в сходных значениях в разных языках);

выявление отсутствующих единиц (лакун) в системе языка;

выявление эндемичных (безэквивалентных) единиц в том или ином языке.

Интерпретация результатов исследования языковой картины мира для описания первичной, когнитивной картины – лингвокогнитивный метод изучения концептосферы народа.

Таким образом, изучение языковой картины миры может оставаться в рамках чистой системной лингвистики, а в случае когнитивной интерпретации результатов может выступать как инструмент изучения первичной картины мира, концептосферы народа. Эти два направления в описании языковой картины мира нельзя путать и тем более ставить знак равенства между ними: языковая картина мира лишь частично отражает концептосферу и лишь фрагментарно позволяет судить о концептосфере, хотя более удобного доступа к концептосфере, чем через язык, видимо нет.

Таким образом, когнитивная картина мира и языковая картина мира связаны между собой как первичное и вторичное, как ментальное явление и средство доступа исследователя-лингвиста к нему. Концептосфера представляет собой когнитивную картину мира, язык как система – языковую картину мира.

1. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Изв.РАН – СЛЯ – 1993, № 1. – С.3-9.

2. Лук А.Н.Мышление и творчество. М., 1976.

Национальные особенности языкового сознания

Е.В.Фирсова

Лексико-фразеологическое поле «Богатство» в русском языке

В данной работе мы рассматриваем лексико-фразеологическое поле, объединяемое лексемой *богатство*.

В словаре лексема «богатство» определяется как обилие материальных ценностей, денег, ценные вещи, драгоценности, роскошь (Словарь современного русского литературного языка под ред. А.П. Евгеньевой, 1991).

Слово *богатство* восходит к общеславянскому «богъ», означающее «наделяющий богатством», «дарующий благополучие»; возможно, оно являлось эпитетом при имени какого-либо «доброго» языческого божества (Черных, с. 98-99).

В семеме *богатство* в настоящее время выделяются следующие основные семы:

- много, большое количество чего-либо;
- материальная ценность;
- то, что накапливают, стремятся приобрести, собирают;
- то (ценное), что принадлежит кому-либо;
- то, что можно обменять, продать.

Если первые две семы очевидны и легко выводятся из дефиниции, то последующие выводятся логическим путём. Неоспорим тот факт, что концепт *богатство* был создан сознанием человека и менялся от эпохи к эпохе и от культуры к культуре. Неизменным оставался лишь человек, который и определял принадлежность предметов материального мира к этой категории в конкретный исторический период.

В исследуемом ЛФП выделяется 10 семантических подгрупп.

Ядро ЛФП «богатство» составляет подгруппа группа «материальное воплощение богатства».

К ближней периферии относятся группы: внешние атрибуты, отражающие богатство, признаки богатства; поведение человека, обусловленное наличием у него богатства; социальное состояние, обусловленное богатством, наименования людей по наличию богатства.

К дальней периферии относятся: негативные качества и действия, способствующие приобретению или сохранению богатства; положительные качества и действия, способствующие приобретению или сохранению богатства; источники приобретения и увеличения богатства; процесс приобретения богатства; символы богатства.

Анализируя состав десяти выделенных смысловых групп, образующих поле «богатство» в русском языке, нельзя не вспомнить расхожую фразу о том, что у нас невозможно честно заработать много денег. Эта мысль находит реальное подтверждение при рассмотрении таких подгрупп как «процесс приобретения богатства», «негативные качества и действия, способствующие приобретению или сохранению богатства» и «наименование людей по наличию богатства». Обращает на себя внимание оценочность единиц данных групп: очень часто они имеют яркую негативную оценочность. Так, процесс обогащения выражается глаголами типа *заграбастать, зацепать, захапать, прикарманить* и др., а трудовая деятельность, кроме нейтрального «заработать», представлена стилистическими сниженными синонимами: *левачить, халтурить, калымить* и др. Кроме того, количество негативных качеств и действий, способствующих приобретению и сохранению богатства, явно превышает в количественном отношении положительные.

Сравнение с английским языком показывает, что именно отрицательные качества и представлены в русском языке безэквивалентной лексикой: *рвачество, хапужничество, торгашество*. То же можно сказать и о наименованиях людей, наделённых богатством: *рвач, хапуга, скупердай, скряга, торгаш*; если кто много зарабатывает, то он *гребёт деньги лопатой* или *набивает карманы*. Следует отметить, что негативная оценочность всегда направлена на «другого» и никогда не направлена «на себя».

Таким образом, негативное отношение и в определенном смысле презрительное отношение к богатству достаточно широко представлено в указанных выше группах.

В подгруппе «символы богатства» выделяются экспрессивные фразеологические синонимы золота, денег, имеющие негативную оценочность, в которых усматривается связь со «злом» – *презренный метал, жёлтый дьявол*.

Однако в группе «материальное воплощение богатства» вместе с нейтральным *деньги* мы находим и ласковое *денежки, деньжонки*, и сленговые названия *бабки, бабульки..* Здесь мы сталкиваемся с двойственным отношением к богатству, где с одной стороны, оно предстаёт злом, а с другой – выступает необходимостью, *благом*. Этот

корень и дает, пожалуй, русскому языку те немногие слова с положительной оценочностью, репрезентирующие концепт «богатство» в русском языке: благополучие, благосостояние, благоденствие, которые относятся к подгруппе «социальное состояние, обусловленное богатством» и принадлежат к дальней периферии, поскольку богатство выступает составляющей этих состояний, но не может их полностью обеспечить, не исчерпывает их.

Можно предположить, что на неоднозначное отношение русского сознания к богатству повлияла религия. В России, где православие имеет многовековую историю, христианская мораль глубоко укоренилась в национальном сознании, стоит вспомнить библейскую фразу о том, что легче верблюду протащить сквозь угольное ушко, чем богатому попасть в царство небесное. Деньги выступают изобретением дьявола, отсюда и мораль: не нужно стремиться к богатствам земным, выбирая царство небесное. Сатана искушал Иисуса, предлагая все сокровища мира. Рай земной противопоставляется раю небесному, а если человек продаст свою бесценную душу дьяволу, то взамен получит материальное благополучие.

Продолжая анализ смысловых подгрупп, отметим интересную особенность: при большом количестве глаголов, обозначающих процесс приобретения богатства, таких как *разбогатеть, нахисться, обогатиться, разжиться, озолотиться* и др., в русском языке отсутствует глагол, обозначающий «живь в богатстве». Эту лакуну восполняют фразеологизмы типа *живь на широкую ногу, живь в достатке*. Отсутствие данного глагола, базируется очевидно, с одной стороны, на представлении сознания о перманентности процесса обогащения: процесс приобретения богатства нескончаем и сама мера богатства индивидуальна (вспомним русскую поговорку о том, что *кому хлеб чёрствый, а кому и жемчуг мелкий*), а с другой стороны, на представлении о том, что любое богатство можно в любой момент потерять.

В целом следует отметить большое количество фразеологизмов, многие из которых имеют яркие национально-специфические черты и содержат в своём составе безэквивалентную лексику: *живь барином, не латtem щи хлебать* и т.д. Ряд фразеологизмов восходит к русскому фольклору и сказкам: *горы золотые; молочные реки, кисельные берега*. Именно в сказках описаны несметные сокровища, обладателем которых становится главный герой благодаря удачному стечению обстоятельств, после чего он может *живь пропеваючи* или *живь, не тужись*.

Анализ лексического состава языковых единиц, репрезентирующих концепт «богатство» показал, что в ЛФП преобладают разговорные и экспрессивные языковые единицы.

Анализ лексических и фразеологических единиц ЛФП «Богатство» в русском языке позволяет сделать вывод, что для русского языкового сознания коммуникативно релевантны номинации, отражающие способы приобретения богатства, основанные на наличии у человека в большей степени определённых негативных качеств, нежели положительных, а также единицы, номинирующие приобретение богатства за счет удачи или везения. Получение богатства путём добросовестного труда и вознаграждения за добросовестный труд представлено единицами русского языка гораздо менее дифференцировано и соответствующие единицы менее частотны в русской речи.

По полученным языковым данным можно судить о некоторых особенностях русского когнитивного сознания: богатство имеет преимущественно негативную окраску в русском сознании, ценностью для русского сознания богатство не является.

-
1. Словарь современного русского литературного языка под ред. А.П. Евгеньевой. Т.1. М., 1991.
 2. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М., 1991.

И.В.Хорошунова

Структурные изменения в лексико-семантическом поле «Польза/Вред»

Познавательная деятельность человека включает два момента: отражательный и оценочный. Оценочный взгляд на мир присутствует у всех людей, формируя их мировосприятие. Оцениваться может все многообразие предметов человеческой деятельности, общественных отношений, природных явлений и т. д.

Большой интерес представляют изменения оценок в языке с течением времени.

Оценки делятся на общие и частные. Общие оценки выражают отношение субъекта к объекту по признаку «хорошо/плохо» и ничего не сообщают о свойствах объекта. Частные оценки уже сочетают

дескрипцию и оценку. Одним из видов частных оценок являются утилитарные (Арутюнова Н.Д., 1988), характеризующие объект с точки зрения его пользы или вреда для человека.

Лексико-семантическое поле – это системное образование, имеющее определенную структуру – ядро-периферия, для которой характерна максимальная концентрация полеобразующих признаков в ядре и неполный набор этих признаков на периферии (Полевые структуры в системе языка, 1989). Полеобразующим признаком в рассматриваемом нами ЛСП является наличие в семеме (содержательная сторона слова) семы (семантического признака) «польза» или «вред».

Лексико-семантическое поле "Польза/Вред" имеет следующую структуру:

1. Ядро и центр.
2. Ближняя периферия.

2.1 Парцелла, включающая в себя лексемы утилитарной оценки общего характера (эти оценки выражают отношение субъекта к объекту по признаку "полезно/вредно" и ничего не сообщают о свойствах объекта, например, *помогать* - действовать на пользу кому-нибудь, чему-нибудь, *мешать* - действовать во вред);

2.2 Парцелла "Материальная польза/вред", включающая в себя лексемы частной утилитарной оценки (эти оценки сочетают дескрипцию и оценку, например, *обогащать* - действовать на пользу материальному состоянию кого-либо);

2.3 Парцелла "Польза/вред для физического здоровья" (лексемы частной утилитарной оценки, например, *лечить* - действовать на пользу для здоровья кого-либо);

2.4 Парцелла "Польза/вред для психического состояния человека" (лексемы частной утилитарной оценки, например, *сглазить* - причинить вред кому-либо дурным глазом);

3. Дальняя периферия.

3.1 Парцелла, включающая в себя лексемы утилитарной оценки общего характера;

3.2. Парцелла "Материальная польза/вред";

3.3. Парцелла "Польза/вред для физического здоровья";

3.4. Парцелла "Польза/вред для психического состояния человека";

4. Крайняя периферия.

4.1. Парцелла, включающая в себя лексемы утилитарной оценки общего характера;

4.2. Парцелла "Материальная польза/вред";

4.3. Парцелла "Польза/вред для физического здоровья";

4.4. Парцелла "Польза/вред для психического состояния человека".

Рассмотрение материалов «Толкового словаря русского языка конца XX века: Языковые изменения» позволяет выявить динамику утилитарной оценки, связанную с глобальными политическими, экономическими переменами в жизни нашей страны после распада СССР, а также с развитием науки и техники.

В исследуемом лексико-семантическом поле произошли не только изменения в количестве составляющих его единиц и их качестве (лексические и семантические изменения), но и структурные: появилась парцелла "Польза/вред для экологии", что явилось языковым отражением неязыковых реалий - ухудшения экологической ситуации на планете.

Парцелла "Польза/вред для экологии" проходит через ближнюю, дальнюю и крайнюю периферии.

В "Толковом словаре русского языка" под ред. Д.Н. Ушакова и в "Словаре русского языка" под. ред. А.П. Евгеньевой присутствовали лексемы, значение которых было связано с нанесением вреда окружающей среде, но эти лексемы еще не выделялись в отдельную парцеллу. Например, словарь под ред. Д.Н. Ушакова приводит семему Д2 лексемы *хищнический* - бесхозяйственный, преследующий цели ближайшей выгоды, обогащения (*Хищнический лов рыбы. Хищническая вырубка лесов*), семему Д2 лексемы *хищник* - хищнически ведущий какое-либо дело, хозяйство, семему Д2 лексемы *хищничество* - хищническое ведение хозяйства (*Хищничество в добыче золота*). Словарь Д.Н. Ушакова приводит только одно значение лексемы *экология* - отдел биологии, изучающий взаимоотношения организмов и окружающей среды.

В "Словаре русского языка" под ред. А.П. Евгеньевой в словарных толкованиях этих значений уже появляется сема "наносящий вред природной среде":

- *хищник* - тот, кто с целью наживы пользуется средствами, ведущими к истощению природных богатств, к истреблению промысловых зверей, рыб и т. д.;

- *хищничать* - хищнически пользоваться чем-либо, добывать что-либо, истощая природные богатства;

- *хищнический* - производимый таким способом, при котором преследуется только непосредственная, ближайшая выгода, но который ведет к истреблению, уничтожению чего-либо (*Хищнический лов рыбы*).

В "Словаре русского языка" под ред. А.П. Евгеньевой присутствует лексема *экология* - наука об отношениях растительных и животных

организмов ... между собой и окружающей средой - и лексема *экологический* - относящийся к экологии, связанный с ней.

В «Толковом словаре русского языка конца XX века» выявляется уже целая группа слов, образующая в ЛСП "Польза/вред" парцеллу "Польза/вред для экологии": *чистый, экологичный, загрязнить, выбросы* и т. д.

Данная парцелла тесно связана с парцеллой "Польза/вред для физического здоровья", так как все, что полезно/вредно для окружающей среды, в конечном счете является полезным/вредным для здоровья населяющих нашу планету живых существ. Кроме того, в значениях отдельных лексем, входящих в парцеллу "Польза/вред для экологии", присутствует сема "полезный/вредный для здоровья человека", например, *экологичный* - соответствующий нормам экологии, экологически чистый.

В ближнюю периферию входят следующие лексемы или отдельные семемы некоторых лексем:

- лексема *экологичный* - соответствующий нормам экологии, экологически чистый (*Экологичное производство*);
- лексема *экологичность* - сущ. к *экологичный* (*Экологичность продуктов*);
- семема Д2 лексемы *чистый* - экологически чистый (*Чистые продукты*);
- семема Д2 лексемы *выброс* - одномоментное попадание в окружающую среду отходов производства, вредных веществ (*Аварийный выброс газа*);
- лексема *выбросы* (произошло закрепление новой семемы в одной морфологической форме лексемы *выброс* - pluralia tantum и произошло образование самостоятельной лексемы) - вредные отходы производственных процессов (*Выбросы в атмосферу*);
- семема Д2¹ лексемы *загрязнение* - насыщение вредными веществами, нарушение экологического равновесия природной среды (*Загрязнение бассейна Черного моря*);
- семема Д2² лексемы *загрязнение* - загрязняющие вещества;
- семема Д2 лексемы *загрязненный* - насыщенный вредными веществами, экологически опасный (*Загрязненные продукты*);
- семема Д2¹ лексемы *загрязнитель* - то, что загрязняет природную среду -отходы производства и т.д. (*Загрязнитель воздуха*);
- семема Д2² лексемы *загрязнитель* - предприятие, служащее источником загрязнения (*Сясьский комбинат- основной загрязнитель промысловых участков нашего колхоза*).

В дальнюю периферию входит семема Д2 лексемы *экологический* - направленный на поддержание устойчивости экологии, связанный с борьбой за чистоту окружающей среды (*Экологические требования, лозунги*).

В крайнюю периферию поля входит лексема *экокатастрофа* - экологическая катастрофа.

Рассмотренные изменения полностью обусловлены экстралингвистическими факторами своего времени.

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М., 1988.
2. Полевые структуры в системе языка. – Воронеж, 1989.
3. Словарь русского языка в 4-х томах под ред. А.П. Евгеньевой. – М., 1981-1984.
4. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения. – СПб., 1998.
5. Толковый словарь русского языка: В 4-х т. / Под. ред. Д.Н. Ушакова. – М., 1938-1941.

Л.В.Воронова

Национальная специфика семантики собственных имен в русском и английском языках

Имена собственные составляют значительный лексический слой в системе языка. Традиционно под *nomina propria* понимается «слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» (БЭС «Языкознание»).

Основа семантики имени собственного - его связь с денотатом. Так, для антропонимии базовым служит представление о человеке и коллективах людей, для топонимии – об окружающем ландшафте, зоонимии – именах (кличках) животных и т.д. Однако согласно современным исследованиям, имена собственные несут также информацию этнокультурного, энциклопедического плана. Топонимика, к примеру, может эксплицировать информацию, связанную с социальной и культурной структурой общества. Характерно, что топонимы - единственные единицы в классе имен

собственных, обладающие сравнительно узким денотативным ядром, но очень обширной периферией. Сравните:

<p>Ливерпуль – город и порт в графстве Ланкашир</p>	<p>Млечный путь – пересекающая звездное небо неярко освещенная полоса, представляющая собой огромное количество визуально не различимых звезд, концентрирующихся к основной плоскости Галактики. Близ этой плоскости расположено Солнце.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Докеры • Футбол «Ливерпуль Эвертон» • Бедность • «Приключения Гулливера» • Первая железная дорога • «Битлз» 	<ul style="list-style-type: none"> • Ночь • Шоколад «Milky Way»

Этот факт объясняется тем, что мотивированность топонима сохраняется недолго и, проходя через призму экстралингвистических факторов, приобретает широкий спектр смыслов в сознании носителей языка. Здесь, как о компонентах содержательной стороны, можно говорить о наглядно-чувственном образе, эмоциональной и экспрессивной окрашенности имени.

Как правило, вариативность значения и образное переосмысление основываются на предпосылках различного характера: гносеологических, психологических, прагматических и собственно языковых. В гносеологическом плане эти предпосылки кроются в способности языка отражать отношения сходства между предметами. В психологическом плане новизну значения формирует кардинально новое видение, связанное с ассоциативным и эмпирическим характером мышления и познания. Прагматическая мотивация образности заключается в стремлении говорящего максимально повысить воздействие речи на адресата. Собственно же языковые предпосылки заложены в природе языкового знака: на какой бы новый объект мы не переносили наименование, в сознании возникает образ старого. Сложнейший процесс изменения семантики топонимов нередко вписывается в упрощенную схему: в рамках старой формы развивается новое содержание и значение.

Считается правомерным выделение трех аспектов изучения восприятия и географического континуума: «дотопонимического, топонимического и посттопонимического» (Беленькая).

Семантика первого уровня, основанная на этимологическом значении имен, составляющих основу ономастической номинации, релевантна для диахронического исследования.

Второй уровень определяется как «адресное» значение топонима, а содержание его просто как указание на объект, вне какой-либо связи с его прошлым значением. Другими словами, это названия с прозрачным денотативным ядром и скрытой экспрессивностью, где описание единиц семантической организации топонимикона дает картину особенностей отражения реалий окружающей действительности.

Третий (посттопонимический) уровень представляется этнолингвистически значимым, так как здесь обнаруживается позиция субъекта, его предпочтения, особенности структурирования потока впечатлений об окружающей действительности. Это находит выход в виде интерпретации восприятия объектов, а именно в ассоциативно-образном варианте видения топонимов. Тем не менее, подобная семантика может развиться и в результате морфологического или метафорического переноса: «...Я смотрю спорт – это мое лечение, мой бром, мои Ессентуки...» (Ю.Трифонов); «The relics of ruined London's» (R.Aldington. «Death of the hero»); «The Redidditches and Walsalls where my grandfather had spent his early years» (B. Shaw «Time of hope»).

Приведенные примеры акцентируют высокую контекстную зависимость употребления имен собственных. Такое косвенное обозначение существующей действительности призвано (в рамках коммуникативной функции) отразить результат материального и духовного освоения индивидом окружающего мира в образной форме.

В целом, в последнее время наблюдается тенденция к увеличению частотности употребления *nomina propria* в новых фразеологических оборотах и устойчивых сочетаниях. Это прежде всего касается к ойконимов, для которых характерна наибольшая (по сравнению с другими именами собственными) экстраполингвистической обусловленности. Например: to be born in Triumplington – быть глупцом; to go to Bungay – убираться прочь; тамбовский волк. Ойконимы Triumplington, Bungay, Тамбов в восприятии носителей иноязычной культуры характеризуются отсутствием выраженных коннотаций, что может привести к неадекватному межкультурному пониманию.

Напротив, несколько иное соотношение значения фразеологической единицы в целом и семантики составляющих дефиниций наблюдается в обороте «to carry coals to Newcastle» - делать бесполезное дело – в связи с определенностью коннотативного содержания Newcastle (центр угольной промышленности). Оборот

«Москва не сразу строилась» - указание на необходимость проявлять должное усердие и терпение в достижении какой -либо цели – также обладает определенной прозрачностью, из-за известности топонима Москва.

Очевидно, что коннотация дополняет при употреблении в речи значение ассоциативно-образным представлением на основе осознания внутренней формы имени. Коннотативное значение, реализуясь в высказывании, отражает фоновые знания носителей определенного языка и культуры, которые могут быть выявлены и систематизированно описаны.

Данное положение можно подтвердить экспериментально. Нами был проведен опрос группы носителей русского и английского языков с целью определения реального смыслового содержания наименований известных английских и американских городов в языковом сознании русских и англичан. Количество русских испытуемых составило 300 человек, англоязычных – 60. Эксперимент проводился письменно, частично по интернету (30%).

Использовалась следующая инструкция:

«Просим Вас принять участие в психолингвистическом исследовании. Напишите 2-3 ассоциации на предложенные названия городов».

Полученные результаты обобщались и ранжировались по частоте.

Результаты исследования

Полученные данные можно отобразить в следующей таблице.

	Английские	Русские
Новый Орлеан	Mandis Gras (праздник), Cajun Food (фр. Еда), French quarter (фр. Квартал)	Рабство, джаз, «Унесенные ветром»
Бостон	Celtics (кельты), Green Wall (зеленая стена), sea food (еда даров моря),baseball	Бостонское чаепитие, вальс «Бостон», хоккей
Чикаго	Business center, Sears Tower	Мафия, баскетбол, небоскребы, бандитизм
Ливерпуль	Rain (дождь), poverty (нищета)	«Битлз», футбол

Дублин	Pubs, John Wayne , religious conflict (религ. конфликт)	MTV music awards, столица Ирландии, кельтская культура
Сиэтл	Rain, grunge music	Олимпийские игры, «Сиэтл Суперсоник»

Обсуждение результатов

Из приведенных данных становится очевидным, что наиболее ярко выраженная национальная специфика семантики исследуемых единиц сосредоточена в периферийных компонентах значения слов.

При изучении ассоциативного аспекта восприятия топонимов особый интерес и значимость представляет также учет возрастных особенностей и социального статуса носителей языка, так как результаты здесь существенно варьируют от одной возрастной группы к другой, а также отличаются неоднородностью у различных социальных пластов. К примеру, респонденты до 20 лет склонны давать примитивные сведения (Лондон – вороны, Бирмингем – бирка, Дублин – деревья, Глазго – яичница-глазунья). Ассоциативная цепочка у людей старше 50 имеет сугубо индивидуализированный характер (Бостон – знакомые, конференция по СПИДу, Чикаго – русская диаспора, Лондон – рай). Предпосылки подобных расхождений должны быть подвержены тщательному рассмотрению ввиду их высокой субъективности.

Таким образом, в семантике имени собственного фиксируются незначительное общеизвестное семантическое ядро и объемная семантическая периферия. В пределах периферийной части семантики выделяются как более или менее общераспространенные семантические элементы, так и чисто субъективные компоненты значения, показвающие личный опыт носителя языка, обогащающийся по мере накопления эмпирического опыта (Лос-Анджелес – красивые девушки, Вашингтон – нудные экскурсии). Безусловно, для лингвокультурологических целей релевантным является выявление наиболее стандартизованных периферийных семантических компонентов собственных имен, что может быть осуществлено экспериментальным путем.

**Девиантный ответ
как способ реализации дополнительных целей
в рамках информативного диалога**
(на примере американской коммуникативной культуры)

Для анализа диалогического дискурса существенное значение имеет понятие цели – общей задачи, ради которой совершается определенное речевое действие. Традиционно выделяют первостепенные и второстепенные, или генеральные и дополнительные цели общения.

Первостепенными являются цели, ради которых, собственно, и задумывался коммуникативный акт. Так, запрос и сообщение информации, естественно, является первостепенной целью для информативного диалога. Генеральные цели оказывают существенное влияние на выбор стратегии и тактики коммуникативного поведения.

Важно также отметить, что в информативном диалоге (в частности, в вопросно-ответном диалогическом единстве) адресант является доминирующим партнером коммуникации. Формулируя вопрос, именно адресант задает «тематический маршрут» информативного диалога и определяет первостепенную цель того или иного вопросно-ответного диалогического единства. Адресат имеет право принять или не принять целевую установку своего собеседника. Если адресат настроен на бесконфликтное общение, то, приняв и поняв первостепенную цель адресанта, он осуществляет то, что ему предписывается этой целью, – сообщает запрашиваемую информацию, например:

Well, when was it? - Two weeks ago.

Отказ принять целевую установку собеседника как свою первостепенную цель может варьироваться от категорического отказа сообщить запрашиваемую информацию до непрямого сообщения запрашиваемой информации или сообщения незапрашиваемой информации. На наш взгляд, это свидетельствует о наличии у адресата дополнительных целей. Рассмотрим несколько примеров из американского дискурса.

<1>

Well, when was it? - Two weeks ago.

<2>

Is Mr. Illman at home? – Uh – huh. He's in the shower. I told him he's got a scur-and-scrub neurosis, his mother was frightened by a washing machine.

<3>

What's happened? – It's bad news.

<4>

What do this letters say? – No comment.

Данные примеры неслучайно приведены именно в таком порядке. На наш взгляд, они отражают ту степень, в которой дополнительные цели адресата определяют выбранную им тактику коммуникативного поведения. В примере <1> адресат полностью реализует целевое предписание собеседника, его коммуникативным поведением управляет только одна цель – сообщить запрашиваемую информацию, эта цель является для него единственной. В примере <2> наряду с сообщением запрашиваемой информации, адресат сообщает еще и незапрашиваемую информацию, т. е. помимо реализации целевого предписания собеседника адресат преследует и какую-то свою собственную цель. В примере <3> адресат уже только частично реализует целевое предписание собеседника: на вопрос, что случилось, получен общий ответ, – случилось что-то плохое. Неточное сообщение запрашиваемой информации позволяет предположить, что коммуникативным поведением адресата скорее управляет дополнительная цель, нежели генеральная – сообщение запрашиваемой информации. В примере <4> адресат полностью отказывается выполнить целевую установку собеседника и реализует только свою цель. Одним словом, на коммуникативное поведение адресата в рамках информативного диалога может оказывать влияние:

- только целевое предписание адресанта,
- целевое предписание адресанта и собственная дополнительная цель,
- скорее собственная дополнительная цель, нежели целевое предписание адресанта,
- только собственная дополнительная цель.

Вновь обратимся к анализу примеров <2> и <3> для того, чтобы выяснить, при помощи каких вербальных средств адресат реализует свои дополнительные цели в рамках информативного диалога.

Ответную реплику в вышеприведенных примерах мы предлагаем назвать девиантным ответом. Девиантный ответ, в нашем понимании, – это такой тип ответной реплики,

- порождение которой мало предсказуемо репликой-акцией,

- которая не отвечает на вопрос исчерпывающе и недвусмысленно,
- не участвует в тематическом развертывании диалогического единства,
- реализует коммуникативный замысел адресанта частично или вообще не реализует его, нарушая при этом принцип кооперации Грайса.

Термин “девиантный” в нашем толковании не имеет ничего общего с тем, как понимается “девиантное поведение” в психологии (преступное, или асоциальное поведение). Мы используем термин «девиантный» в его самом общем значении, т. е. «отклоняющийся от нормы, от традиционно принятого направления». Такое понимание объясняет, почему к девиантным ответам мы относим ответные реплики, подобные приведенной в примере <2>, хотя она отвечает на вопрос недвусмысленно и реализует коммуникативный замысел адресанта. Тем не менее, в данном контексте более предсказуемым (согласно правилам построения диалогического дискурса, условиям связности диалога, принципу Кооперации Грайса и некоторым другим правилам эффективного общения) является следующий вариант: Is Mr. Illman at home? – Uh – huh.

Ответная реплика в примере <2> является информативно избыточной, т. к. наряду с запрашиваемой информацией в ней сообщается и незапрашиваемая информация. Информативно избыточные ответы можно считать одним из видов девиантных ответов. Говоря о видах девиантных ответов, нельзя не упомянуть о степени сохранения лексико-семантической цельности самого вопросно-ответного диалогического единства. Известно, что лексико-семантическая цельность может достигаться различными способами:

- * употреблением лексики одной тематической группы,
- * повторной номинацией,
- * взаимодействием синонимов,
- * взаимодействием антонимов,
- * единицами, находящимися в родовидовых отношениях,
- * употреблением слов, усиливающих значение намеченной ремы,
- * употреблением контекстных синонимов,
- * прономинализацией.

В девиантных ответах отсутствует тот или иной показатель лексико-семантической цельности вопросно-ответного диалогического единства. В тех же случаях, где формально сохраняется лексико-семантическая цельность единства, нередко происходит нарушение тематической цельности. Другим словами, в этих случаях нарушаются

тематическая программа, заданная вопросной репликой, причем в данном случае мы понимаем тему в широком смысле как смысловое ядро, как обобщенный концентрат всего содержания текста, как семантическую базу вопросно-ответного диалогического единства.

Мы предлагаем тему вопросно-ответного диалогического единства условно разделить на три уровня:

- общая тема - макротема сверхфразового вопросно-ответного диалогического единства, включающая в себя ряд подтем, которая также может быть обозначена термином тематика, или совокупность тем;
- предмет разговора - более узкая тема конкретного высказывания;
- вопросная тема - наиболее узкая тема высказывания, основанная на правильном заполнении рематической позиции, намеченной вопросом.

<5> We know you heard the gun shot. Where were you when you heard it? - I didn't hear the gun shot.

В данном примере лексико-семантическая цельность достигается использованием личных местоимений, сохраняется общая тема - преступление, предмет разговора - выстрел, однако не сохраняется тема вопроса - адресат не сообщает, где он был во время выстрела, а сообщает другую информацию.

<6> Where's Dewar? - Never heard of him.

Здесь лексико-семантическая цельность достигается прономинальным замещением, единством тематической лексики. Общая тема - человек, предмет разговора - конкретная личность - также сохраняются, но нарушается вопросная тема - адресат не дает информацию о местонахождении Дювара.

В данных примерах видно, что тематическая цельность вопросно-ответных диалогических единств сохраняется на двух уровнях: на уровне общей темы и предмета разговора.

Отмечаются случаи, где сохранение тематической программы происходит только на уровне общей темы:

<7> Why do you need a lawyer? - It's a long story.

Кроме того, иногда происходит модификация темы, например, расширение, как в примере <2>:

Is Mr. Illman at home? – Uh – huh. He's in the shower. I told him he's got a scur-and-scrub neurosis, his mother was frightened by a washing machine.

Также мы фиксируем случаи, когда наблюдается полное отсутствие лексико-семантической и тематической программы вопросно-ответных диалогических единств:

<8> Is there any other way out of there? -Would you like to share my supper?

Итак, девиантные ответы свидетельствуют о частичном или полном нарушение лексико-семантической цельности вопросно-ответного диалогического единства, а в случае ее формального сохранения происходит нарушение тематической программы, причем это нарушение может происходить как на уровне темы вопроса, так и на уровне темы вопроса и предмета разговора, а также и на трех уровнях: нарушение общей темы, предмета разговора и темы вопроса.

Степень сохранения тематической программы, как нам кажется, соотносима со степенью, в которой дополнительные цели адресата определяют выбранную им тактику коммуникативного поведения. Чем меньше сохраняется тематическая программа, тем больше коммуникативным поведением управляют дополнительные цели адресата.

Итак, какие же конкретные цели преследует адресат, используя девиантный ответ на вопрос? Сначала остановимся на анализе информативно избыточных девиантных ответов.

Прежде всего, следует отметить, что незапрашиваемая избыточная информация нередко детализирует запрашиваемую информацию; объясняет причины, вызвавшие события или явления, относящиеся к запрашиваемой информации; уточняет запрашиваемую информацию.

Объяснение, уточнение, детализация являются коммуникативными вариантами речевого акта информирования, но, как и любой другой вариант, имеют определенное отличие, которое заключается в наличии некоторых элементов воздействия, направленного на оптимизацию процесса сообщения информации. Это позволяет определить содержание дополнительной цели адресата как оптимизацию сообщения информации. Вследствие этого, дополнительная цель адресата, способом реализации которой является незапрашиваемая информация, становится приоритетной по сравнению с генеральной целью. С точки зрения адресата сообщение лишь только запрашиваемой информации будет недостаточным, необходимо еще и сообщить детали или каким-то образом уточнить запрашиваемую информацию.

Кроме того, при помощи девиантного ответа адресат пытается скрыть определенную информацию; изменить тематический маршрут диалога, перехватить инициативу, показать свое негативное

отношение как к запросу информации, так и к собеседнику; сигнализировать о непонимании вопроса. При помощи девиантного ответа собеседник нередко пытается выиграть время перед непосредственным сообщением запрашиваемой информации.

Интересно гендерное использование девиантного ответа: женщины прибегают к девиантному ответу, если хотят перевести общение с мужчинами из информативного в межличностное, вступают в своеобразную коммуникативную игру, сообщая мужчине-собеседнику массу ненужных деталей, надеясь, что какая-нибудь привлечет его внимание и позволит женщине завладеть инициативой (смотрите пример <2>).

О.И.Быкова

Этноконнотированные “ключевые слова столетия” как отражение специфики немецкого национального сознания

Коннотация, присущая знакам косвенной номинации является связующим звеном между языковым знаком и структурой языкового сознания говорящего и слушающего. Такие сущностные признаки коннотации как *концептуальность* (представление структуры знаний лингвистического и экстралингвистического характера) и *интерпретативный характер* денотативного значения в категориях культуры языкового коллектива детерминированы ассоциативным механизмом порождения коннотации, в котором переплетены собственно лингвистические и экстралингвистические факторы.

В размышлениях о вероятностной психолингвистической модели коннотации В.А. Маслова отмечает, что “языковое сознание не исчерпывается ассоциативными рядами, ибо включает в себя также устойчивую систему социально типичных явлений, систему образов и обобщенных представлений, свойственных носителям данного языка, связи и отношения объективного мира, отраженные в языковых категориях” (Маслова 1989, с.119). Коннотативно маркированное слово способно закреплять в языке глубинный смысл культурно значимых единиц, отражающий специфику национальной картины мира. Сформулированный В.Н. Телия постулат о культурно-концептуальной соотносительности: “система языковых значений соотносится в интерпретативном режиме с культурной компетенцией носителей языка” (Телия 1996, с.230), ставит перед исследователями феномена коннотации насущную задачу

теоретического осмыслиения понятия национально-культурной коннотации и накопления эмпирического материала для подтверждения посылок, во многом носящих еще гипотетический характер.

Исходным моментом лингвокультурологического подхода к исследованию категорий языка является признание антиномии культуры, понимаемой как единство двух противоположностей: 1) культура как память (Лотман Ю.М., 1971, 228), Monument (Assmann A., 1991, 11), процесс сохранения традиций (Маслова В.А., 2001, 16); 2) культура как форма общения между людьми (Лотман Ю.М., 1994), *Lebenswelt* (Assmann A., 1991, 11).

В живом употреблении слова просвечивается культурная память, ассоциации из предыдущих этапов его функционирования. Языковые единицы проходят сложную семантическую историю, будучи закодированы в категориях культуры, которые в свою очередь тоже подвижны и изменчивы. Тогда предмет лингвокультурологии, правомерно рассматриваемый В.Н. Телия как часть этнолингвистики – “корреспонденции языка и культуры в их синхронном взаимодействии” (Телия В.Н., 1996, 217), может, на наш взгляд, получить более широкое толкование, а изучение культурного самосознания или ментальности лингвокультурного сообщества на фоне “повседневной” культурно-языковой компетенции его субъектов (Телия В.Н., 1999, 15) не должно исключать обращение к этническому самосознанию. Понятие культурной коннотации понимается В. Н. Телия как способ выражения национальной общечеловеческой культуры в современном состоянии или на определенном синхронном срезе, периоде. Для изучения глубинных национально-специфических культуроносных смыслов при актуализации коннотативного значения языковых единиц мы используем понятие *этноконнотации* как особого комплексного типа коннотации. Этноконнотация включает гетерохронные и гетерофункциональные этноконнотаты (ЭК), которые актуализируют в сознании говорящего связь языковой единицы с определенным культурным пространством. Тип ЭК определяется маркированностью релевантными признаками этно-культурной специфики /локус/, /темпус/, /социолект/, /функциолект/, этноэмотив/ (ЭЭ).

Практическое исследование культурно маркированных “ключевых слов столетия” (*Schlüsselbegriffe des 20. Jahrhunderts*) осуществлялось в рамках сотрудничества между кафедрой немецкой филологии ВГУ и Институтом германистики университета им. М. Лютера (г. Галле, Германия). 265 лексических единиц, отобранных компетентной

космиссией в составе членов редакции программы “Kulturzeit des Senders 3 sat” немецкого телевидения при активном участии Общества немецкого языка (Gesellschaft für deutsche Sprache, Wiesbaden), издающего с 1977 года выпуски “Слова года” (“Wörter des Jahres”), зафиксированы в двух коллективных монографиях (100 Wörter des Jahrhunderts, 1999; Wörter, die Geschichte machten. Schlüsselbegriffe des 20. Jahrhunderts, 2001).

Принадлежность к “ключевым словам” немецкой культуры соответствует критериям, предлагаемым А. Вежбицкой (Вежбицкая 2001, с.36-37): 1) общеупотребительность; 2) частое использование в какой-то одной семантической сфере; 3) способность к фразеологизации. Мы предлагаем дополнительные признаки: 4) способность к семантической деривации; 5) словообразовательная продуктивность. Корпус слов составляют в основном иноязычные слова, преимущественно восходящие к латинскому и английскому языкам, что свидетельствует о конвергентных тенденциях языкового развития, наблюдавшихся в большинстве культур в условиях современной цивилизации. Предметом нашего внимания в данной работе явились этноспецифические исконно немецкие слова.

Из всего корпуса “ключевых слов столетия” в выборку этноконнотированных лексем вошли 12 единиц из следующих семантических сфер: экономика (1): Schnäppchen(n); окружающая среда (1): Wohlstandsmüll (m); техника (3): Stau (m), GAU (m), Urknall (m); индивидум и общество (2): Nullbock (generation) (f), Ellenbogengesellschaft (f); политика и история (2): Ossi (m), Wessi (m); язык (2): abzocken, geil; средства информации (1): Klammeraffe (m).

В основе механизма возникновения ЭК лежит ассоциативное переосмысление денотативного аспекта лексических единиц, его интерпретация в соответствии с представлениями, общими для немецкой лингвокультурной общности.

Образный компонент ЭК лексемы das Schnäppchen в значении *выгодная покупка* этимологически восходит к звукоподражательному глаголу *schnappen* - *совершать шумное движение челюстями*. ЭК маркирован признаками /локус/, /темпус/ и /социолект/. Впервые слово было употреблено в кёльнском городском диалекте и в 1905 году зафиксировано в словаре Фритца Хёникса (Fritz Hönigs, Wörterbuch der Kölnischen Mundart). Слово Schnapp (m), диминутивом которого является Schnäppchen (n), употребляется до сих пор в Кёльне в значениях *мгновенное откусывание* (plötzlicher Biss) или *мгновенное задержание полицией* (rasch zupackender Griff durch die Polizei). В начале 80-х в связи с распространением

удешевлённой распродажи товаров в конце сезона слово стало общеупотребительным во всей Германии и вербализует концепт культуры с помощью словообразовательной деривации: Schnäppchenmarkt (m), Schnäppchenjagd (m), Schnäppchenjäger (m).

Культурно-специфический признак образности лексемы Klammeraffe (m), обозначающий в компьютерных средствах коммуникации стандартный знак @ в адресе потребителя, возник на основе ассоциаций буквенного изображения знака с особой породой обезьян, хвост которых может совершать цепляющиеся движения. В различных культурах этот знак имеет своё шутливое обозначение: у китайцев - “мышка”, финнов - “кошачий хвост”, греков - “уточка”, норвежцев – “витиеватая альфа”, чехов – “рольмопс” (порода собак) турок -“роза”, венгров – “червь”, русских – “собачка”.

Функционирующая в немецком культурном пространстве с 18-го века лексема Stau (m) в значении *скотившаяся стоячая вода* (angestautes zum Stehen gebrachtes Wasser), родственная на основе общего признака “пребывание на одном месте” лексемам stehn - стоять, Stadt(f) - город, Stadel (m) - стойло, Staude (f) - куст, стала вербализатором ключевого понятия столетия с обобщающим значением *препятствие в движении, пробка*. В качестве вербализаторов данного культурного концепта в первичной номинации выступают словообразовательные средства: Mega-Stau (m) - полный хаос в движении в час пик, Stauberater (m) - появившиеся с 1982 года консультанты на мотоциклах при пробках на дорогах, Stauteilnehmer (m) – попавшие в пробку. Следует отметить семантическую деривационную потенцию лексемы Stau: стало распространённым метафорическое употребление во вторичной номинации для обозначения явлений: 1) в духовной сфере - Problemstau, Stau in den Köpfen; 2) в сфере чувств - Gefühlsstau; 3) в общественной жизни – Verwendungs- oder Beförderungsstau – отсутствие в 80-е годы плановых мест для офицеров бундесвера при повышении в чине; Reformstau.

Семантическая деривация определяет механизм появления образного компонента ЭК лексемы Urknall (m), обозначающей в первичной номинации *взрывоподобное расширение тела согласно космологической теории возникновения и развития небесных светил*, при её употреблении во вторичной номинации в выражениях: medienpolitischer Urknall, ökonomischer Urknall – *создание единой валютной системы 1.07.1990 после объединения Германии*.

Этноконнотативная потенция аббревиатуры GAU (m), полное обозначение которой Grösster anzunehmender Unfall – *техническая*

катастрофа с предположительно большим ущербом (ср. рус. *Чернобыль*), актуализуется в метафорически переосмысленных композитах: Börsen-GAU – биржевый кризис в 1987 году, охвативший многие страны мира, Nordsee – GAU – катастрофа танкера в Северном море в 1988 году.

Употребляемая первоначально в сфере охраны окружающей среды лексема Wohlstandsmüll (m) как полушутливое обозначение *частных и промышленных отходов общества благополучия*, во вторичной номинации стало обозначать *отбросы общества, нетрудоспособную и не желающую трудиться часть населения* с явно выраженной отрицательной оценкой.

Слово-композит *Ellenbogengesellschaft* (f) – *общество, в котором больший шанс на продвижение в жизни имеет тот, кто локтями расталкивает других*, появилось в 1982 году и стало ударным словом (Schlagwort) в период предвыборной борьбы партии социалистов Германии (SPD) в 1986-87 годах, утверждавшей что она выступает за общество равных возможностей (Teilhabegesellschaft), а не за *Ellenbogengesellschaft*. А в русском языке слово “локоть” вербализует в словосочетании “чувство локтя” совершенно противоположный концепт “сопричастность”.

Источником возникновения этноконнотации может быть код маргинальной культуры этноса. Так, к субкультуре арго (Rotwelsch) восходит компонент *Bock* в композитах Nullbockgesellschaft (f), Nullbockhaltung (f), Nullbockmentalität (f) для обозначения *политически пассивной позиции и менталитета членов общества*: *Bock* от *bockig* = *hungrig, gierig, geizig* (Rotwelsch) – *жадный до чего-либо*. В 80-е годы слова *Nullbock*, *null Bock* – *отсутствие желания к чему-либо* отмечаются как наиболее частотные в молодёжном жаргоне панков: “*Die Jugendlichen hatten keine Lust* (*keinen Bock*), *etwas zu dieser Gesellschaft beizutragen*: “*Auf diese Art Demo und das ewige Gelabere habe ich null Bock*” (Wörter, die Geschichte machten, 2001, 199).

Глагольная лексема *abzocken* – *обмануть кого-либо в денежных махинациях, обобрать* перешла в общеупотребительную лексику из арго идиш *zchocken* > идиш *zachkennen/zchocken/s* - *zocken*. Приблизительно в 1900 году она употреблялась в форме *zocken* сначала в обиходно-разговорном языке с релевантным признаком /социолект/: *Gaunersprache* (язык бродяг), затем стала общеупотребительной: *zocken* = *Glücksspiele machen* – *играть в азартные игры, Zocker* (m) – *игрок*. Во вторичной номинации лексемы наблюдается активизация словообразовательных потенций: *Abzocken* (n), *Abzocke* (f), *Zockerei* (f): 1) при операциях с акциями на бирже; 2) в

предвыборной борьбе за голоса избирателей; 3) при уплате налогов: *der Abzocker – махинатор*. Для динамики оценки в ЭЭ характерна тенденция развития наряду с негативной оценкой в указанных выше случаях употребления появление положительной, одобрительной оценки в социолекте молодёжи: “*Fussballer beispielweise spielen manchmal “abgezockt”, d. h. abgeklärt, richtig, cool*” (Wörter, die Geschichte machten, 2001, 212). Аналогичная тенденция в динамике ЭЭ заметна и в распространённых обозначениях восточных *Ossi* (m) и западных *Wessi* (m) немцев за последнее десятилетие. В 1996 году *Ossi* (m) имело ярко выраженный ЭЭ со знаком (-) особенно в противопоставлениях: *Jammerossi – Besserwessi, Ossiowitz – Wessiowitz, hilfloser Ossi, etwas durch die Wessibrille sehen*. На пейоративность оценки оказывала влияние аналогия с ментальным стереотипом восприятия в немецкой культуре восточных фризов (*Ostfriese*), проживающих на побережье Северного моря, персонажей многих анекдотов и шуток (ср. с анекдотами русских о чукчах). В последнее время даже в обиходно-бытовой речи *Ossi* и *Wessi* утрачивают коннотацию пейоративности. Вошедшие в употребление слова *Wossi* (m) для обозначения восточных немцев, работающих в западной Германии и *Össi*, производное от *Österreisicher(innen)* – *житель(ница) Австрии* не маркированы отрицательной оценкой в ЭЭ.

Диахроническая вариативность оценки в ЭЭ связана как с изменением ценностных ориентиров, так и с изменением коммуникативной нормы употребления единиц языка внутри лингвокультурной общности. Прилагательное *geil* в древневерхненемецком, начиная с 8-го века, употреблялось в значении *übermütig, überheblich – высокомерный, заносчивый*. С 12-го века значение *kraftvoll – полный сил; üppig – пышный, роскошный; mutwillig – резвый; lustig – радостный* маркированы исключительно положительной оценкой. С 15-го вплоть до 20-го века *geil* в значении *похотливый, (сладо)страстный* оценка в ЭЭ меняется на пейоративную. Редко употребляемое в 17-ом веке значение *отличный, превосходный* становится с 80-х годов 20-го века модным словом молодёжного социолекта в значении *sehr gut, grossartig, beeindruckend, klasse* и служит для выражения исключительно положительной оценки и безграничного одобрения: *geile Musik, geile Party, geiles Wetter*. Можно говорить о регressiveном развитии переноса наименования.

Как показывает анализ культуроносных смыслов немецких “ключевых слов столетия” в динамике их семантической истории, этноконнотация является компонентом национального языкового сознания, отражающим коллективные образные представления,

систему типичных социально значимых явлений того или иного этноса. Причинами возникновения этноконнотации могут быть: ассоциативное переосмысление денотативного значения лексемы; исторически обусловленные изменения категорий культуры, в которых кодируется культурно значимая экстралингвистическая информация; влияние кода субкультуры (в том числе и маргинальной). Релевантность этноконнотированных ключевых слов культуры как способа вербализации культурных концептов определяется реализацией их семантической, словообразовательной и фразеологической потенции.

Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. Изд-во: Языки славянской культуры, М., 2001.

1. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации в системе культур // *Semeiotike*. – Тарту, 1971.- № 6.
2. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства. – СПб., 1994.
3. Маслова В. А. К построению психолингвистической модели коннотации // ВЯ, №1, 1989, с. 108-121.
4. Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Издательский центр “Академия”, 2001. – 208с.
5. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996.
6. Телия В. Н. Основные постулаты лингвокультурологии // Филология и культура: Материалы 2-ой Международной конференции 12-14 мая 1999г./ Отв. ред. Н. Н. Болдырев. В 3 ч. Ч.3. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 1999. - 205с.
7. Assmann A., Kultur als Lebenswelt und Monument//Aleida Assmann, Dietrich Harth (Hg.) Kultur als Lebenswelt und Monument. Frankfurt/M.:1991.-199 S.

Источники примеров:

100 Wörter des Jahrhunderts, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main, 1999.-351S.

Wörter, die Geschichte machten .Schlüsselbegriffe des 20. Jahrhunderts. Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH, Gütersloh/München, 2001.-224 S.

В.М.Топорова

Антропоморфность языка в зеркале геометрической концептуализации

Современную лингвистику характеризует антропоцентрический подход к описанию языковых явлений. При этом антропоморфность языка рассматривается в различных аспектах и направлениях. С точки зрения характеристики типов репрезентируемого в общенародном языке знания можно выделить три основных уровня представления знаний – обыденный, научный и художественный.

Учитывая активное взаимодействие общелитературного и профессиональных языков, явление интеллектуализации языка в силу проникновения терминологической лексики в обиходное общение людей современного техногенного периода, можно говорить о двух видах понятий, представленных в номенклатурных единицах языка, связанных с обозначением так называемых понятий микро- и макромира. Соответственно, можно выделить лексику, связанную с обозначением понятий макроскопического уровня, на которые ориентировано обыденное сознание и «естественный язык», и лексику терминологического характера, связанную с обозначением понятий микроскопического уровня, которая в той или иной мере используется и в обыденном употреблении. Сюда относятся в первую очередь обозначения широко используемых общенаучных понятий, типа «квант», «частица», «волна», «поле» и т.д.

В словаре и логических формах языка закреплялась повседневная, тысячелетняя макроскопическая практика человека. Поэтому обыденный язык так тесно связан с понятиями классической физики и механики (Познер 1981). В упрощенной форме можно отметить, что макроскопический уровень языкового представления мира связан со зрением (зрительным восприятием, что наглядно отражено во внутренней форме многих языковых выражений), тогда как микроуровень связан с “умозрением”, с теоретическим осмыслением экспериментальных данных. Именно в связи с макроскопичностью обыденного языка и его ориентированностью на классические понятия в рамках исследования явлений микромира (в квантовой физике) говорилось о непригодности “естественного языка” в качестве языка науки и о необходимости освобождения физической картины мира от антропоморфных элементов.

Однако исследования метафоричности языковой репрезентации мира как проявления антропоморфности языка показывают, что метафора часто связана с актуализацией именно особого рода “неклассического” поведения объектов макромира.

Антропоморфный характер языка проявляется в особенностях верbalного представления объектов макромира через призму человеческого восприятия, переживания. В ходе номинации денотаты языковых выражений подвергаются различного рода логическим операциям и трансформациям. Репрезентация отношений между объектами макромира также осуществляется на основе логической и эмоциональной оценки и связана с различного рода интенциональными включениями в семантику.

Антропоморфный поход к исследованию языковых явлений предполагает осмысление роли субъективного фактора в языке, в частности, роли наблюдателя в процессе языковой концептуализации и категоризации (Кравченко 1996).

Интересные закономерности выявляются в этой связи на материале лексико-семантического поля “форма” в ходе исследования сущности геометрической концептуализации как когнитивного механизма, участвующего в процессах языковой категоризации мира. Названия элементарных геометрических объектов обладают большим семантическим диапазоном, их использование связано и с эмпирическим, и с логическим уровнями представления знаний, что свидетельствует о многомерности проявления “антропоморфного начала” в языке.

Рассмотрим довольно простой на первый взгляд пример: *В темном небе метались белые точки голубей.* Сочетаемость слов “точки голубей” определяется здесь не внутренними объективными признаками реального объекта номинации, скажем, не реальной формой птиц, а результатом зрительного восприятия наблюдателя, на удаленном расстоянии от которого предметы выглядят как точки (то есть фактом наличия наблюдателя). Собственно денотатом данного выражения является “то, что выглядит как точка”. Схема ситуации включает наблюдателя, объект наблюдения и признак пространственной удаленности. В данном языковом сочетании прослеживаются следующие “антропоморфные” операции над объектом номинации:

-нейтрализация признака формы всех трех измерений предмета в результате эмпирического (зрительного) восприятия удаленного от глаза предмета;

-материализация исходного денотата “точки” (маленькое пятнышко);

-помещение денотата геометрической номинации в экстралингвистический контекст, в материальную ситуацию;

-присваивание абстрактному объекту (исходному денотату точки) материальных предикатов, наделение свойствами материального объекта;

-перекатегоризация реального конкретного объекта номинации (птиц), соотнесение с новой логосхемой (то, что выглядит как точка).

Зрительное восприятие (глаз наблюдателя) выступает здесь как посредник при ментальной трансформации объекта номинации. Мы имеем дело с (семантической) идеализацией объекта номинации на эмпирической основе. Это тоже своего рода вид геометрической концептуализации объекта макромира (макроскопического уровня).

Наблюдения над языковой семантикой показывают, что в процессах языковой номинации актуализация геометрических образов может быть связана с выполнением ими различных функций. С одной стороны, при репрезентации явлений психологического порядка, они могут выполнять функцию упорядочения психологической реальности по типу пространства макромира, на основе представлений геометрии Евклида:

И плывет углами неба восхитительная мощь (Мандельштам);

Углы сознания (Пастернак);

Кривая мечтаний (Гринин);

Потаенные уголки души и т.д.

Подобного рода примеры показывают, что человеческое сознание, оперируя явлениями непространственного порядка, помещает их в традиционную сетку пространственных категорий, относящихся к макромиру.

Кроме того, в сознании человека важное место занимает система предметно маркированных ориентиров и эталонных конфигураций - абстрагированных топологических структур, которые представляют собой геометризованные пространственные композиции, семантически и структурно дополняющие набор традиционных геометрических эталонов формы. Очень важное место занимают в этой системе абстрагированные динамические схемы развертывания в пространстве материальных объектов (свиток, клубок, моток, колесо, веер, вереница и т.д.). Характерно, что именно в этой области наблюдаются наибольшие различия между языками. Эти схемы также выполняют функцию упорядочивания явлений непространственного порядка по типу макроскопического уровня:

Воспоминание безмолвно предо мной свой длинный развивает свиток (Пушкин);

И раскрывается с шуршаньем печальный *veer* прошлых лет (Мандельштам);

Два круга мыслей, два мотка, которые сматывались, то разматывались (у Пастернака);

Вереница мыслей и т.д.

Эмпирические манипуляции с формой широко распространены в процессах номинации. В языковых выражениях часто актуализируется образ механической деформации геометрической формы. Так, форма Земли определяется как “сплющенный” с обеих сторон эллипсоид. Круг может разрываться, кольцо сжиматься и т.д. Характерно, что ментальные композиции с использованием геометрических составляющих часто связаны с различного рода трансформациями геометрических схем и их динамическим представлением. Так, круг размыкается и вновь смыкается, угол разворачивается в пространстве. Пространство сжимается до точки, точка разрастается до масштабов вселенной. Спираль сворачивается в точку, замыкается, раскручивается, переходя в прямую и т.д.

Таким образом, наблюдения над языковой семантикой показывают, что хотя макроскопический уровень восприятия ориентирован на понятия геометрии Евклида, основанные на представлении о трехмерности пространства и объектов окружающего мира, человек в своем восприятии и осмыслиении бытия постоянно выходит в область неевклидовых представлений, что проявляется в различных аспектах.

Яркие примеры такого “метафизического” выхода (трансцендентного) за пределы трехмерного мира предоставляет художественное мышление, выстраивающее ментальные композиции по законам, значительно отличающимся от законов функционирования объектов макромира. И здесь мы вовсе не пытаемся проводить аналогию с закономерностями микромира, а отмечаем многомерный характер художественного мышления, отражающего многомерность мира, в том числе возможность многомерного восприятия пространства. Не проводя анализа художественных задач и стиля тех или иных авторов, приведем некоторые примеры, иллюстрирующие саму возможность языковой презентации “неклассических ситуаций” бытия мира, иначе говоря, художественного “инобытия” явлений мира (по Аверинцеву) (Аверинцев 1972).

Можно отметить два варианта такого инобытия: 1) выход человека за пределы пространства и времени и 2) неклассические закономерности, неклассическое поведение объектов мира.

Пространство и время – это категории, в рамках которых протекает жизнь человека, которые полагают пределы человеческого существования. В художественной семантике часто воплощается идея победы человека над пространством и временем.

Так, у Цветаевой в стихотворении “Прокрасться” можно в этой связи отметить следующее:

А может, лучшая *победа*
Над временем и тяготеньем –
 Пройти, чтоб не оставить следа.
 Пройти, чтоб не оставить тени...

В художественном мире Цветаевой можно “вычеркнуться из зеркал”, “выписаться из широт”. В стихотворении “Час души” есть “глубокий час души и ночи, не числящийся на часах”. Душа поэта стремится преодолеть время и оказаться в вечности, где она и живет:

О, как я рвусь тот мир оставить,
 Где маятники душу рвут,
 Где *вечностью мою* правит
 Разминование минут. (Минута)

Идеи выхода за пределы времени в вечность, а также выхода из пространства звучат у О.Мандельштама:

Богослужения торжественный зенит.
 Свет в круглой храмине под куполом в июле,
 чтоб полной грудью мы *вне времени* вздохнули
 о луговине той, где время не бежит.

(“Вот дароносица, как солнце золотое...”)

И я выхожу из пространства
 В запущенный сад величин
 И мнимое рву постоянство
 И самосознанье причин.

(Восьмистишия)

Идея всевластия человека над пространством звучит в стихотворении “Адмиралтейство”:

Нам четырех стихий приязненно господство.
 Но создал пятую свободный человек.
 Не отрицает ли пространства превосходство
 Сей целомудренно построенный ковчег?
 Сердито лепятся капризные медузы.
 Как плуги брошены, ржавеют якоря-
 И вот *разорваны трех измерений узы*
 И открываются всемирные моря.

Художественная метафора, выражающая в словесном образе интуицию художника, высвечивает поистине безграничные возможности многомерного представления мира в языке, включая и его “неклассические” свойства.

1. Аверинцев С.С.Символ // КЛЭ.-М., 1972, -Т.6.
2. Кравченко А.В. Язык и восприятие: Когнитивные аспекты языковой категоризации.-Иркутск,1996.
3. Познер А.Р. Метод дополнительности: проблема созерцания и сферы действия.- М.,1981.

Вахтель Н.М., Фридман Ж.И.

Морально-нравственная лексика в русском языковом сознании

Морально-этическая лексика традиционно трудна для семантического анализа в силу своей абстрактности, семантической объемности и недостаточно четкой очерченности смыслового объема. К абстрактной лексике трудно применить методы компонентного анализа, так как многие из этих лексем не образуют семантических парадигм, необходимых для дифференциации значений методом компонентного анализа. Перспективным путем исследования семантики абстрактной лексики является психолингвистический эксперимент.

Нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент с целью выявления национальных особенностей содержания морально-нравственных лексем в русском языковом сознании. В качестве стимулов испытуемым предлагались следующие лексемы: благотворительность, счастье, любовь, ложь, ответственность, война, совесть, долг, великодушие, жалость, зависть, помочь, милосердие, грех, свобода, презрение, благородство, добро, семья, ненависть, достоинство, жизнь, правда, зло, убийство, дружба, труд, честь, смерть, закон, воля.

Эксперимент проводился в письменной форме. Испытуемым предлагались бланки со словами-стимулами и предлагалось после каждого стимула записать первое слово, которое приходило им в голову. Время работы не ограничивалось. Испытуемые не получали ограничительных инструкций относительно языковой формы или смыслового содержания реакций. Фиксировался возраст и профессия

испытуемых. В тех случаях, когда испытуемые давали несколько реакций на слово-стимул, при обработке учитывалось только первое слово. В эксперименте принимало участие 100 человек (73 студента, 27 лиц в возрасте от 30 до 50 лет).

Результаты эксперимента

Приведем результаты эксперимента по пяти словам из исследованного списка.

ПРАВДА 100: истина 10, честность 8, газета, ложь 7, горькая, искренность, реальность 5, справедливость 3, боль, вера, всегда относительна, глаза, жизни, лучше горькая, хотя... 2, бесконечно прямая линия, во вред, возможность сказать, что думаешь, всегда нужна, горечь, иллюзия, комсомольская, кривда, лезвие бритвы, не всегда, не ложь, неправда, неправдоподобность, неуверенность, объективное, одна, откровенность, пионер, сила, смелый поступок, смена дня ночью, совесть, соль на рану, спокойствие, суд, тяжелая ноша, убеждение, у волка своя, у зайца своя, умение ее говорить, чистота 1; отказы 7.

СОВЕСТЬ 100: честность 11, стыд 6, внутренний контролер 5, мучения, порядочность, чистая 4, переживание, судья, чистота 3, Бог внутри тебя, вина, гложет, душа, мука, ответственность за поведение, плохо, когда есть угрозы, правда, сердце 2, академик Д.С.Лихачев, барьер, белый, богатство, важное свойство человека, вера в Бога, дискомфорт, должна быть, духовная гармония с самим собой, если есть, закон, зуд комара над ухом, когда хочется спать, камень, личное, лучшее, мораль, не быть хапугой, не могу без нее, не обманывать, не у всех, покоя не дает, попросили- сделай, поступок, преданность, проснется поздно, противный тролль, рамки, справедливость, стержень, такт, тень, часы, чистый лист бумаги, чувство одиноких людей 1; отказы - 3.

СЧАСТЬЕ 100: радость 15, любовь 11, семья 7, здоровье, понимание, спокойствие 5, добро, когда тебя понимают, любимый человек, успех 3, благополучие, гармония, его нет, жизнь, личное, каждому свое, когда все дома, чувство комфорта 2, быть любимой, возможность реализовать свои желания, горе, деньги, иллюзия, иметь родных людей, мечта, не в деньгах, а в их количестве, победа, порядок в семье, свет, сидеть в теплой комнате, когда за окном дождь, смех, созерцание мира в одиночестве, солнце, тепло, трезвый муж, что-то светлое, как солнце в конце пути, чувство артиста, которому аплодируют, удовлетворение от хорошо сделанной работы 1; отказ 1.

ДРУЖБА 100: взаимопонимание 12, преданность 7, доверие 6, верность, помощь 5, сырок (плавленый) 4, поддержка, подруга, товарищ 3, бескорыстие, добрые отношения с товарищами, жить для друзей, интерес, кинотеатр, крепкая, любовь, предательство, ответственность 2, вечно зеленое дерево, вражда, выбор настоящего человека среди немногих, дети, детство, добро, долголетие, искренность, как присяга, компания, крепкая, крепко, крепость, лесть, мой школьный выпуск, мужская, на всю жизнь, надежность, не существует между мужчиной и женщиной, опора, парень и девушка, первая любовь, «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!», радость, разочарование, Ромео и Меркуцио, собака, такая штука, без которой трудно жить, улыбка 1; отказы 2.

ДОБРО 100: зло, помощь 10, милосердие 6, Бог, любовь, твори 3, благородство, взаимопонимание, мама, радость, свет, счастье, тепло, улыбка, человек, честность, что-то хорошее 2, альтруизм, ангел, благодетель, бобер, великодушие, возвращается добром, грусть, дарить подарки, девять заповедей, дело, делать все возможное, достижение, Евгений Леонов, едино со злом, желание сделать других счастливее, животные, избушка Бабы- Яги, комфорт, круг, в котором ты общаешься, ласковое солнце, мать Мария Тереза, нравственное состояние души человека, одно из лучших качеств человека, поступок, редкость, Робин Гуд, светлая часть человечества, согреть зимой щеночка, тепло, уступить в транспорте место бабушке, что-то полезное и красивое, щедрость 1; отказы 8.

Обсуждение результатов эксперимента

Национальная специфика языкового сознания отмечается во всех исследованных словах, хотя и в разной степени. Охарактеризуем ассоциативные связи исследованных стимулов с точки зрения их национальной специфики.

Для стимула «правда» отмечается негативное отношение испытуемых: во вред, горькая, горечь, лезвие бритвы, тяжелая ноша. Правда воспринимается как нечто данное: объективная, одна. О трудности достичь правды свидетельствуют ассоциации: соль на рану, у волка своя - у зайца своя, иллюзия, всегда относительна, неправдоподобность, неуверенность. Лексему «правда» испытуемые связывают также со словосочетаниями советской эпохи: Комсомольская Правда, Пионерская Правда. Довольно высок процент отказов – 7%.

Стимул «Совесть» ассоциируется преимущественно с честностью (11 реакций). Совесть ассоциируется с тяжелыми, неприятными переживаниями: стыд, мучения, переживание, гложет, мука, плохо, когда есть угрызения совести, дискомфорт, покоя не дает, зуд комара над ухом, чувство одиноких людей. Заметное количество ассоциативных реакций связано с конкретизацией понятия «совесть» – испытуемые как бы примеряют данное понятие к реальной действительности, ищут проявления абстракции в реальном мире, в действиях и лицах: не обманывать, не быть хапугой, попросили – сделай, вера в Бога, Д.С.Лихачев, поступок. Концепт «совесть» раскрывается в эксперименте через ряд очень конкретных и глубоко субъективных понятий – тень, часы, когда хочется спать, белый, личное.

Наиболее сильными ассоциатами к стимулу «счастье» оказываются радость (15 реакций) и любовь, семья (18 реакций). Это наиболее яркие и единодушные ассоциативные реакции, полученные в ходе эксперимента со всеми стимулами. Для данного стимула зафиксирован всего 1 отказ, что тоже является «рекордом» эксперимента.

Ассоциации, связанные с любовью и семьей, поддерживаются и другими ассоциациями – любимый человек, когда все дома, быть любимой, иметь родных людей, порядок в семье, трезвый муж. Обращает на себя внимание невыявленность в эксперименте ассоциатов, отражающих общественную сторону счастья – успех в работе, карьеру, а также богатство как проявление счастья (для людей Запада важной предпосылкой счастья является именно наличие богатства). Не очень частотной оказалась и ассоциация «здоровье». Зато выявляются ассоциаты, конкретизирующие счастье в его физическом, материальном воплощении – причем это опять не деньги, не богатство (есть лишь единичная ассоциация – деньги), а ассоциации с покоем и уютом: спокойствие, когда все дома, чувство комфорта, порядок в семье, свет, сидеть в теплой комнате, когда за окном дождь, солнце, тепло, созерцание мира в одиночестве.

Испытуемые интерпретируют стимул «дружба» чаще всего как взаимопонимание (12 реакций) и преданность, верность (12 реакций). Заметное место занимают ассоциаты, конкретизирующие преданность как готовность бескорыстно помочь: помочь, поддержка, бескорыстие, опора, жить для друзей, а также представление о дружбе с детства: дети, детство, долголетие, на всю жизнь, мой школьный выпуск. Иногда стимул ассоциируется у испытуемых с конкретными реалиями: сырок (плавленый), кинотеатр. Реакции могут быть

вызваны лозунгами советской эпохи: «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!».

Наиболее распространенными ассоциациями на стимул «добро» являются: помочь (10 ответов) и милосердие (6 ответов). Этот концепт часто толкуется через его носителя: Бог (3 реакции), мама и человек (по 2 реакции). Следует отметить ассоциацию, обусловленную российскими социально- бытовыми условиями: уступить в транспорте место бабушке. Обнаруживается также тенденция к бытийной конкретизации содержания стимула в сознании испытуемых: добро – мама, улыбка, дарить подарки, Евгений Леонов, животные, ласковое солнце, комфорт, согреть зимой щеночка. Вместе с тем, стимул *добро* выявил наибольший в эксперименте процент отказов – 8%, что свидетельствует о его достаточно высокой абстрактности и, возможно, изолированности в языковом сознании информантов.

Подводя итог, отметим, что испытуемые демонстрируют тенденцию конкретизировать слово-стимул чувственными образами или образами действий, а также образами конкретных лиц, являющихся носителями соответствующих моральных норм. Это свидетельствует о проявлении в ассоциативном эксперименте образного универсально-предметного кода, показателями единиц которого и выступают конкретно-образные ассоциации.

Национальная специфика языкового сознания проявляется преимущественно в периферийных ассоциативных связях слова.

Анализ ассоциативных рядов показал, что на разные стимулы испытуемые нередко дают сходные реакции. Например, на стимулы «свобода», «добро» одинаковыми являются следующие реакции: счастье, радость; на слова-стимулы «смерть», «труд» – кося; на слова «война», «труд» – деньги, мир. Обращает на себя также внимание, что лексемы *дружба* и *добро* в языковом сознании носителей русского языка тесно связаны друг с другом через ассоциат *помочь*, лексемы *правда* и *совесть* – через ассоциат *честность*, что свидетельствует об определенной системности организации лексем морально-этического содержания в языковом сознании носителей языка.

Проведенный ассоциативный эксперимент позволил также осуществить типологию ассоциативных связей между стимулом и ассоциатом.

Известно много различных типологий ассоциативных связей. Дж.Миллер предлагает следующую классификацию:

1. ассоциации по контрасту: мужчина - женщина, черный - белый;
2. ассоциации по сходству: скорый - быстрый, расцветать- цветок;

- 3.ассоциации, основанные на соподчинении: животное - собака, мужчина - отец;
- 4.ассоциации, основанные на соподчинении: мужчина - мальчик;
- 5.ассоциации по принципу часть - целое: день - неделя;
- 6.ассоциации, основанные на обобщении: мужчина - мужской;
- 7.ассоциации по принципу ассоанса: pack - tack, bread - red;
- 8.ассоциации по принципу дополнения: вперед - идти; черный - доска;
- 9.ассоциации, основанные на эгоцентризме: успех - я обязан;
- 10.ассоциации, в которых стимул и реакция являются однокорневыми словами: бегать - бегающий;
- 11.ассоциации, основанные на предикации: комната - темная (Слобин, Грин 1976, с.140).

Г.С.Щур выделяет три типа ассоциаций:

- 1.онтологические, т.е. отражающие парадигматический аспект существования языковых явлений. Например:
- слова с общей основой (преподавание – преподаватель - мы преподаем);
- слова с общими аффиксами, например, суффиксами (преподавание - вооружение- изменение);
- слова с общим значением (преподавание - воспитание - обучение);
2. эмпирические ассоциации, лежащие в основе группирования элементов соответственно субъективному опыту индивида;
- 3.Чисто психические ассоциации, т.е. индивидуальные или случайные (Щур 1976, с. 94).

Проанализированный нами ассоциативный материал позволил выделить следующие типы связей стимула и реакции (проиллюстрируем выделенные типы на примере ассоциаций к стимулу *труд*).

Ассоциативная структура слова “труд” достаточно разнообразна. Она представлена смысловой связью (труд- деньги, дело, польза, молоток). Формальная связь отсутствует. Обнаружены реакции, вызванные разными толкованиями слова-стимула. Так, реакции “созидание, копать картошку” связаны с пониманием слова “труд” как целесообразной деятельности человека, направленной на создание с помощью орудий производства материальных и духовных ценностей; реакции “коллектив, тяжесть, серость” связаны с пониманием этого слова как работы, занятия; реакции “учеба, развитие” – с пониманием слова “труд” как усилия, направленного к достижению чего-либо; реакции “зарплата, карьера” – с пониманием этого слова как результата деятельности, работы; реакция “урок” связана с

пониманием этого слова как учебы, как процесса учебной деятельности.

Можно выделить парадигматическую (труд- серп, учеба, работа) и синтагматическую (труд- физический, облагораживает человека) связь. Наблюдаются также следующие виды смысловых отношений: отношения антонимии (труд- скука); отношения деятельности-вознаграждения (труд - зарплата); отношения деятельности-результата (труд- усталость); отношения деятельности-субъекта (труд - коллектив, К.Маркс, Золушка); отношения деятельности-объекта (труд - картошка); оценочные отношения (труд - серость); отношения деятельности- орудия (труд - ведро); объектные отношения (труд - поле); отношения деятельности-цели деятельности (труд - удовлетворение); отношения общего-частного (труд - учеба); фразеологические отношения (труд - облагораживает человека; труд - серп и молот; труд - мир, май); модальные отношения (труд - надо, необходимость). тематические (труд - карьера, деньги); синтагматические (труд - каторжный, физический); отношения включения (труд - усталость, серп); отношения замены (труд - скука); дефиниция стимула (труд - занятие от скуки, любимое дело, тяжелая работа);

В целом проведенный эксперимент выявил следующие виды отношений стимула и ассоциаций:

1. отношения синонимии (грех - вина, счастье - радость);
2. отношения антонимии (жизнь - смерть, любовь - ненависть);
3. отношения общего-частного (зло - жестокость, грех - убийство);
4. отношения причины-следствия (убийство - труп, любовь - семья);
5. отношения признака - его проявления (свобода - выбор, честь-месть);
6. отношения понятия- источника (грех - яблоко, свобода - деньги);
7. отношения понятия- его носителя (добро - святой);
8. отношения деятельности- вознаграждения (труд - зарплата);
9. оценочные отношения (добро - редкость, счастье - яркое);
10. отношения деятельности- орудия деятельности (убийство- нож);
11. обстоятельственные отношения (убийство - глухой переулок, ночь);

12. объектные отношения (благородство - дама сердца, помощь-друг);
 13. количественные отношения (грех - семья, первый);
 14. словообразовательные отношения (великодушие - великая душа);
 15. отношения наличия- отсутствия состояния, которое названо словом-стимулом (любовь - ее нет);
 16. отношения понятия- атрибута (честь - шпага и перчатка);
 17. отношения абстрактного- конкретного (дружба - сырок плавленый);
 18. фразеологические отношения (счастье - не в деньгах, а в их количестве);
 19. функциональные отношения (совесть - контроль личности).
-

1. Слобин Д., Грин Дж. Психолингвистика // Под ред. А.А.Леонтьева. М.,1976.-С.139-146
2. Щур Г.С. Типы лексических языковых ассоциаций // Общественные науки в СССР. Реферативный журнал. Серия 6. Языкоzнание.- № 3.- М.,1976. - С.93-95

Национальное коммуникативное сознание

Е.В.Маслова

О некоторых закономерностях восприятия рекламного текста русским коммуникативным сознанием

Реклама является формой неличной коммуникации, направленной на охват больших целевых групп.

Рекламные сообщения обладают значительным коммуникативным потенциалом. Это обусловлено рядом причин, главными среди которых являются:

- синтез коммуникативных возможностей всех элементов рекламного сообщения (заголовка, формы и содержания текста и т.д.),

- ориентация на определенные группы, обладающие набором социально-демографических и/или психографических характеристик, в том числе использование общего с адресатом кода коммуникации.

Вербальные рекламные сообщения представляют хорошие возможности для реализации этих преимуществ.

Процесс активного становления и развития российской рекламы обусловил рост интереса к анализу рекламных текстов со стороны лингвистов. Так, А.Фомин изучает прагматические условия их возникновения, Д.Розенталь и М.Кохтев – лексикографическое содержание и структурно-смысловое построение, Е.Толкунова – воздействующие функции Н.Крылова – когнитивную модель рекламного текста и т.д.

К одной из актуальных задач современного языкоznания относится анализ восприятия рекламных текстов.

В 2001 году нами была проведена серия психолингвистических тестов¹, результаты которых позволили описать некоторые особенности восприятия текстов газетной рекламы, в том числе привлекательность, запоминаемость, степень усвоения информации, устойчивость восприятия во времени, эмоциональное воздействие.

Восприятие рекламы напрямую зависит от такого показателя, как уровень доверия к ней. Реклама в газетах лидирует в этом отношении: ей доверяют от 22% до 25% информантов. Отметим для сравнения, что для телевизионной рекламы этот показатель ниже в 1,4 раза, а для рекламы на радио – в 1,8 раза. Следует иметь в виду, что данная ситуация уникальна именно для России, где в целом высок уровень доверия к печатному слову. В первую очередь речь идет о рекламных текстах, а не той газетной рекламе, которую специалисты называют «блочной» или «модульной». Интересно, что 43% опрошенных отметили интерес к текстам о новых товарах и услугах (т.е. позитивно настроены к текстам рекламного характера даже те, кто не всегда доверяет газетной рекламе).

Эффективность восприятия рекламного текста зависит как от аргументации в пользу рекламируемого товара и/или услуги, так и от содержащейся в нем оценки рекламируемого объекта. Отсутствие

¹ Исследования проведены на базе отдела социологических и маркетинговых исследований Издательского Дома «Комсомольская правда – Воронеж». Общее число информантов – 1500 человек, пропорционально представляющих различные социально-демографические группы населения г. Воронежа старше 15 лет.

аргументов и оценки существенно снижает влияние рекламного текста.

Аргументы могут быть разделены на «объективные» (логические, описывающие отличительные особенности и раскрывающие сущность рекламируемого объекта) и «эмоциональные» (вызывающие определенные эмоции и ассоциации).

Согласно полученным данным, мужчины лучше воспринимают ту рекламу в газетах, которая ориентирована на рационально мыслящего покупателя, тогда как женщины отдают предпочтение текстам, в которых сделан акцент на эмоциональность. Тесты показали, что мужчины плохо запоминают тексты, в которых отсутствуют конкретные функциональные указания. С другой стороны, они редко обращают внимание на «мелкие детали» в описании рекламируемого продукта. Хуже, чем женщины, они запоминают справочную информацию (адреса, телефоны и т.п.).

Показательно, что рациональное отношение к рекламному тексту свойственно людям среднего (25-45 лет) возраста. Именно в этой возрастной группе в целом высок интерес к газетной рекламе (в 2,5 раза выше, чем среди населения в целом).

Мы придерживаемся точки зрения, согласно которой для рекламного текста вне зависимости от его размера достаточно двух-трех аргументов. Наши данные свидетельствуют о том, что дальнейшее увеличение их количества приводит не к повышению, а, напротив, к снижению эффективности восприятия. Даже после однократного прочтения текста (при условии отсутствия конкурентного окружения) 79% информантов могли воспроизвести все приведенные в нем аргументы (в тех случаях, когда их было не более трех) через достаточно значимый промежуток времени (интервал между этапами теста составлял 3 дня). При увеличении количества аргументов до четырех соответствующий показатель уровня запоминаемости снижался до 61%; при добавлении еще одного аргумента – до 54%. Начало и конец рекламного текста запоминаются в среднем лучше, чем его середина.

Искусственность лабораторной ситуации проведения эксперимента объясняет достаточно высокие приведенные показатели: в реальной действительности аналогичные цифры гораздо ниже. Так, по результатам проведенного нами опроса², обращают внимание на

² Опрос проведен в феврале 2002 года, количество опрошенных 500 человек (выборку составили жители г.Воронежа старше 15 лет, регулярно читающие газеты)

тексты рекламного характера 42% читателей газет. При этом через 3 дня только каждый третий из них может воспроизвести названия рекламируемых товаров (марок). Причем, в подавляющем большинстве случаев (89%) называется не более трех-пяти брендов. Менее половины (46%) тех, кто обратил внимание на рекламный текст, прочитывают его более чем наполовину.

Сегментирование целевой аудитории по полу и возрасту является, на наш взгляд, обязательным условием создания эффективного рекламного текста. Однако существуют некоторые правила, которые являются универсальными.

52% опрошенных отметили, что им нравятся рекламные тексты, написанные с юмором; причем такие оценки в равной мере присущи представителям разных социально-демографических групп. Подобные тексты лучше запоминаются. Но следует иметь в виду, что при этом, как показывают исследования, нередко запоминается хорошо именно сюжет текста, а не рекламируемая марка (товар).

В рамках нашего исследования были типичны ситуации, когда информанты детально воспроизводили содержание рекламного сообщения (перечисляли аргументы и т.п.), но в отношении объекта рекламы могли ответить лишь, что это «какая-то зубная паста», «импортный телевизор» и т.п. Таким образом, мы имеем дело с с невыполнением рекламным текстом одной из основных своих функций. Избежать подобного негативного момента помогает юмористическое «обыгрывание» непосредственно названия рекламируемого товара/услуги. Особенно эффективно использование в связи с этим рифмованных частей текста (заголовка).

Большинство текстов газетной рекламы создается на основе нейтральной лексики. Интересно, что негативную оценку со стороны читателей практически в равной мере вызывает использование как узкоспециализированных терминов, так и жаргонизмов, сниженной лексики. Против включения подобной лексики в тексты газетной рекламы высказывается 87% опрошенных. При этом тесты были построены таким образом, что вопрос не ставился «в лоб» (в этом случае ответ был бы предсказуем), а информантам предлагалось по специальной шкале выбрать слова, употребление которых в тексте, по их мнению, неуместно. Среди женщин выше доля негативно оценивающих жаргонизмы и сниженную лексику, среди мужчин – тех, кто против использования в текстах газетной рекламы терминов. Мешает восприятию текста включение в него заимствованных в

последние годы иностранных слов. По нашим данным, это объясняется не столько незнанием читательской аудиторией их значений, сколько отсутствием устойчивых ассоциаций, связанных с ними, и их слабая коннотация.

Снижает эффективность восприятия рекламного текста и использование языковых штампов, особенно в заголовках рекламных материалов.

К нарушению стилистических норм опрошенные относятся достаточно лояльно. Мы полагаем, что нетрадиционная синтаксическая оформленность текста является действенным приемом повышения экспрессивности рекламного текста. К таким приемам могут быть отнесены: нарушение правил употребления однородных членов предложения, необычная расстановка знаков препинания, оформление субъекта и предиката пропозиции в качестве самостоятельных предложений и т.д. Согласно нами данным, носители языка воспринимают такие изменения как придающие дополнительную экспрессивность тексту, способствующие поддержанию внимания. Характерно, что большинство опрошенных (63%) считают подобные нарушения оправданными и не вызывающими раздражения с точки зрения читателя. Кроме того, деление фразы на отдельные фрагменты приближает стилистику текста к разговорной, обыденной речи. По нашим наблюдениям, это способствует повышению коммуникативной эффективности рекламного текста.

Предпочтение в отношении коротких фраз в текстах газетной рекламы у читателей ярко выражено. Особенно это относится к оформлению заголовков рекламных статей. В рамках проведенных нами исследований был подтвержден тезис о том, что оптимальный размер заголовка – четыре-пять слов. В среднем такие заголовки запоминаются в 2,5-3 раза лучше, чем содержащие шесть и более слов.

Нередки случаи, когда заголовок слабо связан с основным текстом. Это затрудняет восприятие рекламы в целом и вызывает раздражение читателей.

Характерно, что размеры самого текста практически не влияют на его восприятие. Однако, мужчины в большей степени склонны к коротким газетным сообщениям (в том числе и рекламным), а женщины – к более пространным статьям. При этом размер текста должен определяться не только демографическим составом целевой аудитории рекламного воздействия, но и спецификой рекламируемого товара/услуги.

Е.А.Зацепина

Концепты *вежливость*, *грубоcть* в русском коммуникативном сознании

В современном языкоzнании одним из наиболее актуальных направлений становится когнитивная лингвистика, цель которой – исследование языковых средств, репрезентирующих в языке и речи определенные концепты.

Цель данного исследования – определить способы объективации концептов *вежливость* и *грубоcть* в семантическом пространстве русского языка.

Лексема *вежливый* является в русском языке ключевой для языковой репрезентации концепта *вежливость*, а лексема *грубый* – ключевое слово, осуществляющая базовую вербализацию концепта *грубоcть*.

Для построения семантической лексемы необходимо выявить все семемы, которые она способна обозначить. Для достижения этой цели был использован метод анализа словарных дефиниций лексем-репрезентантов в диахронии и синхронии.

По происхождению слово «грубый» является более древним, чем «вежливый» - оно относится к периоду индоевропейского языкового единства, о чем свидетельствуют соответствия во многих балтийских, германских и славянских языках. Особенностью слов, составляющих исконный лексический пласт славянских языков, являются значительные семантические изменения, произошедшие с ними: могло произойти сужение или расширение значения, утрата первоначального или развитие противоположного значения и пр. Подобная трансформация в плане содержания произошла и у лексемы *грубый*. Первоначальное значение общеславянского *gryb* – «шероховатый, неровный». Сегодня объем семантической структуры слова *грубый* значительно шире. Толковые словари приводят разное количество семем.

В словаре В. Даля значение слова *грубый* объясняется с помощью синонимов (жесткий, черственный, окреплый, толстый, шершавый, суровый, оляпистый, неуклюжий и пр., а грубоcть определяется как «всякое грубое действие, дерзость, обида».

Толковый словарь под ред. Д. Ушакова приводит уже 4 значения:

1. Необработанный, неотделанный, примитивный, чуждый изящества, тонкости.
2. Неприятный на слух, осознание.

3. Некультурный, неучтивый, не удовлетворяющий нормам высоко развитой общественности.

4. Предварительно сделанный, не разработанный в общих чертах.

Сходная семемная структура данной семантической структуры отражена в 4-томном словаре, выпущенном Академией наук СССР, однако там приводится дополнительное значение: нарушающий элементарные правила чего-нибудь, непозволительный, недопустимый (ошибка, опечатка).

В толковом словаре С. Ожегова и И. Шведовой, выпущенном в 2001 году, зафиксировано 6 семем, причем первым, основным, выступает значение «недостаточно культурный, неделикатный, нечткий, нетонкий» (грубый человек, выходка, манеры, душа, сердце, игра).

Таким образом, анализ словарных дефиниций, приведенных в различных толковых словарях показал, что к первоначальному значению *грубый* – «шероховатый, неровный» – добавились следующие:

1. Недостаточно культурный, не удовлетворяющий нормам общественности.

2. Простой, без изящества, необработанный.

3. Приблизительный, предварительно сделанный.

4. Неприятный на слух.

Следовательно, развитие семантической структуры лексемы *грубый* шло от эмпирических впечатлений человека о предмете (шероховатый, неровный, жесткий, неприятный на ощущение, слух) к оценке внутренних качеств самого человека (невежливый, резкий, дерзкий, отличающийся отсутствием необходимого такта). Возможно, это изменение можно связать с появлением в 16 веке заимствованного из немецкого языка слова *Grobian* (грубый человек), что дало толчок для сближения этих двух языковых единиц и возникновения нового значения у лексемы *грубый*. Такую трансформацию можно представить схемой: шероховатый - недостаточно обработанный - примитивный, чуждый изящества, простой – недостаточно культурный, резкий.

Изменения в семантической структуре исследуемой лексемы происходили и в 20 веке и были связаны прежде всего с политическими изменениями в нашей стране. В словаре В. Даля в ряду синонимов приводится слово *мужиковатый*, которое сегодня трактуется как «грубоватый, простоватый». По структуре оно является производным (мужик + суффикс субъективной оценки -оват). Толковый словарь С. Ожегова в статье «мужик» приводит следующее

устаревшее значение: 4. В буржуазно-дворянском жаргоне: о невоспитанном, необразованном человеке.

В этом же словаре одно из значений лексемы *простой* следующее: 7. Принадлежащий к непривилегированным эксплуатированным классам, не дворянский (устар.).

Таким образом, исследуя развитие семантической структуры лексемы *грубый*, можно говорить об исторической утрате денотативной семы «характерность для простонародья».

Слово *вежливый* появилось в древнерусский период становления русского языка. Оно образовано с помощью суффикса *-ълив* (современный *-лив-*) от неупотребимого сейчас *вежа* (знаток), которое, в свою очередь, является производным от глагола *ведать*.

В словаре В. Даля зафиксировано уже два значения. Одно преподносится как устаревшее и трактуется как «знающий, сведущий; ученый, образованный», например *поп - вежа*. Второе значение, современное, определяет вежливость как «образование внешнее, знание обычаев и приличий», а *вежливый* человек, по Даля, это прежде всего тот, кто соблюдает светские, житейские приличия, учтивый, услужливый, предупредительный.

Однако исследование языкового материала позволяет говорить о том, что долгое время в общественном сознании значение «ученый, образованный» являлось ведущим в семантической структуре лексемы *вежливый*. На данном этапе в русском языке функционируют два слова, различные по происхождению, когда-то имевшие одно значение *необразованный*. Это старославянское *невежда* и древнерусское *невежа*. Сегодня они имеют разное значение:

Невежа – грубый, невоспитанный человек. Невежда – малообразованный, малосведущий человек. В баснях И. Крылова встречаем:

Мне хочется, невеждам не во гнев,
Весьма старинное напомнить мненье:
Что если голова пуста,
То голове ума не приладут места.

«Парнас»

Или:

Невежа! Восставать против наук ты смеешь?

«Огородник и философ»

У А. Островского в пьесе «Не все коту масленица» один из персонажей (Ипполит) говорит: «От образованных людей, конечно, ожидать нельзя (речь идет о грубых поступках), а по нашей стороне (т.е. купеческой) всего дождешься. Кругом нас такое невежество-то

свирипствует, - страсть!». Даже сегодня можно услышать грубо-просторечное выражение «Куда лезешь, а еще в очках!» (т.е. поступаешь невежливо, хотя претендуешь на звание ученого, образованного человека). Таким образом, семантическая связь «образованный - значит вежливый» ощущается в семантике слова вполне отчетливо в наши дни, что подтверждают данные психолингвистического эксперимента: на просьбу подобрать близкие по смыслу слова к лексеме *вежливый* 10 человек из 100 опрошенных привели как синоним *образованный*. Кроме того, эксперимент позволил выявить следующие толкования содержания значений исследуемых слов в коммуникативном сознании русского человека. На вопросы «Что такое вежливость?» и «Что такое грубость?» были получены следующие субъективные дефиниции:

Вежливость – хорошее отношение к другим людям; умение общаться с людьми; умение правильно вести себя в определенных ситуациях; умение правильно и красиво говорить; признак хорошего воспитания; соблюдение правил приличия и др.

Современные толковые словари (Ожегов, Ушаков, МАС) также характеризуют вежливость как соблюдение правил приличия, а вежливого человека как учтивого, обходительного, благовоспитанного.

Грубость – это неуважительное отношение к другим людям, порой жестокое; враждебность, резкость в общении; моральное и физическое унижение; невоспитанность, невежественность; отрицательное качество человека и др.

Обобщение материала, полученного в результате проведения эксперимента, позволяет толковать значения исследуемых лексем как отношение (положительное или негативное) к другим людям. Кроме того, грубость во многих субъективных дефинициях толкуется как жестокое обращение, физическое унижение, применение физической силы. Опрашиваемые в ходе эксперимента не испытывали трудности в толковании данных слов, что свидетельствует о том, что концепты находятся в активной зоне языкового сознания.

Развитие семантической структуры лексемы *вежливость* можно представить в следующей последовательности семантических шагов: знающий – образованный – культурный, воспитанный – соблюдающий внешние приличия.

В начале 20 века вежливость в значении «учтивость, обходительность» входила в семантический комплекс, характеризующий интеллигентного человека, его поведенческие, моральные, этические качества, отличающие от других сословий,

социальных групп (образованность, культурность, обходительность, деликатность, вежливость). После революции, в результате переосмыслиния семантики слова, «интеллигент» был противопоставлен «народу». Об этом говорят неодобрительные эпитеты и определения *безликий интеллигент, буржуазный интеллигент*. Эмигрировавший из России лингвист С.И. Карцевский назвал такой процесс обязательного снабжения существительного идеологически окрашенным прилагательным «партикуляризацией». Быть вежливым человеком в революционной России означало отрыв от простого народа, от рабочего класса, принадлежность к буржуазным, эксплуататорским сословиям. Негативное отношение к понятиям «интеллигент, интеллигенция» могло повлиять на положение концепта концепта *вежливость* в концептосфере русского языка.

Анализ словаря антонимов под ред. Л. Новикова показал, что антонимов к слову *вежливый* нет; вместе с тем в словаре приводится лексема *вежливый* как антоним *грубого* наряду с квазиантонимами *корректный, деликатный, учтивый*. Вступительная статья объясняет порядок слов внутри антонимической пары либо традиционной закрепленностью (война-мир), либо логической или временной последовательностью (вчера-завтра), либо наличием положительного качества, свойства (добро- зло, законный-незаконный).

Данный порядок слов внутри антонимической пары можно объяснить, скорее всего, традиционной закрепленностью. Это говорит о том, что в современном языковом сознании вежливость имеет меньшую яркость и выступает как антипод грубости, отсутствие грубости. Следовательно, дихотомия «вежливость-грубость» носит контратрарный характер (т.е. между ними не мыслится что-то среднее, человек, который *не грубит*, уже считается *вежливым*), а *грубость* является базовым членом в данной оппозиции.

Это положение подкрепляют результаты проведенного психолингвистического эксперимента. Двум группам (каждая по 100 человек) предлагалось подобрать к исследуемым лексемам слова, близкие по значению, и слова, обозначающие противоположные понятия. Каждая группа работала изолированно и только с одной лексемой.

Примечательно, что синонимы, приведенные к слову *грубость*, не всегда совпадали с противоположными по значению словами к лексеме *вежливость*:

Грубость (синонимы)

Вежливость (антонимы)

1. Жестокость	1. Грубость
2. Хамство	2.Хамство
3. Неуважение	3.Невоспитанность
4. Резкость	4.Неуважение
5. Невежество	5.Бескультурье
6. Злость	6.Невежество
7. Невоспитанность	7.Бестактность
8. Наглость	
9. Агрессивность	
10. Невежливость	

Грубость как базовый член оппозиции представлена большим количеством лексем с негативной окраской. Выше перечислены лишь наиболее частотные реакции, встретившиеся более пяти раз.

При сопоставлении антонимов лексем *грубость* и синонимов лексемы *вежливость* можно отметить большее количество реакций при подборе слов, близких по значению к лексеме *вежливость*:

Грубость (антонимы)

Вежливость (антонимы)

Вежливость	1. Воспитанность
Нежность	2. Культурность
Уважение	3. Тактичность
Ласка	4. Учтивость
Мягкость	5. Уважительность
Доброта	6. Образованность
Воспитанность	7. Доброта
	8.Внимательность
	9. Обходительность
	10. Деликатность
	11. Доброжелательность
	12. Сдержанность

Безусловно, результаты эксперимента требуют более глубокого анализа и в дальнейшем помогут построить модели соответствующих

концептов, а анализ словарных дефиниций, разумеется, не исчерпывает содержания лингвистического анализа данных концептов.

М.В.Шаманова

К изучению категории *общение* в русском сознании

Лингвистика во второй половине XX века испытала на себе огромное влияние времени, превратившись из науки о грамматических формах и их истории в философско-психологическую теорию человеческого мышления и общения. Наука о языке все больше становится наукой о сущности человека, о структуре его "ментальности", о способах его взаимодействия с миром и с другими людьми. Об обращении лингвистики к проблеме "человеческого фактора" в языке писали многие ученые. Так, И.Г. Рузин отмечает: "Общим местом современной лингвистики является мысль, что понять природу языка можно лишь на основе изучения человека и его картины мира в целом" (Рузин 1996, с.39). Об антропоцентризме как особом принципе исследования, заключающемся в тенденции "поставить человека во главу угла", писала Е.С. Кубрякова (Кубрякова, 1995, с.212).

Возникновение антропоцентрической лингвистики, переход лингвистики «на коммуникативные рельсы» как в области объекта исследования (функционирующий в речи язык, коммуникативное поведение и коммуникативное сознание), так и в области метода (широкое использование методов и приемов коммуникативной лингвистики в изучении широкого круга самых разных явлений языка) делают актуальными исследования самой категории общения как категории национального сознания.

Именно через общение человек вступает в активные отношения с окружающими его людьми, с окружающим миром. Русский человек всегда внимателен к общению – своему и чужому, что свидетельствует о высокой психологической значимости общения и о важности занимаемого места, занимаемого общением, в сознании человека.

Как известно, далеко не все концепты имеют устойчивое языковое выражение. Однако самые важные, релевантные для национального общения концепты всегда кодируются языком, так как они часто становятся предметом обсуждения в соответствующем обществе. Наличие языкового выражения для концепта, его регулярная вербализация поддерживают концепт в стабильном, устойчивом состоянии, делают его общеизвестным (Попова, Стернин 2001, с. 39). Коммуникативно релевантные концепты относятся, по-видимому, к концептам, имеющим определенную ментальную ценность для национального сознания. К таким устойчивым, регулярно вербализуемым, актуальным для мышления и самого процесса коммуникации ценностным концептам относится исследуемый нами концепт – *общение*.

Одним из методов выявления и описания концептов через данные языка выступает анализ словарных толкований ключевого слова-репрезентанта концепта. Нами были проанализированы семантика слов *общение, общаться*.

По данным "Этимологического словаря русского языка" А.Г. Преображенского лексема *общение* является производной от заимствованных из церковнославянского языка *общъ, обща, обще, общий* (ср.: *общность, община, общество, общение*). Анализ словообразовательной парадигмы и соответствия в старославянском, сербском и др. языках свидетельствуют о том, что первоначальное толкование слова *общение* было таковым: "присоединение, принадлежность к чему-либо, кому-либо".

Позже происходит расширение семантической структуры лексем *общение, общаться*. Подтверждение этому находим в "Материалах для Словаря древнерусского языка" И.И. Срезневского. Лексема *общатися* употребляется в древнерусских текстах в следующих значениях: "сообщаться, даваться", "принимать участие", "сообщаться, иметь сношение". Однокоренные лексемы *общевати, общеватися* имеют следующие значения: *общевати* - "входить в общение (в значении присоединения к кому-либо, чему-либо), присоединяться", "объединять", "принимать участие", "причащаться"; *общеватися* - "принимать участие, присоединяться", "сообщать, передавать". Таким образом, основным было значение присоединения, общности.

Синонимами слова *общение* в значении "иметь сношение" в XVIII веке выступают следующие лексемы: *сообщение, общество* (ср. *Учредил разные собрания, где женщины, до сего отделенные от сообщения мужчин, вместе с ними при веселиях присутствовали; ...Князь Григорий Федорович Долгоруков, назначенный уже в польское*

посольство, за то что уведано было, что Долгоруковы князь Алексей Григорьевич с сыном и другие сочинили духовную, которой якобы при смерти своей Петр Второй признавал, что имел сообщение с княжною Екатериною Алексеевною и оставлял ее беременну, и сего ради оказывал свое желание возвести ее на престол, духовную сию переписывал, ... смертную казнь токмо за переписку претерпел; Но сим ассамблеям предписал печатными листами правила, что должно на стол поставлять и как принимать приезжих. Сим упреждая и излишнею роскошь, и тягость высших себе принимать. Ибо общество не в обжирании и опивании состоит, и не может оно быть приятно, где нет равности. М.М. Щербатов. О повреждении нравов в России. 1786-1787г.).

В "Толковом словаре живого великорусского языка" В.И. Даля лексема *общаться* описывается как производная от глагола *общать*, *общить* ("приобщать, соединять, смешивать, считать вместе, заодно") и определяется следующим образом: "(чему) приобщаться, соединяться, быть заодно; // (с кем) знаться, водиться, обращатьсяся, дружиться; // церк. делиться сообща, давать кому долю, участие": *Обща́яся гордому, точень ему будеши. Не общайся гулякамъ или съ гуляками. Обобщи́лся ли ты съ товарищами? Я отобщи́лся отъ нихъ. Пролазъ подоби́лся къ нимъ. Не приобщай чужаго къ своему. Мы сообщаемся письменно.* Лексема *общенье* определяется через действие по глаголу, в словаре указывается следующее значение: "сообщенье, сообщество, взаимное обращенье (с кем); // церк. подаяние, милостины". Таким образом, основным выступает значение общности, единства с кем-либо, реже лексемы *общение, общаться* употреблялись в значении "иметь сношение с кем-л."

Впоследствии объем семантической структуры лексем *общение, общаться* сузился. Современные толковые словари приводят сходные значения данных лексем: *общение* - "взаимные сношения, деловая, дружеская связь"; *общаться* - "поддерживать отношения, встречаться, иметь общение с кем-л." (Словарь русского языка: В 4-х т. /Под ред. А.П. Евгеньевой. - М., 1981-1984; Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. - М.-Л., 1959; Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. - М., 1995; Ефремова Т.В. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. - М., 2000). Утратились значения присоединения, соединения, общности, причастия у данных лексем, в современном русском языке данные значения закрепились за следующими лексемами: *приобщаться/приобщиться* ("включаться в какую-нибудь деятельность, стать участником чего-н.", "у верующих: причаститься

(устар.)"; *приобщить/приобщать, приобщение* ("дать возможность включиться в какую-нибудь деятельность, сделать участником чего-н", "присоединить", "у верующих: причастить"); *сообщиться/сообщаться* ("передаться, перейти к другому").

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие семантической структуры лексем *общение, общаться* происходило следующим образом: от осознания общности предметов, явлений ("соединяться, быть заодно") к взаимосвязи между людьми, между человеком и окружающим его миром ("взаимные сношения, деловая дружеская связь, поддерживать взаимные отношения").

Получить о концепте более полное представление можно путем анализа синонимических рядов ключевого слова концепта. В Словаре синонимов русского языка З.Е.Александровой приводятся следующие парадигмы ключевого слова: *общение - соприкосновение - сношения*. Лексема *соприкосновение* указывает на поверхностное знакомство, не предполагающее близких, дружеских отношений. Лексема *сношение* употребляется преимущественно в книжной речи: *вступить в сношения, дипломатические сношения* (ср.: *И ничего-то мы не знали о России, только и знали, что пишут газеты, - что вот приехали из России большевики, торговая делегация, и будут с Россией сношения*. В. Каверин; *Правда, всего посажено было по разным поводам (сношение с хозяевами) человека четыре, и ни один из них не был расстрелян (а наоборот, получил лучшее алиби перед Руководством)*. А. Солженицын).

Лексема *общаться* связана синонимическими отношениями со следующими лексемами: *соприкасаться, знаться, водиться, якиваться, путаться, валиндаться* (Словарь синонимов русского языка /Под ред. А.П. Евгеньевой. - М., 2001; Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка. - М., 1975). Лексема *знаться* имеет значение "поддерживать с кем-либо знакомство, приятельские, дружеские отношения", слово чаще употребляется с отрицанием: *не знаться с кем-л., не хотеть знаться с кем-л.* Лексема *водиться* указывает на более тесное знакомство, близкие, дружеские отношения. В современном русском языке употребляется чаще по отношению к детям, школьникам: *с этим мальчиком больше не водусь*. В XIX в. такого ограничения в употреблении слова не было (ср.: *С веселыми мужчинами вроде Облонского водиться, она уже знала теперь, что значило... это значило пить и ехать после питья куда-то*. Л. Толстой; *Припомнились даже два-три неуплаченные долга, правда, пустяшные, но долги чести и таким людям, с которыми он перестал водиться и об которых уже говорил дурно*. Ф. Достоевский). Лексемы *якиваться* и

особенно *путаться* подчеркивают нежелательность или предосудительность знакомства, связи с кем-либо, отношения с подозрительным человеком, с подозрительными людьми. Лексема *валандаться* указывает на бесполковость, бесполезность длительного общения.

Таким образом, анализ словарных дефиниций ключевых слов-репрезентантов и их синонимов позволяет выделить ряд коонитивных признаков исследуемого концепта:

- * установление знакомства между людьми,
- * поддержание определенных связей, отношений;
- * связи могут быть поверхностными или более глубокими (приятельскими, дружескими и т.п.);
- * общение может быть нежелательным, предосудительным, бесполезным.

Для выявления признаков концепта используется также метод построения лексико-фразеологического поля его ключевого слова. Лексико-фразеологическое поле, репрезентирующее концепт "общение", - одно из самых больших полей русского языка. Оно насчитывает 2102 лексемы и 1098 фразеологических единиц. Анализ состава поля позволяет выявить признаки концепта, вербализованные фразеологическими единицами (в русском языке отсутствуют самостоятельные лексемы для обозначения этих денотатов): "обращаться друг к другу на "вы" (быть на "вы", *переходить на "вы"*, *называть на "вы"*); "испытывать желание говорить" (*проситься на язык, приходить на язык*); "рассуждать на излюбленную тему" (*садиться на своего любимого конька*); "вступать в беседу в соответствии с желаниями, настроением, взглядами кого-либо" (*попадать в тон, попадать в самую точку, попасть в струю*).

Другие же признаки концепта репрезентированы в языке только лексемами: "знакомство" (*знакомство, представление, рекомендация, знакомить/познакомить и др.*), "ободрение" (*ободрение, ободрять/ободрить, подбодрить/подободрять*), "пожелание" (*пожелание, желать/пожелать*) и т.п. Большинство признаков исследуемого концепта объективируется в языке и лексемами, и фразеологическими единицами.

Яркой чертой лексико-фразеологического поля "общение" в русском языке является общая высокая частотность единиц поля в речи. Лексика данного поля обладает высокой коммуникативной релевантностью - она занимает почти 3 % от 1000 самых частотных слов русского языка (по данным Частотного словаря русского языка).

Все это свидетельствует об важности, актуальности концепта "общение" для национального сознания.

О периферийных признаках концепта можно судить по его интерпретационному полю. Анализ русских пословиц и поговорок, а также афоризмов выявил следующие суждения русских людей об общении: общение, контакты с людьми неизбежны (*Стоя вместе у колодца и ведро с ведром столкнется; Гора с горой не сходится, а человек с человеком сойдется; Горшок с горшком в печке и то стыкается*); в процессе общения оказывается влияние другого человека (*Общаясь гордому точен ему будеши; С кем поведешься, от того и наберешься; Какову дружбу заведешь, такову и жизнь поведешь; С кем поживешь, от того и переймешь; С кем познаешься, у того и нахватаешься; С кем хлеб-соль водишь, на того и походишь*); общение с хорошими людьми положительно влияет на человека, с плохими (глупыми) - негативно (*От хорошего братца ума набраться, от худого братца рад отвязаться; От умного ума наберешься, а с глупым последний растеряешь; С добрым поведешься - добро переймешь, а с худым поведешься - худое переймешь*; негативную оценку получает тот человек, который общается с глупыми людьми (*Дурак, кто с дураком связается; Не дай Бог с дураком связаться; Не ума набраться, с дураком связаться*), но: *Лучше знаться с дураком, чем с кабаком*; для русского человека важна не выпивка, а общение (*Не пьет, а с добрыми людьми знается; Не то чтобы пить, а с добрыми людьми посидеть (побеседовать) любит*); в общении не стоит искать выгоду (*Сходясь с людьми, думай не о своей выгоде, а о выгоде того, с кем сходишься, и не о том, как ты будешь судить о себе, а как он будет судить о тебе*. Л. Толстой) и др.

Выявить признаки концепта позволяют также экспериментальные методики. Нами был проведен направленный ассоциативный эксперимент в форме анонимного анкетирования. Целью исследования было выявление содержания концепта "общение" в сознании носителей русского языка. Участникам разного пола, профессии и возраста (от 14 до 70 лет) предлагался вопрос следующего содержания:

Дайте свое определение: общение - это...

Испытуемые давали следующие определения (приведем лишь наиболее частотные): "взаимодействие между людьми", "контакты людей (устные, письменные, вербальные, невербальные, визуальные, телесные, эмоциональные и т. п.)", "обмен информацией, мнениями, чувствами, эмоциями", "разговор", "беседа". Первоначальные исследования не дают полного представления о возрастной и

гендерной специфике концепта, хотя определенные тенденции уже проявились.

Получить более полное представление о специфике концепта "общение" в сознании русских людей помогут задания такого типа: подберите близкие по смыслу слова к ключевым словам, репрезентирующими концепт в языке, подберите противоположные по смыслу слова, ответьте на вопрос: *русское общение - какое?* и т.п.

В данной статье нами были представлены только отдельные стороны анализа концепта "общение", каждая из которых требует углубления и расширения. Однако и на этом этапе можно сделать следующий вывод: богатство средств языковой репрезентации концепта "общение" в русском языке, многочисленные признаки концепта, выявленные на первоначальной стадии эксперимента, подтверждают его значимость для русского менталитета и позволяют говорить не о концепте, а о категории "общение" как элементе русской коммуникативного сознания и русской концептосфера в целом.

-
1. Рузин И.Г. Возможности и пределы концептуального объяснения языковых фактов // ВЯ. - 1996. - №5. - С.39 - 50.
 2. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца ХХ века. - М., 1995. - С.2 -12.
 3. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. - Воронеж, 2001.

Ю.В.Таранцей

Национально-культурная специфика средств установления контакта в русском, английском и американском коммуникативном поведении

Культура каждого конкретного народа отражается в его коммуникативном поведении. Незнание национальных особенностей коммуникативного поведения может привести к непониманию, к серьезным ошибкам в восприятии разных ситуаций, к неверному пониманию мотивов людей, и, наоборот, – знание этих особенностей позволяет значительно повысить эффективность общения.

Общение начинается, когда один из коммуникантов «разворачивает» свою коммуникативную деятельность (вербальную или невербальную), а второй коммуникант реагирует ответной

коммуникативной деятельностью. В этом случае устанавливается тот или иной контакт между собеседниками. Возникает вопрос, какими контактuoстанавливающими средствами пользуются люди различных коммуникативных культур, имеют ли контактuoстанавливающие единицы национальную специфику, различается ли коммуникативное мышление разных народов в сфере способов и приемов установления контакта с собеседником.

Для выявления и сопоставления средств установления контакта в русской, английской и американской коммуникативных культурах было проведено исследование на материале художественных текстов.

Было проанализировано 740 ситуаций установления контакта в русском общении и по 400 ситуаций установления контакта в английском и американском общении. Причиной меньшего количества английских и американских коммуникативных ситуаций является тот факт, что в русском общении контактuoстанавливающие средства разнообразнее и для осуществления классификации потребовалось проанализировать большее число коммуникативных актов.

Все зафиксированные нами коммуникативные акты установления контакта делятся на две группы: установление контакта между незнакомыми собеседниками и установление контакта между знакомыми собеседниками.

Выделено 46 контактuoстанавливающих единиц в русском коммуникативном поведении, 28 – в английском и 25 – в американском (см. таблицу).

При классификации использовались следующие понятия: базовые (ядерные) контактuoстанавливающие средства, ближняя периферия, дальняя периферия.

Ядро составляют единицы, которые употребляются не менее чем в 6% зафиксированных случаев установления контакта. Базовые средства имеют высокую сочетаемость с другими контактuoстанавливающими средствами.

К ближней периферии относятся средства, применяемые в 2 и более процентов случаев. На дальней периферии располагаются средства, которые используются менее чем в 2% случаев.

Исследование показало, что общими для трех сопоставляемых коммуникативных культур являются следующие контактuoстанавливающие средства: благодарность («Спасибо, девушка», «She thanked him»), взгляд («James looked across the table at Mark», «Он приветливо поглядел на меня»), выражение радости («Очень хорошо, рад», «Good to see you»), извинение («Простите, что беспокою», «I'm sorry»), информативная фраза («I'm going up to my study», «Быстро

объяснила ему, в чем дело»), информативный вопрос («Дядя, это дельфин?», «Clive, do you remember coming to see me at the factory?»), комплимент («First class job, Mark, first class», «У вас очень чистые глаза»), констатация прибытия («А вот и я!», «Here we are!»), контактоустанавливающий вопрос («Простите, но откуда вы знаете маму?», «And how are we now?»), контактоустанавливающая фраза («Perfick day!», «Мне кажется, это вы вчера забыли»), обращение («Дорогой мой», «Jack»), предложение чего-либо («Жестом предложила ему печенье», «Can I help you?»), приветствие («Добрый день», «Hello»), просьба («Позвольте мне пойти с вами», «Ernie, I want a word with you»), самопрезентация («Кирилл», «I'm Professor Tomson»), совет («You should stay here», «Позвонил бы шефу»), сокращение дистанции («Он подошел и сел рядом на скамейку», «She came toward Evans»), стук («В дверь постучали», «Pete tapped on the door»), узнавание («А, Кирилл Вацура», «Mr. Ross?»), узнавание имени собеседника («А тебя как зовут?», «What is your name?»), улыбка («Она улыбнулась ему», «He smiled a welcome»), упрек («Вовка, ты заелся капитально», «I'm not calling you again»), физический контакт («Притянул ее к себе, коснулся ее лица», «She embraced Maureen eagerly»).

Контактоустанавливающие средства, которые используются в русской и английской коммуникативной культуре: выражение заботы («Ты устал?», «We were worried about you»), песня («Он вошел и запел», «The door is crashed back: "Pray! Hold thy hand, good Robin Hood...»), пожелание чего-либо («Приятного аппетита», «Sleep well, General!»), приказ («Ring up this sir J.Holmes, - he ordered», «Иди домой!»).

Контактоустанавливающие средства, которые используются в русской и американской коммуникативной культуре: выражение ожидания («Я так долго тебя ждала», «We were waiting for you»), привлечение внимания («Эй!», «Hey!»).

Контактоустанавливающие средства, которые используются только в русской коммуникативной культуре: выражение опоздания («Я опоздал»), кашель («Он кашлянул и спросил...»), подарок («Он вошел и положил перед ней кулек конфет»), подмигивание («Что, парень, скучаешь, - подмигивает»), поздравление («С днем рождения!»), поклон («Он увидел ее и поклонился»), попытка физического контакта («Он протянул руку, намереваясь погладить его»), преграждение пути («Дубленка встал у нее на пути»), свист («Внезапно раздается странное посвистывание»), слезы («Она увидела его и заплакала»), смех («Архитектор встретил Кирилла со смехом»), цоканье («Дубленка

поцокал языком на появление Нины») и др. Все перечисленные средства являются составляющими дальней периферии.

Контактоустанавливающее средство, которое используется только в английской коммуникативной культуре: констатация узнавания («You know, that I've seen you before»). Данное средство – компонент ближней периферии.

Не были выявлены контактоустанавливающие средства, которые являются общими только для английской и американской коммуникативной культуры. Не отмечены средства, используемые только в американском общении.

Ядро контактоустанавливающих средств в трех сопоставляемых культурах представлено практически одинаковым количеством единиц (12 в русском общении, 12 - в английском и 14 - в американском), но ядерные средства в русском общении составляют 27% всех контактоустанавливающих единиц, в английском – 43%, в американском – 56%. Таким образом, в американской коммуникативной культуре половина выявленных контактоустанавливающих средств является высокочастотными, базовыми.

Ближняя периферия контактоустанавливающих средств составляет 16% в русском общении, 46% - в английском, 36% - в американском. Дальняя периферия составляет 67%, 39% и 56% соответственно.

Итак, русская коммуникативная культура обладает ограниченным числом ядерных средств, а дальняя периферия представлена многообразными контактоустанавливающими единицами. В английской коммуникативной культуре ядро и периферии включают приблизительно одинаковое количество единиц. В американской коммуникативной культуре контактоустанавливающие средства либо ядерные, либо расположены на дальней периферии, ближняя периферия содержит мало средств установления контакта.

В состав ядра в трех сопоставляемых культурах входят общие контактоустанавливающие средства: взгляд, контактоустанавливающий вопрос, обращение, предложение чего-либо, самопрезентация, приветствие, узнавание, физический контакт.

Выделены ядерные контактоустанавливающие единицы, характерные для коммуникативного поведения отдельных народов:

- только для русского: извинение (в английском общении это средство расположено на ближней периферии, в американском – на дальней);
- только для русского и английского: просьба (в американском общении это средство расположено на дальней периферии);

- только для русского и американского: информативная фраза (в английском общении это средство расположено на ближней периферии) и сокращение дистанции (в английском общении это средство расположено на ближней периферии);
- только для английского: выражение радости (в русском общении это средство расположено на ближней периферии, в американском – на дальней);
- только для английского и американского: стук (в русском общении это средство расположено на ближней периферии);
- только для американского: улыбка (в русском общении это средство расположено на ближней периферии, в английском – на дальней).

Обращение и контактоустанавливающий вопрос являются доминирующими контактоустанавливающими средствами в русской коммуникативной культуре, а в английской и американской – в ситуациях общения знакомых коммуникантов. В ситуациях общения незнакомых коммуникантов доминирующими средствами установления контакта являются узнавание и контактоустанавливающий вопрос. В русском общении незнакомых коммуникантов узнавание относится к ядерным, но не самым распространенным средствам. В ситуациях общения незнакомых коммуникантов англичан и американцев обращение также принадлежит к ядерным, но не самым распространенным средствам.

Вторым по распространенности средством установления контакта в общении знакомых русских, английских и американских коммуникантов является приветствие, а в ситуациях общения незнакомых коммуникантов – контактоустанавливающий вопрос (русское и английское коммуникативное поведение), самопрезентация (американское коммуникативное поведение).

Таким образом, мы видим, что изучаемые коммуникативные культуры имеют не только одинаковые ядерные средства, но также и одинаковые доминантные контактоустанавливающие единицы, причем доминанты образуют симметричные пары (см. табл.).

Сопоставление невербальных контактоустанавливающих средств показывает, что русское коммуникативная культура обладает большим набором невербальных контактоустанавливающих единиц, чем английская и американская (взгляд, кашель, подмигивание, поклон, попытка физического контакта, преграждение пути, свист, слезы, смех, сокращение дистанции, стук, улыбка, физический контакт, цоканье). Выделены следующие общие для трех сопоставляемых культур

невербальные знаки: взгляд, сокращение дистанции, стук, улыбка, физический контакт.

Самым распространенным невербальным средством является:

-в русском коммуникативном поведении: сокращение дистанции в общении незнакомых коммуникантов, физический контакт в общении знакомых;

-в английском коммуникативном поведении: взгляд, улыбка, физический контакт в общении незнакомых коммуникантов, взгляд в общении знакомых;

-в американском коммуникативном поведении: стук, улыбка в общении незнакомых коммуникантов, физический контакт в общении знакомых.

Процентное соотношение случаев вступления в контакт незнакомых коммуникантов следующее: русская коммуникативная культура – 23%; английская коммуникативная культура – 19%; американская коммуникативная культура – 22%.

Мы видим, что в трех сопоставляемых культурах приблизительно одинаковое количество коммуникативных актов с установлением контакта между незнакомыми коммуникантами.

Многообразие контактоустанавливающих средств в русском коммуникативном поведении позволяет сделать вывод, что в русском общении контактоустанавливающим может стать практически любое средство, особенно в общении знакомых коммуникантов (слезы, песня, подарок, приказ и др.).

Русская коммуникативная культура имеет сходные черты и с английской коммуникативной культурой, и с американской, но заметно выделяется национальное своеобразие русского общения. Такие контактоустанавливающие единицы (не выявленные в других коммуникативных культурах) как выражение заботы, выражение ожидания, выражение опоздания, ирония, насмешка, поздравление, слезы, смех, шутка делают коммуникативный процесс более искренним, эмоциональным, коммуникантцентричным.

Можно утверждать, что русское коммуникативное сознание более контактоориентировано, чем английское и американское, что является отражением таких доминантных черт русского коммуникативного поведения как общительность, искренность и эмоциональность.

Употребительность различных средств установления контакта в русской, английской и американской коммуникативных культурах (%)

СРЕДСТВА УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА	Русская коммуникативная культура		Английская коммуникативная культура		Американская коммуникативная культура	
	Незнакомые	Знакомые	Незнакомые	Знакомые	Незнакомые	Знакомые
Благодарность	0,6	0,4	-	1	-	1
Взгляд	9	2	8,5	4	6	4
Выражение заботы	-	0,4	-	0,3	-	-
Выражение ожидания	-	0,7	-	-	-	0,6
Выражение опоздания	-	0,2	-	-	-	-
Выражение радости	2,5	0,7	6	5	2	2
Извинение	9	1,5	3	4	3	1
Информативная фраза	1	2	1	6	6	5
Информативный вопрос	7	6,5	3	5	8	9
Ирония	-	0,4	-	-	-	-
Кашель	2	-	-	-	-	-
Комплимент	4	2	-	2,5	1	2
Констатация прибытия	-	2	-	1	-	1
Констатация узнавания	-	-	-	4	-	-
Контактоустановливающая фраза	2	4	1	3	1	5
Контактоустановливающий вопрос	17	9,5	3	14	6	12
Насмешка	-	0,4	-	-	-	-
Обращение	17	47	10	41	15	49
Песня	-	0,2	-	0,3	-	-
Подарок	-	0,4	-	-	-	-
Подмигивание	1	0,2	-	-	-	-
Пожелание чего-либо	-	0,4	-	0,3	-	-
Поздравление	-	0,7	-	-	-	-
Поклон	-	0,4	-	-	-	-
Попытка физического контакта	-	0,4	-	-	-	-
Преграждение пути	0,6	0,2	-	-	-	-
Предложение чего-либо	7	10	4	8	7	2
Приветствие	8	17	11	17	7	20
Привлечение внимания	0,6	0,2	-	-	2	0,3
Приказ	0,6	0,7	-	0,3	-	-
Просьба	12	5	6	8	2	5
Самопрезентация	9	-	7	-	19	0,3
Свист	0,6	0,2	-	-	-	-
Слезы	-	0,2	-	-	-	-
Смех	0,6	0,2	-	-	-	-
Совет	0,6	0,2	-	0,9	1	1
Сокращение дистанции	11	10	3	3,5	6	3

СРЕДСТВА УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА	Русская коммуникативная культура		Английская коммуникативная культура		Американская коммуникативная культура	
	Незнакомые	Знакомые	Незнакомые	Знакомые	Незнакомые	Знакомые
Стук	4	6	6	3	7	2
Угроза	-	0,4	-	-	-	-
Узнавание	10	2	13	3	21	3
Узнавание имени собеседника	5,5	-	3	-	3	-
Улыбка	4	3	8,5	2	7	5
Упрек	-	1,5	-	2	-	0,6
Физический контакт	10	13	8,5	3,5	6	8
Цоканье	0,6	-	-	-	-	-
Шутка	-	0,4	-	-	-	-

К.М. Шиляхина

Стереотипы и коммуникативная толерантность

Толерантность – популярная тема дискуссий в современном российском обществе и общественных науках. В современной социологии и политологии существуют разнообразные классификации форм и видов толерантности, в основу которых положены либо общественные отношения, либо типы общественного сознания.

Например, американский политолог Майкл Уолцер в своей работе «О терпимости» выделил несколько возможных вариантов реализации толерантного поведения в обществе. Данная классификация тесно связывается с различными формами взаимоотношений государства, группы и индивида. М.Уолцер выделяет пять вариантов реализации толерантности:

1. Отстраненно – смиренное отношение к различиям во имя сохранения мира.
 2. Позиция пассивного отношения к различиям: «Пусть расцветают все цветы».
 3. Признание того, что и «другие» обладают правами, даже если их способ пользования этими правами вызывает неприязнь.
 4. Открытость, любопытство в отношении других, даже желание учиться.
 5. Восторженное одобрение различий.
- Иную классификацию, основанную на типах общественного сознания, предлагает Л. Скворцов, связывая различные типы толерантности с такими типами общественного сознания как мифологическое, монотеистическое, секулярное и др.

В.А. Лекторский выделяет четыре модели толерантности:

- толерантность как безразличие, когда существование иных взглядов и убеждений рассматривается как нечто не важное перед лицом прочих проблем;
- толерантность как невозможность взаимопонимания, когда к «другим» убеждениям относятся с уважением, несмотря на непонимание;
- толерантность как снисхождение, когда к «другим» взглядам и убеждениям относятся как к слабостям, с некоторым презрением;
- и, наконец, толерантность как расширение собственного опыта и критический диалог, когда к чужой позиции относятся не только с уважением, но и рассчитывают на взаимное изменение позиций в результате критического диалога.

В данной статье нам кажется необходимым выделить два вида толерантности, проявляемой каждым из нас в повседневной жизни вне зависимости от сферы деятельности или от типа общественных отношений:

это, во-первых, *толерантность к социальным характеристикам членов общества* (эти характеристики достаточно постоянны),

и во вторых, *толерантность к поведению окружающих* (поведение не является постоянной характеристикой, и может в любой момент меняться в зависимости от ситуации).

Такое разделение весьма условно, поскольку зачастую в реальной жизни стереотипы, связанные с той или иной социальной характеристикой (например, национальностью собеседника), влияют на нашу оценку его поведения. Наши дальнейшие рассуждения в рамках этой статьи ограничиваются анализом формирования в обществе толерантного или нетолерантного отношения к представителям различных социальных групп через дискурс.

На формирование толерантного или нетолерантного отношения к той или иной группе значительное влияние оказывают стереотипы.

Понятие стереотипа хорошо разработано в современной социологии. Стереотип – это мнение о качествах группы людей, очищенное от признаков уникальности. Стереотип укрепляется в сознании и распространяется в обществе посредством языка, т.к. он, как правило, формулируется в виде некоторых утверждений.

Стереотип является результатом нашей классификации окружающей действительности. Каждый из нас склонен приписывать окружающим нас объектам или явлениям те или иные свойства, относя людей, предметы либо явления к определенным группам на основе приписанных свойств. Стереотипное представление об объектах

окружающей нас действительности, с одной стороны, помогает нам ориентироваться в окружающем мире, но с другой стороны, таит в себе опасность приписывания ложных качеств объектам или явлениям. Социологи называют неоправданные негативные установки по отношению к группе и отдельным ее членам предрассудками.

Проблема толерантного отношения к социальным характеристикам тесно связана со сложившимися в обществе стереотипами восприятия членов различных социальных групп. Как показывают социологические исследования, прослеживается четкая тенденция оценивать «своих», т.е. людей со схожими социальными характеристиками, выше, чем «чужих», принадлежащих к другим социальным слоям. Разделение окружающего мира имеет, согласно исследованиям социологов, имеет два последствия: во-первых, существует эффект предпочтения своей группы, и во-вторых, так называемый эффект «обезлички» («они-все-кажутся-мне-на-одно-лицо»). Обе названные тенденции находят свое отражение в языке.

Как правило, предрассудки – это результат необоснованных обобщений или неполной информации.

Неполнота информации – один из способов формирования нетолерантного отношения к какой-либо социальной группе. Например, в программе новостей может сообщаться об аресте преступной группы, и если среди ее членов есть представители кавказских национальностей, об этом будет сообщено. При этом о национальностях других преступников ничего не будет сказано. Таким образом, мы имеем дело, с одной стороны, с неполнотой информации (мы ничего не знаем о национальной принадлежности остальных задержанных), а с другой стороны происходит создание стереотипа. В результате у зрительской аудитории формируется негативное отношение к представителям кавказских народов как наиболее типичным «преступникам» на территории России, повышается уровень агрессии в обществе.

Проблема нетерпимости к представителям иных национальностей обсуждается и социолингвистами, работающими в русле критического анализа дискурса. Это направление исследований сосредоточено на изучении способов демонстрации доминантной позиции, превышения властных полномочий в языке. Исследователи показывают, как в языковых единицах и структурах дискурса выражается превосходство одних социальных групп над другими, а также как с помощью языка осуществляется контроль над меньшинствами.

Ученые считают, что нетерпимость к «другому» отражается прежде всего в языке, в дискурсе, и не всегда осознается носителями языка.

Можно даже говорить о вербальной (словесной) дискриминации определенных социальных групп. Причем такая дискриминация не всегда является осознанной, однако она всегда отражает разделяемые большинством негативные пресуппозиции о представителях других групп. Такие пресуппозиции, стереотипы, негативные установки приобретаются в процессе жизни, и путь, по которому они передаются – это язык, общение. Например, в статье *Discourse and Racism* (<http://www.hum.uva.nl/~teun/>) Т.А. ван Дейк рассматривает наиболее типичные языковые способы создания предвзятого отношения к иммигрантам, а также каналы, используемые представителями элиты для формирования необходимого общественного мнения. При этом критика национальных меньшинств, как правило, подается в скрытой форме, либо в форме противопоставления «чужих» и «своих», когда все хорошее в обществе связывается с деятельностью большинства, а все негативные черты общества подаются как следствие появления «чужих».

В сообщениях российских СМИ этот прием широко используется для создания негативного стереотипного отношения к представителям некоторых национальностей, например, к евреям или выходцам с Кавказа. В качестве примера приведем сообщение, прозвучавшее на радиостанции «Общественное российское радио» 21 апреля 2002 года: «Как сообщил пресс-секретарь Британского посольства, один из сотрудников посольства был избит недалеко от своего дома. На него напали трое, *предположительно выходцы с Кавказа*. Затем нападавшие скрылись в «Мерседесе». Или: «В египетской столице задержан американец еврейского происхождения, пытавшийся возобновить деятельность запрещенной в Египте террористической организации». Прямой связи между национальной принадлежностью и характером деятельности задержанного нет, однако акцентированное внимание к национальности способствует укреплению негативных представлений о данной социальной группе в целом.

Другие вербальные способы формирования нетолерантного отношения к той или иной социальной группе или явлению описываются в статье Н.А. Купиной и О.А. Михайловой «Лингвистические проблемы толерантности». К ним авторы относят наклеивание ярлыков, обыгрывание имени объекта речевой агрессии, нагнетание отталкивающих сравнений и ассоциаций, использование агрессивных речевых актов с целью подчинения слушающего (или аудитории). Маркером речевой агрессии, например, может служить немотивированное использование в речи стилистически сниженной лексики «...с целью формирования восприятия объекта как

подозрительного и нежелательного, вызывающего неприязнь, отвращение или ненависть». Такое лингвистическое явление называется дисфемизацией.

С точки зрения формирования толерантного или нетолерантного отношения к той или иной социальной группе в процессе коммуникации интересно явление, существующее в американской коммуникативной культуре и отсутствующее в русском общении: феномен политической корректности.

Явление «политкорректности» в современном американском дискурсе в связи с проблемой толерантности в языке можно рассматривать как один из способов избежания конфликта на почве социальных различий путем стирания этих различий в речи. Политкорректная лексика характеризуется размытой референтной отнесенностью, т. е. говорящий намеренно не указывает на «потенциально конфликтные характеристики», например, пол или расовую принадлежность собеседника, его умственные или физические недостатки. Исследования показывают, что политкорректная лексика часто образуется при помощи эвфемизмов. Таким образом, потенциально конфликтная социальная характеристика размывается, исчезает приписка коммуниканта к «чужой» социальной группе.

Итак, толерантное либо нетерпимое отношение к социальным характеристикам формируется в обществе на основе существующих стереотипов и может поддерживаться при помощи различных языковых средств. Распознание таких средств способствует как созданию более толерантной обстановки в обществе, так и сознательному противодействию попыткам вербальной агрессии.

-
1. М. Уолцер. О терпимости. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 160 с.
 2. Асеева Ж.В. Лексические средства выражения идеологии политической корректности в современном английском языке. Автореф. дисс. канд. филол. наук. – Иркутск, 1999. – 17 с.
 3. Н.А. Купина, О.А. Михайлова. Лингвистические проблемы толерантности/http://urmion.usu.ru/urmion/textmod.jsp?doc=research/p32_d.html.../cont/htm
 4. Скворцов Л.В. Толерантность: иллюзия или средство спасения?// Октябрь. № 3. 1997. – С.138 –155.
 5. Лекторский В.А. О толерантности, плюрализме и критицизме // Вопросы философии. № 11.1997. – С.46-54.

6. Van Dejk T.A. Discourse and Racism // <http://www.hum.uva.nl/~teun/>

И. А. Морозова

Гендерная лингвистика и описание языковой личности

В последние десять лет в российской лингвистике наблюдается растущий интерес к гендерным исследованиям. Формируется самостоятельная научная дисциплина – гендерология, в центре которой находятся гендерные аспекты языка и коммуникации.

Основным в новой науке является понятие *гендер*, которое известно с 60-х годов XX века, но стало широко применяться лишь в начале 80-х годов XX века. Термин *гендер* возник в англоязычном пространстве и является введен для того, чтобы разграничить понятия *биологический пол* (sexus) и *социальный пол* (gender) (Пушкирева 1999, с. 22). Иными словами, гендерология изучает все то, что переводит проблематику пола из области биологии в сферу социальной жизни и культуры: "отношение общества к мужчинам и женщинам, поведение индивидов в связи с принадлежностью к тому или иному полу, стереотипные представления о мужских и женских качествах" и т. д. (Кирилина 1999, С. 5).

Если обратиться к вопросу исторического развития лингвистической гендерологии, то большинство ученых выделяет 2 периода:

Биологический детерминизм – нерегулярные, не связанные со смежными науками исследования, основанные главным образом на наблюдениях разрозненных фактов. Особенностью этого периода были преимущественно описательный характер научного дискурса и сугубо биологический подход к материалу.

Собственно *гендерные исследования*, идущие с 60-х годов XX века во многих странах и обусловленные сменой научной парадигмы (переход от структурализма к прагматике), существенными изменениями в традиционном распределении мужских и женских ролей в обществе, подъемом феминистского движения, развитием социолингвистики, формированием постмодернистской теории познания. Все это позволило увидеть лингвистические факты в новом свете и по-новому интерпретировать их (подробнее см.: Кирилина 1999, с. 31 – 50).

В России вопросы пола долгое время рассматривались в рамках психолингвистических и социолингвистических исследований. В языкознании шло изучение наименований лиц женского и мужского пола, категории рода и связанных с ней проблем референции. К новым тенденциям в лингвистической гендерной проблематике в период 80-90-х годов XX века можно отнести исследования на базе феминистской методологии, обсуждение возможности применения ряда зарубежных методов и методик на материале русского языка, интерес к ненормативной лексике и ее употреблению с позиций гендера, внимание к особенностям отражения русским языком концептов "женственность" и "мужественность", стремление описать специфику русских женских и мужских стереотипов, учет гендерных аспектов перевода, массовой коммуникации и др. (Обзор гендерных исследований в российской лингвистике см.: Кирилина 2001, с. 32 – 47).

Наконец, вышла в свет первая в отечественной науке монография А. В. Кирилиной, посвященная лингвистическим аспектам гендеря (Кирилина, 1999). В этой книге впервые предпринята попытка системного описания гендерно значимых вопросов языкоznания. Автор рассматривает методологические подходы к изучению пола как культурной репрезентации, освещает историю гендерных исследований и их основные направления, разрабатывает методику описания мужественности и женственности как культурных аспектов.

Свидетельством растущего интереса к гендерной проблематике можно считать 1-ю Международную конференцию "Гендер: язык, культура, коммуникация" (25 – 26 ноября, 1999 г.) [Москва, 2001], выпуск сборников научных трудов "Гендерный фактор в языке и коммуникации" (Иваново, 1999), "Гендер как интрига познания" (Москва, 2000), а также утверждение на государственном уровне международной программы "Социальная феминология и гендерные исследования в России: перспективные стратегии и технологии".

Необходимо отметить, что гендерология как новая научная дисциплина гармонично вошла в систему разнообразных направлений российской лингвистики, она соответствует общим принципиальным направлениям современной лингвистики, к которым, по мнению Е. С. Кубряковой, следует отнести:

- «экспансионизм» (размывание границ, расширение пределов, выход в смежные области);
- антропоцентризм (обращенность к проблеме "человек в языке");
- неофункциональность (рассмотрение языка как деятельности, т. е. изучение его употребления);

- экспланаторность (объяснительность) (Кубрякова 1995, с. 207).

Гендер – социальный и культурный феномен, в изучении которого объединяются различные гуманитарные науки: история, философия, социология, когнитология, психология, лингвистика и др. На ярко выраженный междисциплинарный характер гендерных исследований указывают многие ученые. В частности, И. И. Халеева пишет: "Подход к гендеризму как к реальности, опосредуемой знаками, символами и текстами (т. е. с позиций герменевтики), позволяет определить гендер в качестве своего рода *междисциплинарной интриги*, в основе которой сплетается множество наук о человеке, о его не только биологической, но и социально и культурно обусловленной специфике, интриги как совокупности обстоятельств, событий и действий, в центре которых находится человек, личность" (Халеева 2000, с. 10).

Междисциплинарный характер гендерных исследований ведет к тому, что они не имеют одной четко выраженной методологической доминанты. Можно говорить о существовании ряда исследовательских "микропарадигм" (Кирилина 1999, с. 83). Однако языковед не должен пренебрегать лингвистическими инструментами анализа. Обобщая работы, посвященные повышению строгости описания гендера, А. В. Кирилина рекомендует целый ряд методов и методик (Кирилина 1999, с. 82 – 83).

Перспективным для изучения в лингвистической гендерологии, по мнению этого исследователя, являются следующие вопросы: концептуализация понятия "пол" и средства его лингвистического отражения на разных уровнях языка; место гендерного концепта в "ценностной картине мира", отражение в языке стереотипов, связанных с полом, сравнение гендерных особенностей ряда языков.

Думается, что в настоящее время описание и анализ русской гендерной языковой личности вполне возможно осуществить в рамках традиционных в лингвистике методов и методик научного поиска. Актуальность данной темы не вызывает сомнения, т. к. кросскультурные и лингвокультурологические исследования в сфере гендера представлены в меньшем объеме, чем все остальные.

Понятие "языковая личность" мы рассматриваем в широком понимании, включая и невербализованную часть в структуре языковой личности (см. схему: Караулов 1987, с. 91). Именно эта невербализованная часть входит в понятие "коммуникативная личность" (соотношение понятий "языковая личность" и "коммуникативная личность" требует более детального и глубокого рассмотрения).

Напомним структуру языковой личности, предложенную Ю. Н. Кацуловым. Выделяется три уровня:

- "вербально - семантический, или лексикон личности; лексикон, понимаемый в широком смысле, включает ... и фонд грамматических знаний личности;
- лингво-когнитивный, представленный *тезаурусом* личности, в котором запечатлен "образ мира", или система знаний о мире;
- мотивационный, или уровень деятельностно-коммуникативных потребностей, отражающий *прагматикон* личности, т. е. систему ее целей, мотивов установок и интенциональностей.

... каждый уровень характеризуется своим набором единиц и отношений между ними, уровни противопоставляются один другому и определенным образом взаимодействуют в процессах речевой деятельности индивида" (Кацулов 1987, с. 238).

Изучение языковой личности интересовало и интересует многих исследователей, укажем лишь некоторые работы, вышедшие за последние два года в г. Воронеже:

Ю. Т. Листврова – Правда. К изучению индивидуально-речевого стиля языковой личности (2001 г.); А. С. Куркина. Штрихи к языковой личности раннего Чехова; М. С. Саломатина. Языковая личность студента-филолога; Е. Э. Пастиухова. Языковая личность школьника и предмет "Культура общения" (2002 г.).

Методика изучения единиц вербально-семантического и лингво-когнитивного уровней в течение 10-15 лет разработана достаточно подробно и используется во многих исследованиях. Некоторое время проблематичным было изучение уровня деятельностно-коммуникативных потребностей личности. Но появление исследований "коммуникативного поведения (особенностей общения, описанных в совокупности, в системе) как интегрального компонента национальной, групповой и личностной культур" (Лемяскина, Стернин 2000, с. 3) во многом снимает проблему описания обозначенного уровня и значительно дополняет два других уровня, кроме того, включая в объект научного изучения невербальные компоненты языковой личности.

В настоящее время создан научно-исследовательский проект "Коммуникативное поведение" Российского общества преподавателей русского языка и литературы (руководители направления И. А. Стернин, Ю. Е. Прохоров), данное направление считается одним из приоритетных. В его задачи входит как теоретическая разработка понятия, принципов, методик изучения, моделей описания, так и практическое описание коммуникативного поведения личности,

возрастных, социальных, профессиональных и гендерных групп, национального коммуникативного поведения различных народов (Лемяскина, Стернин 2000, с. 3-4).

В рамках вышеназванного проекта уже ведутся гендерные исследования (см.: Полякова 2002, Беляев, Хренова 2002). Остановимся на статье Е. Ю. Гетте "Проблемы изучения гендерного коммуникативного поведения". Автор предлагает эмпирическую модель коммуникативного поведения гендерных типов в виде коммуникативных полей. Модель построена на основе анализа речи мужчин и женщин в современных русских художественных текстах. Коммуникативное поле составляет три зоны, выделяемые по принципу частоты употребления тех или иных речевых конструкций: ядро, ближняя и дальняя периферия (Гетте 2002, с. 66-68). Заметим, что в статье Е. Ю. Гетте проанализирован лишь один из источников материала при изучении коммуникативного поведения. Н. А. Лемяскина, И. А. Стернин предлагают большой перечень материалов. Например, при изучении группового коммуникативного поведения это могут быть:

1. Публицистические источники (очерки журналов, телевизионные очерки).
2. Художественные произведения (тексты художественной литературы, фольклорные произведения, кино- и видеофильмы).
3. Специальная литература (социологические исследования, данные опросов общественного мнения, социально-психологическая литература, ассоциативные словари, сборники пословиц и поговорок).
4. Анализ языковых средств (записи устного общения, стенограммы, письма).
5. Результаты экспериментов и анкетирования.
6. Результаты включенного наблюдения. (Лемяскина, Стернин 2000, с. 18].

Как видим, такой обширный материал может дать интересные и достоверные сведения для описания коммуникативного поведения. В свою очередь, анализ коммуникативного поведения мужчин и женщин в различных аспектах (продуктивный, рецептивный, реактивный, нормативный), а также анализ их коммуникативных ожиданий поможет достаточно полно описать русскую гендерную языковую личность.

1. Беляев Н. А., Хренова Н. Ф. Сохранение в коммуникации гендерных различий // Культура общения и ее формирование. Вып. 9. – Воронеж, 2002. – С. 82.
2. Гендер как интрига познания. Сб. ст. – М.: Изд-во "Рудомино", 2000.
3. Гендерный фактор в языке и коммуникации. Сб. научных трудов. – Иваново, 1999.
4. Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады 1-й Международной конференции (Москва. 25-26 ноября 1999 г.) М., 2001.
5. Гетте Е. Ю. Проблемы изучения гендерного коммуникативного поведения // Культура общения и ее формирование. Вып. 9. – Воронеж, 2002. – С. 66-73.
6. Караполов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.; Наука, 1987.
7. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во "Институт социологии РАН", 1999.
8. Кирилина А. В. Особенности и тенденции развития гендерных исследований в российской лингвистике // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады 1-й Международной конференции. - М., 2001. – С. 32-47.
9. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века // Язык и наука конца 20 века. Сб. ст. под ред. Ю. С. Степанова. – М.; РГГУ, 1995. – С. 144-238.
10. Куркина А. С. Штрихи к языковой личности раннего Чехова // Культура общения и ее формирование. Вып. 9. – Воронеж, 2002. – С. 18-20.
11. Лемяскина Н. А., Стернин И. А. Коммуникативное поведение младшего школьника. – Воронеж, 2000.
12. Листрова-Правда Ю. Т. К изучению индивидуально-речевого стиля языковой личности // Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 200-летию со дня рождения В. И. Даля и 70-летию Воронежского государственного педагогического университета. – Воронеж, 2001. – С. 157-163.
13. Пастухова Е. Э. Языковая личность школьника и предмет "Культура общения" // Культура общения и ее формирование. Вып. 9. – Воронеж, 2002. – С. 21-22.
14. Полякова Е. К. Экспериментальное изучение гендерного риторического идеала // Культура общения и ее формирование. Вып. 9. – Воронеж, 2002. – С. 76-81.

15. Пушкарева Н. Л. Гендерные исследования: рождение, становление, методы и перспективы в системе исторических наук // Женщина. Гендер. Культура. – М., 1999. – С. 15-34.
16. Саломатина М. С. Языковая личность студента-филолога // Культура общения и ее формирование. Вып. 9. – Воронеж, 2002. – С. 20-21.
17. Халеева И. И. Гендер как интрига познания // Гендер как интрига познания. Сб. ст. – М.: Изд-во "Рудомино", 2000. – С. 9-18.

Е.Ю.Гетте

Проблемы описания гендерного коммуникативного поведения: гендер и профессия

Гендерные модели коммуникативного поведения фиксируют особенности речевого поведения мужчин и женщин. При моделировании этого поведения следует учесть, что гендерные группы неоднородны по своему составу. Внутри гендерных групп выделяются подгруппы по национальному, возрастному, социальному и профессиональному признакам. Построение гендерных моделей невозможно без учета этих факторов.

В данной статье мы поставили перед собой задачу выявить, как профессиональная деятельность влияет на коммуникативное поведение мужчин и женщин, какова степень этого влияния, какие типы концептов, репрезентируемых в языке лексемами *говорить* и *разговор*, содержатся в сознании индивидов определенных профессиональных групп.

В качестве анализируемого материала мы используем современную художественную литературу, предполагая, что персонаж, представляя собой, с одной стороны, индивидуальность, а с другой - носителя типичных качеств определенной социальной, в том числе и профессиональной группы, демонстрирует те черты коммуникативного поведения, которые эксплицируются в большинстве коммуникативных ситуаций.

Абстрагируясь от индивидуальных качеств личности, попытаемся выделить идентификационные признаки, детерминированные определенной профессиональной деятельностью.

По нашему мнению, гендерные различия – результат влияния как врожденных, так и приобретенных качеств. Выбор профессии предопределяют как гендерные различия, так и профессиональная

деятельность человека. Они в равной мере формируют коммуникативные навыки и стимулируют развитие как фемининности, так и маскулинности.

Большинство профессий однородны по гендерному признаку, однако рядом профессий в равной мере овладевают как мужчины, так и женщины. По гендерному критерию можно выделить следующие профессиональные группы:

1. Полярные - профессии, представленные только женщинами или только мужчинами: например, военные, библиотекари.

2. Асимметричные – профессии, в которых доминируют представители одного пола, например, администратор-хозяйственник, медсестра.

3. Симметричные – профессии, в которых наблюдается равное соотношение представителей обоих полов: например, преподаватель, врач.

Рамки статьи позволяют привести лишь несколько примеров. Источником материала для наблюдений явились русские художественные тексты рубежа 20-21 в.

Коммуникативное поведение военного (полярная группа) детерминирована необходимостью выжить в экстремальной ситуации, четкостью формулировок, неукоснительностью выполнения приказа.

Первое место по употреблению в речи военных занимают императивы: преобладают прямые императивы. Для военных характерны также самоимперативы (сам себе говорит: «Отставить!»). Военные излагают факты в прямой форме, кратко, четко, избегая двусмыслинности. У военных преобладает пассивное слушание. Доминирующем типом вопроса является закрытый. Военные широко используют эмоционально-негативный регистр общения: агрессия военных – это способ выживания в экстремальных условиях. Отрицательные характеристики лицам военные дают, как будто наносят удар, прямо, открыто, жестко. В обращениях широко используют прозвища и табуированные выражения.

В коммуникативных процессах у военных отсутствует индивидуализация собеседника. В общении с подчиненными командир применяет приемы общения с толпой: краткие речевые формулы, эмоционально насыщенные лозунги. Он ждет от подчиненного не проявления индивидуальности, а подчинения приказу командира.

Эффективными способами речевого воздействия являются приказ, принуждение и внушение. Неэффективность разъяснения и доказывания обозначена коммуникативным табу: *приказы не обсуждаются*.

Для военных характерен низкий уровень общительности с малознакомыми людьми, негативная оценка разговорчивых людей.

Групповой концепт, репрезентируемый в языке лексемами *говорить, разговор* предстает в когнитивном сознании военных как *сценарий*, так как процесс общения военных связан прежде всего с побуждением к действию или с сообщением о действиях, которые разворачиваются во времени и пространстве.

Профессия «продавец» относится ко второй группе, в ней численно доминируют женщины. В рассказе Б.Мазо «Толкование слов» описывается продавщица небольшого продуктового магазина в сельской местности. Специфика ее работы предполагает неформальное общение с клиентами, бытовой уровень общения с хорошо знакомыми ей женщинами-покупательницами и сообщение им информации о различных качествах товара. Эти навыки постоянно демонстрирует героиня, она охотно обсуждает с покупательницами местные новости и знакомых лиц, что способствует установлению более доверительных, приятельских отношений с людьми.

Так как в официальной обстановке большая часть речевой деятельности продавца связана с обозначением вкусовых и других чувственно воспринимаемых свойств предметов, можно предположить, что доминирующим типом ментальных репрезентаций лексем *говорить, разговор* может быть представление.

Профессия инженера является асимметричной. В ней преобладают мужчины. В социальном плане данная профессиональная группа относится к технической интелигенции, инженеры достаточно хорошо образованы. Их профессиональными качествами являются хорошо развитая логика, способность мысленно оперировать предметами в пространстве, хорошо развиты коммуникативные навыки.

Мужчина-инженер в официальной сфере коммуниблен, но говорит, как правило, только по существу дела. Как способ речевого воздействия, он обычно использует убеждение. В неофициальной сфере его волнуют глобальные вопросы политики, экономики, экологии, интересует история. Представители данной профессиональной категории не любят разговоры на бытовые и личные темы, неохотно поддерживают речевые игры в толпе, негативно относятся к коммуникативным эмоциональным ситуациям.

В текстах мы находим любопытную информацию о том, как мужчины-инженеры осуществляют процесс коммуникации: « Губин с Гришей десять раз все обсудили и спланировали, даже набросали проект новой структуры технических служб» (Н.Катерли. Жара на

Севере). «Во время тихого часа Александр Николаевич писал жене. Сообщил, как выглядит его каюта, даже план начертил, указав, где его место» (Н.Катерли. Жара на Севере).

Если мужчина представляет процесс коммуникации в виде схемы, то у женщины в сознании формируется образ: «Однажды ей приснился сон, что Антон Иванович говорит ей какую-то простую, обыденную фразу, а она видит эту фразу не обычным образом, анфас, а как бы в профиль: узкая, как рыбья мордочка, слегка волнистая и вытянутая кверху острым треугольником. Жаль только, что проснувшись вспомнить фразу она так и не смогла. Но самый этот сон сохранился, не выветрился. После него осталась догадка, что каждая фраза имеет свою геометрию, только надо напрячься, чтоб ее уловить» (Л.Улицкая. Путешествие в седьмую сторону света).

Итак, профессиональные и коммуникативные качества человека коррелируют, образуя определенные оппозиции. Так, ряд мужских профессий предполагает низкий уровень коммуникабельности или наличие ограничений тематики общения; многие же женские профессии требуют достаточно высокого уровня общительности. Таким образом, возникает оппозиция *болтливость-профессионализм* в мужских профессиях: эти качества считаются несовместимыми в рамках мужской профессии, а в женских профессиях эти два качества взаимосвязаны: общительность предполагает профессионализм и наоборот.

В полярных профессиях коммуникативные функции дифференцированы: женщины используют язык преимущественно в фатической функции, а мужчины – в информативной.

Очевидно, что профессиональная деятельность оказывает большое влияние на формирование концептов в сознании индивида, часто определяя их преобладающий тип. Для мужчин более характерно, к примеру, представлять общение как *схему*, для женщин – как *представление, чувственный образ, фрейм*.

Гендерные особенности во многом предопределяют выбор профессии, поэтому среди профессий доминируют полярные и асимметричные. Анализ симметричных групп профессий, который остался за рамками нашей статьи, указывает на то, что эти профессии требуют проявления комплекса качеств, одновременно фемининных и маскулинных - например, преподаватель физики.

Таким образом, мужское и женское коммуникативное сознание и коммуникативное поведение обладают рядом ярких дифференциальных признаков, но профессиональная принадлежность носителя языка, тем не менее, оказывает на них заметное влияние.

-
1. Берн Ш. Гендерная психология. М., 2001.
 2. Пиз А.и Б. Язык взаимоотношений. Мужчина и женщина. М., 2001.
 3. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.
 4. Культура общения и ее формирование. Вып.9. Воронеж, 2002.
 5. Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж, 2000.

М.С.Саломатина

Языковая личность современного студента - филолога

Необходимость изучения *homo loquens* осознавалась многими поколениями лингвистов. Идея языковой личности была подготовлена всем ходом развития лингвистической науки и сама по себе не является непосредственным завоеванием эпохи декларируемого гуманизма и антропоцентризма.

Наиболее полную концептуальную разработку теория языковой личности получила в фундаментальном труде Ю.Н.Караурова «Русский язык и языковая личность». Благодаря этой работе понятие языковой личности вошло в научный обиход. Караулов дает следующее определение данного феномена: « Языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» (Караулов Ю.Н., 1987). Исследователь также отмечает, что языковая личность – это углубление, развитие, насыщение дополнительным содержанием понятия личности вообще. Таким образом, на первый план выходят «интеллектуальные характеристики личности», которые с высокой степенью интенсивности проявляются именно через язык.

Теоретическая модель описания языковой личности, разработанная Карауловым, претендует на глобальность и всеохватность, разработка структуры данного явления у Караурова охватывает широкий круг социальных, психологических, философских, этнографических (особенно в связи с понятием русской языковой личности) и т.д. проблем.

Ряд исследователей вслед за Карауловым пытается дать максимально адекватное определение языковой личности, выявить базовые параметры, которые можно было бы положить в основу практического описания.

Необходимо сказать, что «человек говорящий» неизменно является объектом пристального внимания и изучения представителей таких сфер человеческого знания, как философия, культурология, а также различных синтетических наук, занимающихся преимущественно проблемами языка и культуры. Так, по словам видного современного философа Ганса Гадамера, человек, живущий в мире, не просто снабжен языком как некоей оснасткой – но на языке основано и в нем выражается то, что для человека вообще есть мир... в языке выражает себя сам мир (Гадамер Х-Г., 1998).

Мы поставили перед собой задачу выявления особенностей языковой личности профессиональной группы. Одним из наиболее интересных аспектов этой проблемы является влияние рода деятельности на формирование и функционирование языковой личности, тем более что особенно заметен профессиональный отпечаток на дискурсах языковых личностей, имеющих дело по характеру своей профессии с различного рода речевой деятельностью (Седов К.Ф., 1999).

Несомненно, что при рассмотрении некой обобщенной модели языковой личности целой группы необходимо учитывать индивидуальные особенности речи, ведь любой социум «изъясняется не иначе как через посредство индивида» (Сепир Э., 1993). Но, с другой стороны, Сепир считал, что все поведение человека, в том числе и речевое, насквозь пронизано «социальностью»: «У нас часто возникает впечатление, что мы демонстрируем оригинальность или выделяемся каким – то иным способом, тогда как на самом деле мы всего лишь воспроизводим социальный стереотип с добавлением тончайшего налета индивидуальности» (Сепир Э., 1993). Таким образом, при описании коллективной языковой личности необходимо абстрагироваться от некоторых индивидуальных особенностей коммуникативного поведения говорящих и сосредоточить внимание на инвариантных чертах, позволяющих судить о специфике языковой личности конкретного микросоциума.

Приведем некоторые результаты нашего исследования языковой личности студента – филолога. Исследование проводилось среди студентов филологического факультета на протяжении трех лет. Мы исследовали одну и ту же формальную группу, что дало возможность рассмотрения некоторых показателей в динамике.

Мы анализировали процесс коммуникации, происходящий исключительно внутри интересующего нас коллектива. Таким образом, круг общения четко определен и постоянен. В ходе анализа содержательно-тематического фактора общения выявлены следующие особенности.

Наиболее значимыми для студента-филолога в учебной среде являются темы, непосредственно связанные с процессом обучения. Следовательно, мы можем констатировать преобладание ситуативно обусловленной тематики. Говоря о тематике, относящейся к учебному процессу, мы имеем в виду две основные тенденции:

1. Обсуждение текущих учебных дел, таких как экзамены, лекции, семинары и т.д.
2. Обсуждение проблем, относящихся к сфере филологического знания, требующего от участников интеракции достаточно высокого уровня профессиональной гуманитарной подготовки, владения терминологией. В связи с тем, что сферы, определяющие содержательную сторону коммуникации (преимущественно литература, русский язык), предполагают выход в глобальное гуманитарное пространство, автоматически происходит расширение тематики.

Но, безусловно, что в круг обсуждаемых студентами-филологами вопросов входят и те, которые являются приоритетными среди большей части современной молодежи вообще (кино, музыка, политика, спорт, мода и др.).

Говоря о тематике, коснемся вопроса о коммуникативных табу в общении студентов-филологов. Под коммуникативным табу понимается действующий в общении запрет на употребление тех или иных слов, затрагивание определенных тем в разговоре. Табу делятся на речевые и тематические, жесткие и мягкие (Стернин И.А., 2000).

Результаты нашего исследования позволяют констатировать отсутствие тематических табу в повседневном неформальном общении студентов-филологов. Это во многом связано с равенством социального, внутригруппового статуса коммуникантов, с отсутствием возрастных, профессиональных, культурных барьеров.

Однако мы можем отметить наличие речевых табу. Так, например, жестко табуировано употребление нецензурной лексики в процессе общения, особенно когда он разворачивается в форме полилога, в который включено большое количество коммуникантов. Употребление табуированной лексики в этом случае может получить открытое осуждение. Но внутри некоторых неформальных объединений, на который распадается наша формальная группа, употребление

нецензурной лексики относится к числу мягких коммуникативных табу.

Очень ярко эмоциональные и интеллектуальные характеристики языковой личности, а также уровень языковой личности, а также уровень её коммуникативной компетенции проявляется в использовании эмоционально-оценочной лексики. Поскольку экспрессивная лексика – это языковая зона выбора предпочтительного знака, то количественная и качественная характеристика её употребления позволяет судить о свойствах говорящего субъекта (Трипольская Т.А., 1994) мы отмечаем высокую частотность употребления эмоционально-оценочной лексики в речи студентов-филологов, используемой для характеристики различных предметов и явлений и для выражения своего к ним отношения (например «мерзкая статейка», «убийственная лекция», «гнусный тип»). Необходимо сказать также, что среди указанной лексики высок удельный вес жаргонизмов, у которых как раз эмоционально-оценочная функция отодвигает номинативную на второй план. Здесь мы можем говорить как о студенческом жаргоне (препод, универ), так и об употреблении лексики, относящейся к общенациальному слэнгу (например, наиболее частотными являются «лажа», «лохотрон», «гон»).

Но в то же время нельзя говорить о злоупотреблении студентами-филологами в своей речевой практике эмоционально-оценочной, и в частности жаргонной лексикой, так как студент-филолог, будучи высокоразвитой языковой личностью, переключается с одного языкового регистра на другой, а также строит текст со смешением подъязыков.

Чрезвычайно важную роль в функционировании языковой личности студента-филолога играют прецедентные тексты. В рассмотрении этого аспекта мы опираемся на работу Ю.Н.Караулова «Русский язык и языковая личность» и пользуемся его терминологией. Мы выделили 2 основных способа введения прецедентных текстов в дискурс языковой личности студента-филолога:

1. Обращение к прецедентным текстам в целях номинации, когда знак, вводящий прецедентный тест, указывает на какое-то характерное свойство, типовую примету, отождествляется с наиболее заметной, запоминающейся и потому всем известной чертой персонажа, писателя или всего произведения (Караулов Ю.Н., 1987). («Прекрати смотреться в зеркало – Нарциссом станешь!» здесь актуализируется миф о Нарциссе, имя которого выступает как синоним самовлюбленности, страсти к самолюбованию. «Да, наша стипендия – это явно не

шагреневая кожа». Здесь выражение «шагреневая кожа» из одноименного романа Бальзака выступает как синоним возможности осуществления желаний.);

2. Цитация:

а) включение некой цитаты, приписываемой (или не приписываемой) определенному автору в качестве правила, формулы («Гений и злодейство, - сказал Александр Сергеевич, - две вещи несовместные». Как сказал один мудрый человек, «льстить – значит говорить человеку именно то, что он думает о себе».)

б) цитата продолжает и развивает течение оригинального дискурса. Главная её цель – облегчение способа аргументации говорящего. Указание на источник цитаты также может отсутствовать (« Я знаю только то, что ничего не знаю», но некоторые и этого не знают, поэтому я и веду себя так нескромно.)

в) скрытое цитирование, в том числе трансформирование цитаты («Что за комиссия, создатель», ходить в читалку каждый день.)

Прецедентные тексты выполняют в дискурсе языковой личности студента-филолога функцию определенных готовых «интеллектуально-эмоциональных блоков-стереотипов», образцов, своего рода мерок для сопоставления. Вводя в свою речь precedентные тексты, студент-филолог как бы присваивает себе духовные ценности мировой культуры, делает их принадлежностью своего духовного мира.

То, что студент- филолог свободно оперирует материалом русской и мировой литературы, говорит о широких профессиональных знаниях, о высоком интеллектуальном и творческом потенциале, означает стремление выйти за рамки обыденности, повседневности в использовании языка.

Говоря о вербальном компоненте в процессе коммуникации языковой личности, нельзя забывать и о другой его стороне – невербальном поведении, которое также, как и вербальное, обуславливается рядом экспрессивистических факторов.

Если говорить о степени интенсивности мимики и жестикуляции, необходимо сказать, что уровень интенсивности мимики выше, чем уровень жестикуляции. Мимика играет более значимую роль в процессе коммуникации студентов-филологов. Значение жестикуляции в передаче некой эмоциональной или интеллектуальной информации невелико, хотя в ситуации неформального общения использование жестикуляции заметно активизируется.

В дальнейшем мы планируем предпринять целостное, многоаспектное исследование языковой личности студента-филолога.

-
1. Гадамер Г.-Г. Истина и метод.- М., 1998.
 2. Карапулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
 3. Седов К.Ф. Становление структуры устного дискурса как выражение эволюции языковой личности. Дисс. на соиск. учен. ст. докт. филол. наук. – Саратов, 1999.
 4. Сепир Э. Избранные труды по языкоznанию и культурологии: Пер. с англ. – М: Издат. группа «Прогресс», «Универс», 1993.
 5. Стернин И.А., Лемяскина Н.А. Коммуникативное поведение младшего школьника. – Воронеж, 2000.
 6. Трипольская Г.А. Экспрессивное слово как средство экспликации языковой личности. // Языковая личность: проблема выбора и интерпретации знака в тексте: Межвуз. сб. науч. трудов. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 1994.

Л.А.Тавдгиридзе

Концепт *русский язык* в русской концептосфере

Концепт *русский язык* – важнейшая составная часть русского коммуникативного сознания. Этот концепт в сознании носителей русского языка практически не изучен; вместе с тем, знать его содержание чрезвычайно важно не только в целях описания национальной русской концептосферы, но и в дидактических целях – преподавателям, филологам необходимо знать, какое конкретное содержание вкладывают носители русского языка в *понятие русский язык*, как они относятся к нему, как оценивают, как воспринимают разные стороны русского языка. Цель нашего исследования – выявить основные компоненты концепта *русский язык* в русском коммуникативном сознании, а также описать его возрастную и гендерную специфику.

Для достижения поставленной цели применялась методика направленного ассоциативного эксперимента. Было опрошено 210 человек, из них 150 – женщин и 60 мужчин.

Испытуемым предъявлялся вопрос: «Русский язык – какой?» и предлагалось записать пять первых ассоциативных реакций, пришедших им в голову. Время на выполнение задания не ограничивалось.

Всего в ходе эксперимента получено 1050 различных реакций.

При обработке результатов эксперимента учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные. Сходные по смысловому содержанию ассоциаты обобщались.

Результаты эксперимента

«Русский язык – какой?»

Красивый 133, сложный, трудный 99, богатый 74 родной 65, могучий 56, великий 42, нужный 35, интересный 34, необъятный, огромный 33, понятный, легкий, доступный 31, любимый 30, разнообразный, многогранный 27, музикальный, песенный, певучий, поэтический, переливчатый, льющийся 15, умный 11, прекрасный 11, беспардонный, пошлый, грубый, ругательный, матерный, скандальный 11, яркий, колоритный, красочный 11, чувственный, лирический 11, испорченный, замученный, скудеющий 10, засоренный, много заимствований 10, эмоциональный 9, всемирный, мировой, всеобщий 9, многонациональный 9, лаконичный 9, интернациональный 5, межнациональный 5, двусмысленный 3, ласковый 3, приятный 3, добрый 3, милый 3, хороший 3, чистый 2, светлый 2, популярный 2, неизученный до конца 1, непредсказуемый 1, неожиданный 1, крылатый 1, вечный 1, неповторимый 1, искусный 1, искренний 1.

Обработка результатов показала, что ассоциативное поле стимула «русский язык» членится на ядро и периферию.

К ядру относятся ассоциаты *красивый, трудный, богатый, родной, могучий, великий*.

К ближней периферии относятся: *нужный, необъятный, обширный, огромный, интересный, понятный, доступный, любимый, разнообразный, многогранный*.

Дальнюю периферию представляют ассоциаты: *музикальный, певучий, поэтический, льющийся, переливчатый, умный, прекрасный, беспардонный, пошлый, грубый, ругательный, матерный, скандальный, яркий, колоритный, красочный, испорченный, замученный, скудеющий, имеющий много заимствований, эмоциональный, всемирный, мировой, всеобщий, многонациональный, интернациональный, межнациональный, лаконичный*.

Концепт «русский язык» объективируется также и другими лексемами: *двусмысленный, ласковый, приятный, добрый, милый, хороший, чистый, популярный, неизученный до конца, непредсказуемый, крылатый, вечный, неповторимый, искусный,*

искренний, целеустремленный, объективный, почитаемый, противоречивый, наши.

В коммуникативном сознании испытуемых концепт «русский язык» дифференцируется по гендерным группам.

общими для мужского и женского восприятия являются ассоциаты: *красивый, трудный, свободный, родной, обширный, нужный, великий, могучий.*

Гендерная специфика проявляется в том, что в коммуникативном сознании женщин присутствует такая оценка языка, как *интересный 32, легкий 21, умный 11*, которая у мужчин практически отсутствует.

Кроме того, для женщин характерна эстетическая оценка языка: *музыкальный, песенный, певучий, поэтический, переливчатый, льющийся, мелодичный, многозвучный 11, красочный, образный 5, чувственный, лирический 8.*

Для мужчин характерна утилитарная оценка языка: *необходимый, обязательный, полезный, нужный, важный 20.*

Мужчины дают значительное число негативных оценочных реакций: *грубый, пошлой, ругательный, беспардонный, матерный 8.*

Мужчины также характеризуют русский язык как *засоренный, испорченный, имеющий много заимствований, скудеющий 8.*

Анализ возрастной специфики концепта «русский язык» показал, что в сознании возрастной группы молодежи 15-20 лет концепт «русский язык» складывается на разных уровнях восприятия:

с точки зрения эмоционального отношения: *красивый, прекрасный, лучший, приятный, светлый, чистый, добрый, искренний, мягкий, неповторимый;*

- с точки зрения важности, значимости: *нужный, необходимый, вечный, всемирный, древний;*

- с точки зрения звукового восприятия: *поэтический, песенный, сдержанный, мелодичный, артистический, лирический, чувственный, сумбурный, специфический.*

В коммуникативном сознании студентов данной возрастной группы ассоциаты, связанные с положительной оценкой (*красивый, приятный, добрый, чистый, мягкий, любимый, ласковый...*), и утилитарный ассоциаты (*нужный, полезный, необходимый*) самые многочисленные.

В сознании возрастной группы 21-40 лет концепта русский язык представлен следующими признаками:

- утилитарная оценка (*нужный, обязательный, функциональный, многофункциональный, полезный*);

- одобрительная оценка: *интересный, цивилизованный, лаконичный, мудрый, искусный, эффективный, объективный, добрый, популярный*.

- неодобрительная: *нелогичный, противоречивый, засоренный, скудеющий, некультурный, пошлый*.

- оценка с точки зрения возможности изучения: *легкий, не трудный, понятный, доступный*.

Ядро концепта «русский язык» у испытуемых данной возрастной группы репрезентируется лексемами *родной, красивый, богатый, интересный, нужный*.

Основная часть лексических единиц, репрезентирующих концепт «русский язык» у старшей возрастной группы опрошенных (40-70 лет), характеризуется стилистически окрашенной лексикой, которая в большой степени представлена разговорными языковыми единицами и отражает исконно русское отношение к жизни: *заковыристый, бесшабашный, вертучий, балысный, колючий, дробный, залихватский, хлесткий, ядовитый, горький, гордыбачий, жгучий, удалой, хитроумный*. Эти характеристики составляют 63 % ассоциатов данной возрастной группы. Выявлены также ассоциаты, отражающие христианское представление о языке: *православный, божественный, христианский*.

Анализ результатов позволил следующим образом представить концепт «русский язык» в русской концептосфере. Наиболее яркими когнитивными признаками русского языка в коммуникативном сознании русского человека являются:

- положительная эстетическая характеристика, свойственная в основном женскому восприятию (*красивый, любимый, песенный, музыкальный, поэтический, мягкий, приятный, льющийся, ласковый*);

- трудный в усвоении (в равной мере выделяется мужчинами и женщинами (*трудный, сложный, нелогичный, не изученный до конца*));

- подвергающийся негативному воздействию (*скудеющий, много заимствований, замусоренный, засоренный*);

- негативная оценка языка в мужском восприятии (*ругательный, пошлый, матерный, скандальный*).

Коммуникативное сознание молодежи включает представление о нужности и важности изучения языка (*нужный, обязательный, полезный*).

В коммуникативном сознании людей старшего поколения основная часть лексических единиц, репрезентирующих концепт «русский язык», является разговорной, просторечной.

В русском коммуникативном сознании в целом в концепте *русский язык* наиболее яркими когнитивными признаками можно признать

следующие: *красивый, богатый, сложный, нужный, родной, могучий, грубый, скудеющий*. В результате в концепте доминируют позитивная эстетическая оценка языка и прагматическое представление о его трудности, объемности и необходимости.

Обратим внимание на одновременное наличие противоречащих друг другу признаков – *красивый* и *грубый*, а также на наличие признака *скудеющий*, указывающего на существующую тревогу за состояние родного языка. Последнее – результат общественной компании в защиту русского языка, развернувшейся в последнее время в стране, несколько лет назад подобные признаки в русском коммуникативном сознании не отмечались.

Н.А. Лемяскина

Категория *иностранный язык* в коммуникативном сознании младшего школьника

В рамках проводимого нами исследования динамики развития коммуникативной личности младшего школьника проводится исследование степени сформированности отдельных коммуникативных категорий в сознании ребенка данного возраста: таких, которые отражают его представления об общении (вежливость, грубоść, спор, ссора, коммуникативный идеал и др.) и речи (хорошая речь, правильная речь, родной язык, иностранный язык и др.).

Приведем результаты исследования концепта *иностранный язык* в коммуникативном сознании младших школьников. «Иностранный – относящийся к иному государству, другой стране, принадлежащий им» (Большой толковый словарь русского языка. СПб, 1998, с.394).

Нами был проведен опрос 203 учащихся 1-4 классов образовательных учреждений города Воронежа. Детям предлагалось закончить фразу «Иностранный язык – это...». Опрос проводился в письменной форме, учащимся предлагалось ответить письменно. Время не ограничивалось, ответы учащиеся давали экспериментатору в рамках урока.

Результаты эксперимента

Учащиеся 1 класса предложили такие толкования:

- язык, на котором говорят иностранцы –36% (говорят другие люди¹; которые не знают нашего языка; люди других национальностей);
- неродной язык –17% (мы не владеем им с самого рождения; с самого детства);
- язык, который мы не знаем –10% (не умеем на нем разговаривать);
- язык, который мы не понимаем, непонятный нам –7%;
- не наш язык –6%;
- чужой язык –5%;
- незнакомый мне язык –4%;
- дали неверные толкования –8% (иностранный язык - это те люди, которые хотят поехать в город Иностранию; на котором разговаривает человек; когда человек разговаривает на этом языке);
- отказ от ответа –7%

Учащиеся второго класса дали следующие толкования:

- это английский 11%, китайский –4% испанский, немецкий, японский, французский нерусские языки по 2 %, разговор по - германски, например Хай Гитлер;
- чужой язык –15% (на котором говорят чужие люди; это значит другой язык, другие буквы, все чужое);
- язык, на котором говорят иностранцы –9% (немцы, англичане);
- нерусский язык –9%;
- зарубежный язык –9%;
- непонятный мне –6%;
- неродной язык (но с помощью его мы ездим в другие города);
- дали неверное толкование –9% (это мой родной язык, который я изучаю; я его учу)

Отметим, что некоторые второклассники дают положительную оценку иностранному языку: *мне очень нравится иностранный язык; любимый; он очень интересный – 6%, красивый –6%.*

Дети третьего класса дали следующие ответы:

- это язык, на котором говорят иностранцы –19% (тот язык, на котором говорят жители Великобритании и Канады; на нем говорят в Англии и в других странах);

¹ В скобках приводятся примеры ответов детей в той словесной форме, в которой они были получены.

- нерусский язык –10%;
- непонятный, который мы не понимаем –9% (который очень трудно понять русскому человеку, а для других людей он понятный);
- английский – 5%, французский, японский, итальянский, «и др.»- по 2%, для французов русский иностранный, для иностранцев русский будет иностранным –5%
- неродной мне язык –6% (язык не нашей Родины);
- неизвестный мне (нам) язык –6% (чего я не знаю);
- не близкий мне язык;
- дают неправильное толкование – 8% (это слова, которые мы не понимаем; язык, на котором мы общаемся, только слова произносят по-разному; тот язык, которому тебя учит преподаватель; язык, который можешь учить; когда люди говорят в России американским языком);
- не дали толкования – 7%.

В ответах третьеклассников появляются более разнообразные оценочные характеристики иностранного языка: это *любопытный язык; красивый, хотя и непонятный; сложный; похоже, чем русский; он плохой и незнакомый*.

Дети четвертого класса толкуют иностранный язык следующим образом:

- это язык, который учат люди России, и я хочу его учить (учу) – 24%
- язык, на котором говорят иностранцы –21% (люди, относящиеся к другой стране; язык других народов мира; на котором общаются в Англии и Америке; говорят люди других национальностей)
- это английский, или немецкий, или французский, и еще много других разных языков, их очень много –14%
- язык, который не понимаешь –10% (он непонятный людям России);
- язык, который не знаешь –10%;
- зарубежный язык;
- неправильное толкование –6% (тот язык, который мы изучаем с позднего детства; это когда родился в одном городе, потом переезжаешь в другой город и там живешь до смерти).

Большое количество учащихся четвертого класса (31% опрошенных) дают оценку иностранному языку – 23% положительную, 8 % отрицательную.

Отрицательная оценка: *он кажется таким далеким и непонятным для меня; мне не очень нравится этот язык, этот язык очень тяжелый и буквы у него трудные; мне не нравится никакой иностранный язык, мне нравится русский язык.*

Положительная оценка: *это язык, на котором стремятся говорить практически все; он нужен для того, чтобы поехал, например, за границу, захотел что-то купить, а он (продавец) разговаривает по-английски, а ты не умеешь, вот для этого он нужен; он нравится мне за то, что он очень красивый; мне нравится английский язык, потому что его преподают в российских школах; мой любимый иностранный язык – английский, на этом языке разговаривают во многих странах мира, он считается международным языком; мне нравится английский язык, он более загадочный; мне нравится, кроме русского языка, английский язык, так же как и русский, он очень популярный; я хочу учить английский язык, хотя он тоже нелегкий, но на этом языке говорят большая часть людей, живущих на Западе, моя мама тоже учила английский язык.*

Таким образом, мы видим, что в коммуникативном сознании младших школьников категория *иностранный язык* представлена разнородными составляющими. К четвертому классу у 50% детей формируется понимание категории иностранного языка как языка, на котором говорят в зарубежных странах, который учат люди в России и дети либо уже учат его, либо хотят его учить. Появляются ответы о важности и трудности иностранного языка, то есть формируется прагматическая оценка иностранного языка. В третьем классе признак *сложный* единичен.

В первом классе иностранный язык – это непонятный, и, видимо, у большинства нет представления о конкретных иностранных языках. Во втором и третьем классах зафиксировано наличие представлений о конкретных иностранных языках – называются английский, китайский, испанский, немецкий, французский, японский, итальянский. По-видимому, это прототипные представления – эти иностранные языки конкретно презентируют концепт «иностранный язык» в сознании детей данного возраста. И только в четвертом классе у части детей (14%) появляется более обобщенное представление об иностранном языке, что фиксируется в перечислении ряда иностранных языков и указании на то, что их «очень много разных».

В четвертом классе количество когнитивных признаков концепта иностранный язык значительно увеличивается – появляются обобщенные характеристики иностранного языка (в основном эти

характеристики относятся к английскому языку), причем очевидно. Что прирост когнитивного содержания данного концепта осуществляется за счет подражания высказываниям взрослых, в опоре на опыт взрослых: *на нем стремятся говорить практически все, он считается международным, он популярный, многие люди нашей страны учат иностранные языки, моя мама тоже учila английский, большая часть людей Запада говорит на английском*.

Эмоционально-эстетическая оценка иностранного языка в первом классе отсутствует. Во втором появляются оценки – *любимый, интересный, красивый*. В третьем классе добавляются признаки – *сложный, любопытный*, но появляются и негативные оценки – *похуже, чем русский, плохой, незнакомый*. В четвертом классе оценочность приобретает яркий и разнообразный характер, причем положительная оценка иностранного языка оказывается в три раза более частотной, нежели отрицательная.

Национальные особенности концептосферы

И.Г.Кожевникова

Концепт *спорт* в русской концептосфере

Понятия *физическая культура* и *спорт* дифференцируются. Физическая культура – понятие более общее. Спорт – доминирующая форма проявления физической культуры, но это слово также постоянно употребляется в качестве синонима понятия «физическая культура» (ЭФиС, 1982, с.12).

В истории развития человечества физической культуре и спорту всегда отводилась важная роль. С их помощью в течение веков формировались физические и психические качества человека.

В русский язык лексема *спорт* была заимствована из английского языка, а сам концепт *спорт* является одним из этноцентричных в англосаксонской культуре («Англия - страна спорта» Л. Кун, 1985) и изначально связывается в общественном сознании носителей языка с развлечением, забавой и игрой.

Считается, что слово «спорт» происходит от страрофранцузского *«desporter»*, что означало «отвлекаться от работы». Однако если углубиться в историческое развитие человечества как биологического

вида, то можно усомниться в столь скромной роли спорта в жизни общества.

В основе любой деятельности, как известно, лежит принцип мотивации, но теоретики спорта до сих пор не дали убедительного объяснения, почему в древнейшем сообществе людей, будь то род, племя или какое другое родо-видовое объединение, наши предки, прыгая, бегая, плавая и метая копья, т.е. состязаясь между собой, начинают выявлять лучшего в этих видах физической деятельности.

Н.И. Пономарев (1970), известный теоретик и историк спорта, считает, что человеку, чтобы выжить нужны были ловкость, быстрота, сила и выносливость. Однако не только желание выжить стимулировало развитие физической активности *homo sapiens*, но и воспроизвести себе подобного. Как отмечают Н.Р. Ермак, Р.А. Пилоян, А.Д. Суханов, «производство самого человека необходимо понимать гораздо шире, чем просто деторождение... Важно было сделать так, чтобы рожденное потомство, беря все лучшее от предков, было более совершенным, чем родители» (1999, с.29). Именно это обстоятельство сформировало определенную систему отбора претендентов на брачные отношения, в основе которой были упорные тренировки, соревновательная деятельность и стремление к достижению результата, который позже будет назван «спортивным результатом».

Из этого совершенно логично вытекает вывод, что ни понятие «игра», ни понятие «забава» не входили в то время в основные концептуальные признаки понятия «спорт». Подтверждение этой мысли мы находим в работе Л.Куна (1982) о проводящихся обрядах инициации на всех континентах. За высоким спортивным результатом инициаций стоял жизнеспособный генофонд того или сообщества.

Состязательные игры также имели место, но они носили либо ритуально-мистический характер (сборы на охоту, подготовка к возможному нападению врага и др.), либо являлись игровой деятельностью индивидов. Н.И. Пономарев в монографии «Возникновение и первоначальное развитие физического воспитания» справедливо отметил: «Постепенно происходит раздвоение первоначального физического воспитания на два русла: непосредственно утилитарную деятельность и деятельность игровую, служащую проявлением человеческого чувствования. Эта деятельность уже в меньшей степени предназначена для удовлетворения жизненных потребностей, человек в ней творит по законам красоты» (Пономарев 1970, с.94).

Таким образом, в концепте «Спорт» изначально можно выделить три когнитивных уровня: 1) физическая деятельность как гарантia

появления жизнестойкого и сильного потомства, 2) ритуально-мистический характер физической деятельности и 3) игровая деятельность, связанная с проявлением чувственно-эстетических потребностей индивида.

После распада родового строя и появления первых рабовладельческих государств концепт *спорт* теряет один из основных своих когнитивных признаков – физическая деятельность как показатель пригодности индивидуума к воспроизведству более качественного потомства, сохраняя еще некоторое время в качестве базового уровня ритуально-мистический и игровой аспекты.

Возникновение в 776 году до н.э. Олимпийских игр показало, что физическая соревновательная деятельность вышла за рамки родоплеменных отношений и стала средством урегулирования межгосударственных конфликтов. У концепта *спорт* появляются новые признаки: соревновательная деятельность, направленная на достижение высших результатов, средство дипломатии и развлекательное зрелище. Олимпийские чемпионы становились национальными героями, получали материальное вознаграждение и освобождение от налогов. На время Олимпийских игр прекращались все войны между полисами, со всех концов Греции съезжались зрители и болельщики. И если в Греции Олимпийские игры выявляли предельные физические возможности человеческого организма, то в Риме спортивные состязания стали средством развлечения, гипертрофированной формой которых стали гладиаторские бои.

В 394 г. император Феодосий из религиозных соображений запрещает Олимпийские игры и ядром концепта *спорт* становится понятие, репрезентируемое лексемами «забава», «развлечение».

В таком виде концепт сохранялся вплоть до начала XIX века и нашел отражение в английских фразеосочетаниях, существующих в языке и в настоящий момент: *in sport* – в шутку, *to make sport of* – высмеять, *what a sport* – как весело! Глагол «*to sport*» переводился как «играть», «веселиться», «развеваться».

В России слово «спорт» появилось в конце XIX века и было впервые зафиксировано в Энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефона в 1893 году. Лексема имела два значения: 1) подвижные занятия, т.е. различные телесные упражнения и 2) неподвижные занятия, которые включают в себя разведение животных, садоводство и др. Необходимо отметить, что авторы словаря сохраняют ядерное значение лексемы «*desporter*» – увеселение без выгоды.

Данное содержание концепта *спорт* бытовало в России более 30 лет. По исследованиям Л.А. Осокина и А.В. Потапова, только в 1924

году Г.А. Дюперрон в работе « Краткий курс истории упражнений» дал принципиально новое определение лексеме «спорт», которое весьма близко к современному понятию (Осокин, Потапов, 1988, с.43).

Словарь «Иностранных слов» 1954 года дает следующее определение слова « спорт»: спорт – (англ. Sport) – физические упражнения и игры, гл.обр. на открытом воздухе, имеющие целью развитие и укрепление организма, воспитание у человека волевых качеств (с.657).

Изменения, происходящие в России в начале века, привели к возникновению науки о спорте, что, в свою очередь, привело к качественному изменению концепта. В концепте *sport* формируется новое самостоятельное понятие «физическая культура», которое понимается следующим образом: 1) часть общей культуры общества; 2) совокупность достижений в деле оздоровления людей и развития их физических способностей через упражнения, физическое воспитание и спорт (ЭфиС, 1963, т.3).

Новый «Словарь иностранных слов» 2000 года дает следующее толкование лексемы «спорт»: 1) составная часть физической культуры – средство и метод физического воспитания, имеющее целью развитие и укрепление организма человека и достижения им высоких результатов в соревнованиях, 2) система организации и проведения соревнований и учебно-тренировочных занятий по этим комплексам (с.575).

Последние исследования в области теории спорта позволяют говорить о физической культуре и спорте как о двух относительно самостоятельных явления и областях знаний, характеризующихся как частичными совпадениями, так и большим количеством расхождений.

В настоящий момент лексема «спорт» имеет два основных значения: 1) собственно соревновательная деятельность и связанные с нею виды деятельности и 2) спорт как многофункциональное общественное явление, система организации и проведения соревнований и учебно –тренировочных занятий по определенным комплексам физических упражнений (Теория спорта 1987, с.11).

Такая трактовка лексемы «спорт» вскрывает некоторые существенные когнитивные признаки современного содержания данного концепта, что определяют самостоятельность концепта «Спорт» как когнитивной единицы в современной концептосфере.

Концепт спорт включает следующие когнитивные признаки:
достижение максимально доступных результатов,

наличие видов спорта, не связанных с двигательной активностью (шахматы, шашки) или связанные с недостаточной двигательной активностью (пулевая стрельба),

наличие видов спорта, использование которых в качестве средств физической культуры затруднено (бобслей, прыжки на лыжах с трамплина, прыжки с шестом и др.); экстремальные виды спорта опасные для жизни (фристайл, mogul, сноуборд),

резкое возрастание роли внутренников и внесоревновательных факторов, стимулирующих эффективность тренировочной и соревновательной деятельности: сложный и дорогостоящий спортивный инвентарь, диагностическое оборудование, специальное питание, сложные организационные формы подготовки соревнований, престижность функции спорта, его интернациональный характер, использование спорта в политических и идеологических целях.

Основными признаками концепта «Физическая культура» являются:

- непрофессиональный характер занятий,
- отсутствие необходимости получения спортивной квалификации,
- необязательность регулярных тренировок,
- общеукрепляющая цель занятий.

Исходя из этого, можно сказать, что из концепта *спорт* к началу XX века выделился новый концепт *физическая культура*, который имеет ряд свойственных только ему когнитивных признаков, что позволяет считать его самостоятельной когнитивной единицей. *Физическая культура* – это «спорт для всех».

Как уже отмечалось выше, на протяжении многих веков спорт выполнял различные социальные функции: создание полноценного генофонда, ритуально-мистическую, воспитательную, миротворческую и развлекательную. К началу XXI века в концепте *спорт* закрепляются новые концептуальные признаки, которые значительно увеличили объем концепта. С возникновением профессионального спорта основное понятийное ядро концепта – достижение высшего спортивного результата, достижение высшей спортивной квалификации (Олимпийские игры) получает дополнительные признаки: высший спортивный результат как средство самоутверждения, как средство получения максимально высокой оплаты труда, определенного материального благополучия.

К началу XXI века концепт *спорт* в языке получает выражение в виде обширного лексико-фразеологического поля «Спорт». Данное лексико-фразеологическое поле сформировалось в многоуровневую структуру, ядром которой является лексика Олимпийских видов

спорта, ближнюю периферию составляет коммерческий спорт (любой вид спорта, имеющий устойчивый зрительский или производственный интерес). К дальней периферии относится некоммерческий спорт (все виды спорта, не включенные в программу Олимпийских игр и не имеющие большой зрелищности).

Н.А. Козельская, Н.Н.Попова

Национальная специфика репрезентации концепта порядочность в русском и английском языках

В последнее время актуальным предметом когнитивных исследований стали этические концепты (добро, зло, совесть, счастье и т.п.). Это объясняется тем, что они отражают нормы морали определенного социума, что и определяет их этнолингвистическую ценность. В своей работе мы ставили задачу выявить средства вербализации концепта *порядочность* в русском и английском языках, дать сравнительную характеристику признаков данного концепта.

В русском языке концепт *порядочность* репрезентируется лексемами *порядочный* – *непорядочный* и их производными; словосочетаниями *исключительная*, *элементарная*, *душевная*, *внутренняя*, *внешняя* порядочность, чувство *порядочности* и под.; сочетаниями со словами, обозначающими меру и образ проявления этого качества: *вполне*, *очень*, *глубоко*, *искренне* (и под.) *порядочный*.

Понятием «порядочный» определяют людей и их объединения, отношения полов (порядочный мужчина, порядочная женщина), идеи, поступки. Базовый когнитивный образ концепта «порядочность» представлен сочетанием «порядочный человек». Это понятие как ядро концепта объективируется через представление качеств порядочного человека и действий, которые он должен совершать. В русской концептосфере основными качествами являются честность и высокая моральность, неспособность совершать низкие поступки. Другие признаки: благородство, верность слову, независтливость, скромность, хорошая репутация, ответственность (по данным словарей и текстов).

Кроме того, в интерпретационное поле концепта входят определенные поведенческие установки, которые репрезентируются в разрешительных и запретительных указаниях. Например, порядочный человек не должен лгать, красть, сводить личные счеты, наушничать, использовать служебное положение и т.д. Наиболее абстрактный слой концепта представлен лексемой «порядочность», содержание которой

раскрывается через категории: черта характера, качество человека, нравственное понятие, образ жизни.

В английском языке слово «порядочность» переводится тремя лексемами: *decent*, *honourable*, *respectable* и их производными.

Ядерными признаками английского концепта оказываются: 1) правильный, подходящий к ситуации; 2) вежливый, почтительный; 3) скромный, не шокирующий; 4) приятный. В поле концепта возникают также признаки: заслуживающий уважения, с хорошим характером, с весомым социальным положением, имеющий хорошие личностные качества, верный, моральный, правдивый. Как видим, признаки наиболее близкие к русским когнитивным признакам, оказываются в числе последних.

Decent употребляется: 1) если в русском варианте не актуализируется ни один из конкретных признаков; 2) если русское слово употребляется в устаревшем значении «принадлежащий к дворянским слоям».

By which she seemed to suggest, that he had done all one could decently expect...

По-видимому, это значило, что он поступил как человек порядочный и сделал все, чего можно было от него ожидать... (Дж. Фаулз).

Honourable используется при актуализации признака «честность».

- Я честный человек, Катерина Васильевна...

- Я также вижу, мистер Бьюмонт, что вы порядочный человек...

(Н.Г. Чернышевский)

- I'm an honest man...

- I can also see, Mr. Beaumont, that you're an honourable man...

Respectable появляется в контекстах, конкретизирующих признак «заслуживающий уважения».

Интересно, что в английских переводах нам ни разу не встречалась лексема *honest*, тогда как в русском языке слово «порядочный» толкуется прежде всего через симилляр «честный». В большинстве контекстов используется слово *decent*, акцентирующее особенности внешнего поведения, соблюдения правил приличия, действия в соответствии с ситуацией. В русском языке определяющими являются нравственно-этические нормы поведения (честный, высоко-моральный, благородный).

Наши наблюдения позволяют сделать предположение, что «порядочность» является уникальным концептом русской концептосферы.

Концепт *руководитель* в русском национальном сознании

Предметом исследования является лексико-семантическое поле, репрезентирующее концепт *руководитель* в русском языке.

Рассматриваемое поле хорошо структурировано. В нем четко выделяется ядро, ближняя, дальняя и крайняя периферия.

Ядро поля составляют лексемы с высокой частотностью, наиболее общие по значению, стилистически нейтральные. В ядре выделился центр - единица *руководитель* с частотностью употребления 137 (по данным Частотного словаря русского языка). В ядро также входят стилистически нейтральные лексические единицы: *старший* (726), *главный* (509), *глава* (150).

К ближней периферии относятся высокочастотные лексические единицы с конкретным семантическим содержанием: *директор* (182), *министр* (180), *командир* (325), *председатель* (232).

В дальнюю периферию входят профессиональные, узкоспециальные малочастотные единицы, например: *дирижер* (5), *начдив* (13), *атаман* (13); стилистически окрашенные: *властелин* (14) (высок.), *патрон* (32) (разг.); имеющие семы "устаревшее", "историческое": *царь* (113), *нарком* (2).

Единицы, относящиеся к крайней периферии, преобладают в названиях руководителей высшего звена в промышленной и сельскохозяйственной сферах, учебной, религиозной сферах, в микрогруппе руководителей уголовных групп. В крайнюю периферию входят также единицы, обладающие семой "характерность для зарубежной действительности": *канцлер* (1), *фюрер* (11).

Лексические единицы, не зафиксированные в частотном словаре, автоматически относятся к крайней периферии.

Компонентный анализ единиц данного поля позволяет дать следующее определение понятия "руководитель": лицо, выборное, назначенное или наследственное, обладающее реальной властью, имеющее в подчинении другое лицо или группу лиц, в отношении которых оно наделено правом отдавать распоряжения, распределять ответственность, планировать и контролировать деятельность, подбирать кадры и несущее ответственность перед вышестоящими лицами или избравшим органом за деятельность руководимой группы людей.

Гипероним *руководитель* является наиболее абстрактным по значению, и в словарных дефинициях данная лексема часто служит идентификатором, имея высокую частотность и образуя множество сочетаний: руководитель делегации, руководитель туристического похода, классный руководитель, руководители цехов, кафедры, научный руководитель.

В значении слова *руководитель* тоже можно выделить ядро и периферию.

К ядру относятся семы, входящие в дефиницию, приведенную выше. Для выявления периферийных сем был проведен психолингвистический эксперимент, в ходе которого пятидесяти испытуемым было предложено дать субъективные дефиниции слову "руководитель". Был поставлен вопрос: руководитель - какой?

Характерно, что, как показала обработка материалов, испытуемые четко разграничивали признаки, присущие идеальному руководителю, то есть такому, каким его хотят видеть люди, и признаки,ственные руководителю реальному. Были выделены следующие дополнительные семы, характеризующие идеального руководителя (цифра означает количество информантов, выделивших данный признак): строгий (10), умеет общаться (9), уважаемый (8), умеющий организовывать (8), умный (7), справедливый (6), образованный (6), настойчивый (5), решительный (5), уважающий подчиненных (5), умеет ладить (5), честный (4), ответственный (3), координирует деятельность (3), предприимчивый (3), умеющий зажечь (2), порядочный (2), трудолюбивый (2), фанатик в деле (2), добрый (1), современный (1), объединяет группу (1), требовательный (1), поощряющий инициативу снизу (1).

Периферийные семы, характеризующие реального руководителя: использующий служебное положение в личных целях (16), безразличный к судьбам людей (6), жадный (4), наглый (4), самодур (3), взяточник (3), строгий (3), не выполняющий обещания (3), самодовольный (2), некомпетентный (2), умный (2), хитрый (2), бескультурный (2), непредсказуемый (1), человек настроения (1), безответственный (1), уверенный в себе (1), честный (1), порядочный (1), без нравственных устоев (1).

Очевидно, что отношение к реальным руководителям, выявившееся в условиях эксперимента, отчетливо отрицательное, а положительные признаки *честный*, *порядочный* упоминаются только по в единичных случаях.

Был также проведен анализ русских пословиц и поговорок. Объектом внимания стали те пословицы и поговорки, в которых

используются лексемы, входящие в лексико-семантическое поле "руководитель".

Проведенный анализ позволил выделить ряд суждений, отражающих дополнительные (преимущественно периферийные) признаки значений лексем, обозначающих руководителей в русском языке.

1. Люди, обладающие властью, всесильны, могущественны (*Никто против Бога да против царя; У царя (У большого человека) руки долги*).

2. Руководитель как отец родной, т.е. заботится о подчиненных (*Государь батька, земля матка; Солдату отец - командинир, мать и мачеха - служба*).

3. Руководитель несет ответственность перед народом (*Народ согрешил - царь умолит, царь согрешил - народ не умолит*).

4. Народу нужна твердая рука (*Без царя - земля вдова; Артель атаманом крепка; Крепка рать воеводою, тюрьма огородою*).

5. Начальство ценит верность и правду (*Царю правда - лучший слуга; Верен раб - и господин ему рад; Верный слуга царю всего дороже; Неверный слуга господину супостат*).

6. Приближенные бесчинствуют за спиной правителя (*Царю засытят, народ напастят; Не ведает царь, что делает псарь; Не от царей угнетенье, а от любимцев царских; Царь гладит, а бояре скребут*).

7. Подчинение руководителю обязательно (*Воля царя - закон; Барскую просьбу почитай за приказ; Повиновение начальству - повиновение богу*).

8. Нельзя надеяться на постоянную благосклонность начальства (*Барская ласка до порога; Барская милость - божья роса; Барская милость - кисельная сытость*).

9. Какой руководитель, такие и подчиненные (*У хорошего барина и дворня хороши; Каков хан, такова и Орда*).

10. Обладать властью значит обладать богатством, иметь все лучшее (*Не диво, что у царя жена хороша; Воеводою быть - без меду не жить; Красны барские палаты, а у мужиков избы на боку; Зажить бы паном - все придет даром; Из высоких дворян, чьи терема под небеса ушли*).

11. Начальник не бывает хорошим (*Хвали рожь в стогу, а барина в гробу; Господская болезнь - крестьянское здоровье*).

Но: Иногда подчиненные ценят хороших руководителей (*Из доброго помещика дух вон, из крестьян красные дни; Добрый (Верный) раб за господина умереть рад*).

12. Подчиненный начальнику не ровня (*Бары липовые, а мужики дубовые; Барин и в рубище не брат; Такой сякой барин, а все не мужик; Слуга барину не товариц*).

13. Ответственность всегда лежит на руководителе (*Старшему первая чарка и первая палка; Не гонись за простым вором, лови атамана*).

14. Каждый хочет руководить, командовать (*Семеро в семействе, да в нем осьмеро больших; Семьдесят приказчиков, один рядовой, да и тот не свой; Я сударь, ты сударь, а кто же у нас присударивать станет? У нашего командира ни шляпы, ни мундира*).

15. Каков бы ни был руководитель, ему необходимо подчиняться (*Хоть лыком шит, да барин; Хоть мочальник, да твой начальник; Не велик большак, да булава при нем*).

Таким образом, исследованный материал свидетельствует, что в русском языковом сознании отражено терпеливое, покорное и преимущественно негативное отношение к руководителям любого уровня.

О.Ю. Лукашкова

Концепты *друг* и *враг* в русской концептосфере (опыт моделирования)

Концепт в том понимании, которое сложилось в рамках теоретико-лингвистической школы кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского ГУ, имеет структуру, которая может быть представлена в виде полевой модели (Попова, Стернин 2001, с.60). Ядро представляет собой первичный чувственно-наглядный образ, кодирующий концепт в УПК человека. Ядро концепта окружено когнитивными слоями, которые удаляются от него по мере возрастания степени абстрактности и могут, в свою очередь, включать ряд равноправных между собою сегментов. Когнитивные уровни и их сегменты образуются на основе когнитивных признаков (компонентов).

Наша цель – обнаружение компонентов (когнитивных признаков) исследуемых концептов с помощью различных методов лингвокогнитивного анализа и построение полевой модели этих концептов. Материалом для исследования послужили примеры употребления лексем и фразеологических единиц, репрезентирующих концепты *друг* и *враг*, в современном дискурсе (от 80-х гг. XX в. до

наших дней), выбранные из художественной прозы, газетных статей, публицистических телепередач.

Концепт, репрезентируемый в русском языке лексемой «враг», имеет сложную многоуровневую структуру. Для выявления общенационального ядра концепта, т.е. общих для множества носителей языка составляющих кодирующего чувственного образа, лучше всего подходят экспериментальные методы. Однако некоторые данные можно получить и путем анализа языковых данных, а именно устойчивых метафорических репрезентаций концепта. Так, проанализировав получившие широкое распространение метафорические обозначения врагов (как кошка с собакой, (как) пауки в банке) и проявлений вражды (зуб точить, показывать зубы, выпускать когти, выпускать яд), мы можем сделать предположение, что кодирующий образ в ядре концепта *враг* у носителей русского языка имеет черты хищного животного.

Вычленение слоев концепта мы начали с построения семантической структуры ключевого слова-репрезентанта «враг». В Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (4-е изд., с.102) слово «враг» трактуется следующим образом:

1. Человек, к-рый находится в состоянии вражды с кем-н., противник. *Заклятый враг, противник.*
2. Военный противник, неприятель. *Враг разбит.*
3. Принципиальный противник чего-н. *Враг курения.*

В Словаре русского языка под ред. А.П. Евгеньевой (т.1, с.224), выделяются четыре значения этого слова:

1. Тот, кто находится в состоянии вражды, борьбы с кем-л., противник, недруг. *Классовый враг. Они с князем были страшные враги и старались вредить друг другу на каждом шагу. //* чего. Принципиальный противник чего-либо. *Я враг обедов на траве, ... чаев на открытом воздухе, где то ложки нет, то хлеб с песком или чай с букашками.*

2. также собир. Военный противник, неприятель. *Первым обнаружил врага наблюдатель левого борта старший краснофлотец Рудняк.*

3. О том, что приносит вред, зло. *Успокоение – самый опасный враг в большевистской работе.*

4. устар. Бес, дьявол. *Враг попутал.*

Анализ словарных дефиниций слова-репрезентанта позволяет выделить следующие слои концепта *враг*:

- 1) Субъект личной неприязни.
- 2) Тот или те, кто вступил в военное противоборство с кем-либо.

- 3) Противник какого-либо явления, действия.
- 4) Негативное явление.
- 5) Враг рода человеческого, дьявол.

Каждый слой (уровень) представлен набором репрезентантов, которые включают прямые и косвенные (образные) номинации, ряды синонимов, устойчивые словосочетания, фразеологические единицы и т. д. Количество средств, вербализирующих концепт, уменьшается по мере удаления когнитивного уровня от ядра.

Проанализировав семантические различия синонимов ключевой лексемы, репрезентирующих первый когнитивный слой, обнаруживаем, что одни из них (недруг, неприятель, противник, антагонист) служат для обозначения человека, находящегося с кем-либо в отношениях *взаимной* ненависти, в то время как другие (злоделатель, злопыхатель, недоброжелатель, ненавистник, обидчик, притеснитель) не имеют семы «взаимная неприязнь». Это позволило нам разбить первый уровень на два: а) субъект взаимной личной неприязни и б) субъект, испытывающий личную неприязнь, ненависть к кому-либо.

Наблюдения над сочетаемостью существительных, объективирующими концепт враг, помогли вычленить сегмент «идеологический противник». Отправным пунктом для нас послужило утверждение ученых о фундаментальной связи между семантикой слова и его сочетаемостью. По утверждению З.Д. Поповой и М.М. Копыленко, «сочетаемость представляет собой, по сути, единственный способ функционирования языка» (Копыленко, Попова 1978, с.8). В понимании В.В. Морковкина «план содержания слова включает в себя информацию не только об абсолютной ценности слова (т.е. о денотативном и сигнifikативном значении), но и его относительной ценности – парадигматических свойствах и сочетательной ценности (Морковкин, 1984, с.7). Иными словами, анализ сочетаемостных свойств данного слова позволяет довольно четко и объективно определить все входящие в него семы; выявленные семы слова-репрезентанта отражают когнитивные признаки, образующие концепт.

Собственно лексические ограничения на сочетаемость слова (термин Н.Д. Арутюновой) обусловлены присутствием другого слова, осуществляющего семантическую детерминацию и обозначающего опорное понятие. Лексема «враг» и её синонимы входят в ряд устойчивых сочетаний с относительными прилагательными – личный враг, военный противник, идеологический противник, классовый враг. Эти прилагательные как бы «привязывают» понятие, заключенное в

определяемом ими слове, к определенной сфере. В данном случае, прилагательные «личный», «военный», «классовый», «идеологический» называют «типы» врагов (противников) в зависимости от сферы действительности, к которой применимо понятие, заключенное в этих существительных. Ср. абсурдность сочетания «медицинский враг» – медицина не является специфической сферой существования вражды.

Сочетания «личный враг» и «военный враг (противник)» репрезентируют два первых и третий слои концепта соответственно. Сочетания «идеологический противник» и «классовый враг» вербализируют сегмент «идеологический противник», который «прорезает» первые четыре слоя поля концепта. Этот сегмент репрезентирован также лексемами «противник», «вредитель», сочетанием «враг народа».

На основе анализа употребления ключевой лексемы («враг») удалось выделить когнитивный слой «объект обобщенной негативной оценки» (*вражина, вражий сын, вражья дочь, вражьи дети*). Этот уровень вербализируется также употреблением слова «враг» в просторечии как существительного общего рода («у-у, враг какая!» – по отношению к женщине).

Уровень «враг рода человеческого, дьявол», который может быть выделен на основе соответствующей словарной дефиниции ключевой лексемы, в нашей модели является периферийным. Нам представляется, что для большинства современных носителей русского языка он является неактуальным. Значение «бес, дьявол» в словарях помечено как устаревшее, и примеров употребления слова «враг» в этом смысле в современных текстах нами не выявлено.

Опираясь на гипотезу Ю.С. Степанова о том, что «концепты существуют по-разному в разных своих слоях, и в этих слоях они по-разному реальны для людей данной культуры» (Степанов, 1997, с.12), мы предполагаем, что данный слой имеет разную степень актуальности для разных групп людей. Так, в сознании верующего человека этот слой концепта будет располагаться ближе к ядру, нежели в сознании атеиста.

Дальняя периферия концепта представлена его интерпретационным полем, которое отражено в паремиях, афоризмах, художественных текстах, содержащих установки сознания, вытекающие в данной культуре из базовых признаков концепта. Представления о враге, зафиксированные в русских пословицах, содержат следующие суждения:

* Потенциальным врагом человека является его друг. (*Дружба от недружбы недалеко живет. Бойся друга, как врага*)

* Опасно недооценивать своего врага. (*Не ставь недруга овцою, ставь его волком*).

* Кто мне не друг – тот мне враг. (*Скажись другом либо недругом*).

* Врагу свойственно лицемерие. (*Враг поддакивает, а друг спорит*).

* Враг желает смерти своему врагу. (*Друг другу терем ставит, а недруг недругу гроб ладит*).

* Два негодяя не станут враждовать между собой. (*Ворон ворону глаза не выключает. Блоха блоху не ест*).

Концепт *друг* также имеет сложную структуру. Его уровни мы выделили на основе семем ключевой лексемы «друг», представленных в толковых словарях русского языка. Первое значение слова «друг» толкуется через понятие «дружба», которое, в свою очередь, определяется как «близкие отношения, основанные на взаимном доверии, привязанности, общности интересов» (Словарь Ожегова и Шведовой, с.181), «отношения между кем-либо, основанные на взаимной привязанности, духовной близости, общности интересов и т. п.» (Словарь Евгеньевой, с.449). В словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой зафиксированы три значения слова «друг»:

1. Человек, к-рый связан с кем-н. дружбой. (*Не имей сто рублей, а имей сто друзей*).
2. кого-чего. Сторонник, защитник кого-чего-н. (*Друг детей. Друг свободы*).
3. Употребляется как обращение к близкому человеку, а также как доброжелательное обращение вообще. (*Друг мой! Помоги, друг!*).

В словаре под ред. А. П. Евгеньевой обнаруживаем те же значения, но в первом из них выделяется оттенок «любимый человек, возлюбленный». Во многих примерах современного употребления лексемы «друг» реализован смысл «влюблённый, открыто отвечающий взаимностью, ухажер». (*Вот уже год я встречаюсь с парнем. Все бы ничего, но однажды ко мне пришел мой прежний друг и хотел возобновить наши отношения*). Значениям ключевой лексемы, объективирующей концепт, соответствуют слои концепта:

1. Человек, связанный с кем-либо глубокой взаимной симпатией.
2. Влюблённый, ухажер.
3. Сторонник, приверженец, защитник другого человека или какого-либо явления.

4. Объект дружелюбного отношения, не связанный с субъектом близкими отношениями.

Соответствует ли такое расположение слоев концепта относительно друг друга психологической реальности, предстоит выяснить экспериментальными методами.

Основные признаки концепта отражены в словарных определениях слова «дружба» – взаимная симпатия, привязанность, духовная близость, общность интересов. Продуктивным способом обнаружения когнитивных компонентов, как уже было показано выше, является анализ семантических различий синонимов ключевой лексемы, а также анализ сочетаемости слов-репрезентантов. Так, в выражениях «будь другом» (сделай для меня то-то и то-то) и «не в службу, а в дружбу» вербализирован признак «друг не откажется оказать услугу».

Мы обнаружили ряд прилагательных, которые выступают, по сути, в качестве постоянных эпитетов к слову «друг». В них отражены наиболее актуальные признаки концепта:

- *Верность (*верный друг*);
- *Избранность (*лучший друг*);
- *Эмоциональная близость (*сердечный друг, закадычный друг*);
- *Длительность отношений (*давний, стародавний, старый друг*, (ср. также *друг детства*).

Некоторые признаки концепта можно назвать эталонными. Они раскрываются при противопоставлении ключевой лексемы и её синонимов. Когда говорят «Он мне не друг, а только приятель» (ср. также пословицу *Соха не плуг, приятель – не друг*), то, очевидно, имеется в виду отсутствие наиболее существенного когнитивного признака. В то же время мы видим, что далеко не все синонимы ключевого слова можно противопоставить ему подобным образом. Нельзя сказать «он мне не друг, а только наперсник (или: только кореш). По-видимому, когнитивные компоненты, отсутствующие в семантике этих лексем, не являются эталонными для данного концепта. Этапонными для концепта друг являются также компоненты «лицо мужского пола» и «верный» (сочетание «настоящая дружба» чаще всего распространяется прилагательными «мужская» и «верная»).

По данным проведенного нами психолингвистического эксперимента, среди суждений о друге и дружбе, отраженных в паремиях, наиболее актуальными для современного сознания (разделяемыми наибольшим количеством испытуемых) в наше время являются следующие:

*Другом можно считать лишь того, кто выдержал испытание критической ситуацией (*Друг неиспытанный – что орех нерасколотый*).

*Старый друг предпочтительнее нового (*Старый друг лучше новых друзей*).

*Друг должен быть правдивым, критичным по отношению к своему другу (*Не люби друга поатчика, а люби друга спорщика*).

Сложная структура концептов *друг* и *враг* в русском языке, обилие у них концептуальных признаков, раскрывающихся в богатом наборе языковых средств объективации, свидетельствуют о высокой степени актуальности этих концептов в картине мира носителей русского языка.

Мы надеемся, что использование батареи методик лингвокогнитивного анализа, в том числе экспериментальных, поможет нам выявить существенно большее количество компонентов изучаемых концептов и построить более полные и совершенные их модели.

-
1. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл. М.: Наука, 1976.
 2. Копыленко М.М., Попова З.Д. Очерки по общей фразеологии. Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та. 1978.
 3. Морковкин В.В. Семантика и сочетаемость слова. – В кн. Сочетаемость слов и вопросы обучения русскому языку иностранцев. М., 1984. –С. 5-15.
 4. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2001.

О.В.Иващенко

Оценка наличия/отсутствия знания и степени его истинности как когнитивный классификатор русских интеллектуальных концептов

Понятие когнитивных классификаторов восходит к работам Дж.Лакоффа, который выделил некоторые общие классификационные принципы – когнитивные классификаторы, лежащие в основе систем классификации у различных народов. (Лакофф 1988). Когнитивные классификаторы – это категория ментальная и языковая: когнитивные

классификаторы выявляются в концептосфере как концептуальные признаки, используемые для объединения сходных концептов и актуализируются в языковой семантике как интегральные и дифференциальные семы.

Современные исследования в русле когнитивной лингвистики позволили выявить когнитивные классификаторы конкретных тематических групп лексики: наименований посуды в русском и английском языках (Попова, Стернин 2001), овощей и фруктов в русском и английском языках (Хаустова 1999), русских существительных со значением «съедобное и несъедобное» (Кретов 1992), русских и английских имен первостихий (Борискина 2000). Когнитивные классификаторы конкретной лексики носят аналитический, прагматический (Хаустова 1999), или скрытый характер (Борискина 2000, Гольдберг 2000).

Предметом нашего исследования послужили не изучавшиеся ранее когнитивные классификаторы русских абстрактных имен ментальных состояний.

Фундаментальным когнитивным классификатором ментальных состояний по данным русского языка является ОЦЕНКА НАЛИЧИЯ/ОТСУТСТВИЯ ЗНАНИЯ И СТЕПЕНИ ЕГО ИСТИННОСТИ. В соответствии со степенью наличия или отсутствия знания и мерой истинности имеющегося знания этот когнитивный классификатор разграничивает:

1) Ментальные состояния наличия знания (ЗНАНИЕ, СОЗНАНИЕ).

Ментальное состояние ЗНАНИЕ по данным Словаря современного русского литературного языка - это «обладание какими-либо сведениями, осведомленность относительно кого, чего-либо» и «проверенный практикой результат постижения действительности, ее отражение в сознании человека».

Надо было спасти его даже от мучительного знания того, что эта ужасная женщина находится в одном городе с ним. Л.Толстой. Анна Каренина.

Ментальное состояние СОЗНАНИЕ есть состояние адекватного понимания своего положения субъектом, происходящего с субъектом в окружающей действительности (семема Д1- прямое номинативное значение).

После тринацатидневного беспамятства к Корчагину возвратилось сознание. Н.Островский. Как закалялась сталь.

2) Ментальные состояния наличия кванта знания (МЫСЛЬ, ИДЕЯ).

Семантемы лексем МЫСЛЬ, ИДЕЯ включают семему Д2 «ментальное состояние наличия кванта знания».

Мысль выходит в определенный момент за рамки одного из двух полушарий мозга и сползает, как одеяло, прочь, обнажая неведомо что, точно локоть...Бродский. Холмы, Колыбельная.

Думать (Голядкин) ни о чем не мог, хотя идеи его цеплялись за все, как терновник. Ф.Достоевский. Двойник.

3) Ментальные состояния сосредоточенности с целью пополнения знания (ВНИМАНИЕ, ИНТЕРЕС, ЛЮБОПЫТСТВО).

Словарь современного русского литературного языка определяет ВНИМАНИЕ как «сосредоточенность мысли или зрения, слуха на чем-либо», ментальное состояние ВНИМАНИЕ есть «сосредоточенность мысли на чем-либо». Состояние ИНТЕРЕС понимается как Увлеченное внимание, проявляемое к кому-либо, чему-либо (семема Д1 лексемы Интерес). Состояние ЛЮБОПЫТСВО - это «желание, стремление узнать что-либо во всех подробностях, интерес ко всему новому».

И директор снова углубился вниманием в старинную железную книгу, излагавшую историю Иоанна Грозного, приложив к задумавшейся, грустящей голове несколько пальцев правой руки. А.Платонов. Ювенильное море.

Удивлял меня этот их напряженный интерес к болезням, к боли и ко всему неприятному. М.Горький. В людях.

Посмотрите, с каким жадным любопытством наблюдают жизнь крестьянские дети и как они метки в своих суждения. А. Куприн. Молох.

4) Ментальные состояния уверенности в истинности наличия знания (ВЕРА, НАДЕЖДА).

Семантича лексемы ВЕРА включает две абстрактные семемы, определяющие сущность ментального состояния ВЕРА: семема Д1 «убежденность, уверенность в исполнении ожидаемого», в положительных качествах, достоинствах, истинности и семема Д2¹ «верование в предметы высшие, невещественные».

Ментальное состояние ВЕРА характеризуется большой степенью уверенности в истинности знания:

ВЕРА: большая, огромная, безмерная, полная, крепкая, могучая, твердая, прочная, стойкая, непоколебимая, несокрушимая, неиссякаемая, неистребимая, вечная, нерушимая, несокрушимая, неугасимая вера, верить вполне, верить полностью, верить без колебаний, верить без опасений, верить без сомнений, верить как Богу, верить всем сердцем, верить всей душой, искренняя, подлинная, бескорыстная

Знание, абсолютно уверенное в том, что оно безошибочно, - это вера. У меня была твердая вера в себя, я верил, что знаю все в себе.
Н.Замятин. *Мы.*

Большая степень уверенности в истинности знания подтверждается словосочетаниями, категоризирующими ментальное состояние ВЕРА как прочное:

ВЕРА: *крепкая, могучая, твердая, прочная, стойкая, непоколебимая, несокрушимая, неиссякаемая, неистребимая, вечная, нерушимая, несокрушимая, неугасимая.* Концептуальный признак прочности, выделяемый в гештальтной структуре русского концепта ВЕРА воплощается метафорическими образами горы, скалы (*прочная, нерушимая скала веры*), камня (*монолит веры, долбить, подтачивать веру*) дома, крыши (*под крышей веры, приют веры, построить веру*) и подчеркивает уверенность в истинности наличия знания.

Ментальное состояние НАДЕЖДА в словаре современного русского литературного языка описывается как «ожидание чего-нибудь благоприятного в сочетании с уверенностью в его осуществлении». Состояние НАДЕЖДА осмысливается русским национальным сознанием как имеющее малую степень уверенности в истинности знания.

НАДЕЖДА: *робкая, в глубине души, напрасная, легкая, малейшая, крошечная*

Концептуальный признак малой степени уверенности в истинности знания, характеризующий ментальное состояние НАДЕЖДА, прослеживается в описаниях состояния НАДЕЖДА как несоответствующего реальности:

НАДЕЖДА: *бесплодная, пустая, неоправданная, несбыточная, иллюзорная, ложная, напрасная, тщетная, шаткая, обманутая, наивная, простодушная, сомнительная, льстить, тешить себя (льститься, тешиться) надеждой, обольщать себя (обольщаться) надеждой, убаюкивать себя надеждой, обманывать себя надеждой, надежды не сбылись, зря\напрасно надеяться.*

Когда смыкает смертный вежды, К нему стремятся рои снов; Их тайна – ложные надежды И обольщение глупцов. А.Фофанов. *Когда смыкает смертный вежды...*

5) Ментальные состояния интеллектуального потрясения по поводу имеющегося знания (УДИВЛЕНИЕ, НЕДОУМЕНИЕ, ИЗУМЛЕНИЕ).

УДИВЛЕНИЕ, НЕДОУМЕНИЕ, ИЗУМЛЕНИЕ являются интеллектуальными эмоциями, вызываемыми у человека обманутым вероятностным прогнозом, нарушением «нормы ожидания», если до момента свершения события субъект считал, что оно мало вероятно

или невероятно. (Воркачев 1992). В словаре современного русского литературного языка УДИВЛЕНИЕ определяется словарной дефиницией «чувство, состояние, возникающее под сильным впечатлением от чего-либо необычного, странного, непонятного», состояние НЕДОУМЕНИЕ есть «... состояние нерешимости вследствие непонимания, неясности», ИЗУМЛЕНИЕ – это «сильная степень удивления».

Состояние УДИВЛЕНИЕ возникает при средней степени уверенности субъекта в достоверности знания, полученного из прошлого опыта, состояние НЕДОУМЕНИЕ возникает при малой степени уверенности в достоверности знания, полученного из прошлого опыта, состояние ИЗУМЛЕНИЕ возникает при полной уверенности субъекта в достоверности знания, полученного из прошлого опыта.

Он на такие пустяки не обидится. – Не обидится? – спрашиваю с удивлением. Н.Лесков. Бессстыдник.

Платье Шармера легко и удобно; человек, одетый этим портным, нередко впадает в недоумение, действительно ли он одет. М.Салтыков-Щедрин. Сатиры в прозе.

(Антошка) в одной рубахе гнался за ястребом верст пять по деревням. Народ в изумление пришел, глядя на него. Н.Успенский. Змей.

6) Ментальные состояния неуверенности в истинности знания (СОМНЕНИЕ, КОЛЕБАНИЕ).

Ментальное состояние СОМНЕНИЕ, согласно словарю современного русского литературного языка – это «неуверенность в истинности, возможности чего-либо, отсутствие твердой веры в кого-либо, чего-либо», состояние КОЛЕБАНИЕ есть «нерешительность, сомнение».

Ему одному она доверчиво открыла свою душу, прекрасную даже в колебаниях и слабостях. Все другие знали – думалось ему – только ее костюм и наружность. Ревность же с ее циничными сомнениями, вечно раздраженным самолюбием, с ее мелочностью и грубостью была чужда доверчивой и нежной натуре Боброва. А.Куприн. Малох.

Ментальные состояния СОМНЕНИЕ и КОЛЕБАНИЕ возникают при большой (ощущимые, глубокие, серьезные сомнения, колебания, буря сомнений) или средней степени неуверенности в истинности наличия знания (легкое, минутное, недолгое колебание, небольшие сомнения).

...И память их жива поныне Под бурей тягостных сомнений и страстей, Как островок безвредно средь морей Цветет на влажной их пустыне. *М.Лермонтов, Как часто пестрою толпою окружен...*

7) Ментальные состояния отсутствия знания (НЕЗНАНИЕ, НЕВЕДЕНИЕ).

Ментальные состояния НЕЗНАНИЕ, НЕВЕДЕНИЕ являются состояниями неосведомленности, отсутствие обладания знаниями, информацией адекватной реальной действительности (семема Д1 лексем).

Два человека в этот страшный год, Когда всех занимала смерть одна, Хранили чувство дружбы. Жизнь их, род – Незнания хранила тишина. М.Лермонтов. Чума.

Лиза была и потрясена и обрадована известием – неведение для нее было тяжелее печальной действительности. К.Федин. Необыкновенное лето.

Таким образом, когнитивный классификатор ОЦЕНКА НАЛИЧИЯ/ОТСУТСТВИЯ ЗНАНИЯ И СТЕПЕНИ ЕГО ИСТИННОСТИ осмысливается русским национальным сознанием как неотъемлемая часть сущности ментальных состояний. В соответствии со степенью наличия или отсутствия знания и мерой истинности имеющегося знания этот когнитивный классификатор выявляет ментальные состояния наличия знания (знание, сознание), наличия кванта знания (мысль, идея), сосредоточенности с целью пополнения знания (внимание, интерес, любопытство), уверенности в истинности знания (вера, надежда), интеллектуального потрясения по поводу имеющегося знания (удивление, недоумение, изумление), неуверенности в истинности знания (сомнение, колебание), отсутствия знания (незнание, неведение).

-
1. Борискина О.О. Криптоклассы первостихий как элемент прогностического описания языка // Проблемы лингвистической прогностики. Воронеж, 2000.
 2. Воркачев С.Г. «Первая из всех страстей»: адмиративная оценка и средства ее выражения в испанском языке. Изв. РАН, СЛЯ, №2, 1992.
 3. Гольдберг В.Б. Структурные связи в лексико-семантическом поле языка. Тамбов, 2000.
 4. Кретов А.А. Съедобное и несъедобное или криптоклассы русских существительных // *Linguistica Silesiane*, №14, 1992.

5. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. М., 1988.
6. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2001.
7. Хаустова Э.Д. Когнитивные классификаторы в семантическом пространстве языка (на материале лексико-семантического поля «фрукты и овощи» в русском и английском языках) Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Воронеж, 1999.

Активные процессы в современном русском языке и русское языковое сознание

Г.Е.Шилова

Иноязычная лексика в современной публицистике

Огромная роль в популяризации новых иностранных слов принадлежит СМИ. По данным опроса ВЦИОМ телевидение является основным источником информации для населения нашей страны (82%), на втором месте радио (24%), на третьем – газеты (17%) (Земская, с.10). Это определило выбор материала для исследования. Предметом нашего исследования выступает использование иноязычной лексики в телевидении и радиопублицистике и в газете.

В течение 2001 – 2002 гг. было прослушано 80 ч. телевидения и радиопередач информационного характера, таких как "Процесс", "Времена", "Настоящее время", "Персона грата" и др. Кроме того, проанализированы тексты наиболее авторитетных газет общероссийского и регионального значения, таких как "Известия", "Российская газета", "Парламентская газета", "Коммуна" и др. общей длиной 200.000 словоупотреблений.

В задачи данной работы входило: (1) выделение основных тематических групп иноязычных слов, употребляемых в современной публицистике; (2) выявление наиболее частотных слов в каждой группе; (3) определение источников заимствованных слов и (4) лингвистическая характеристика заимствования.

В результате исследования составлен список заимствованных слов с указанием частотности их употребления в письменной (газеты) и устной (радио и телевидение) речи.

№ п/п	Слово	Кол-во заимствованных слов	
		В языке газеты	В языке радио и телевиде- ния
1	Абсурд	4	2
2	Абонент	12	-
3	Адаптация	4	1
4	Адаптироваться	3	2
5	Адекватный	2	6
6	Администрация	76	1
7	Актуальный	4	1
8	Акционер	67	4
9	Акция (событие)	13	8
10	Акция (ц.б.)	69	2
11	Альтернативный	3	4
12	Альянс	10	8
13	Амбициозный	2	2
14	Амбиция	5	-
15	Аналитик	8	2
16	Аналог	4	2
17	Аналогичный	6	1
18	Ангажированнос- ть	2	-
19	Андерграунд	1	1
20	Аннулировать	1	2
21	Апелляционный	-	4
22	Апелляция	2	1
23	Арбитражный	14	2
24	Аудитор	3	5
25	Аутсайдер	2	1

№ п/п	Слово	Кол-во заимствованных слов	
		В языке газеты	В языке радио и телеви- дения
221	Минимизировать	1	2
222	Миноритарный	3	-
223	Миссия	6	-
224	Мифологема	2	
225	Мобильный	5	3
226	Модель	6	3
227	Модернизация	6	2
228	Модуль	2	2
229	Мониторинг	4	2
230	Монополист	7	-
231	Муниципалитет	1	3
232	Муниципальный	9	6
233	Мэр	9	7
234	Мэрия	8	2
235	Мюзикл	3	-
236	Наркоман	1	2
237	Наркомафия	1	4
238	Наркотик	5	5
239	Негативный	3	-
240	Номинальный	3	1
241	Номинант	2	-
242	Номинация	4	-
243	Ноотропный	2	-
244	Ноу-хай	-	1
245	Овертаймовый	2	-

26	Аферист	3	-
27	Аффилирован- ный	2	-
28	Бакли	3	-
29	Баланс	9	3
30	Бартер	7	1
31	Беспрецедентно	3	-
32	Беспрецедент- ный	-	2
33	Бизнес	36	64
34	Бизнесмен	7	5
35	Блок	17	31
36	Блокировать	9	5
37	Блокпост	2	11
38	Бомж	2	-
39	Бомонд	2	-
40	Брокер	-	1
41	Брокерский	1	-
42	Бюджет	56	55
43	Бюджетный	16	6
44	Вакуум	2	-
45	Ваххабиты		
46	Версия	9	6
47	Визит	11	9
48	Виртуальный	2	4
49	Виртуоз	8	-
50	Вирус	5	2
51	Вирусный	8	1
52	Вице-	26	13
53	Вояж	3	-
54	Гарантирование	2	-
55	Гарантия	2	6
56	Генерировать	7	1
57	Генерирующий	6	2
58	Гепатит	5	-

246	Олигарх	6	2
247	Оппозиционный	4	2
248	Оппозиция	5	7
249	Оппонент	5	6
250	Оптимальный	2	-
251	Ориентир	5	1
252	Офис	13	1
253	Офисный	2	-
254	Оффшорный	2	2
255	Панацея	2	1
256	Парламент	23	7
257	Парламентский	12	9
258	Партнер	6	5
259	Патентованный	2	-
260	Патологический	2	-
261	Патология	2	-
262	Пейджер	2	-
263	Персона	4	4
264	Персона (non grata)	3	
265	Персонал	6	-
266	Персональный	6	-
267	Перспектива	13	7
268	Пертурбации	1	-
269	Пикет	2	1
270	Плей-офф	3	-
271	Позитивный	4	3
272	Полемика	2	3
273	Популистский	1	2
274	Популяция	2	4
275	Потенциальный	3	1
276	Прагматизм	1	2
277	Презентовать	1	
278	Президент	157	98

59	Глобализация	4	1
60	Глобальный	3	4
61	Графоман	-	1
62	Граффити	6	-
63	Граффитчик	4	-
64	Губернатор		
65	Гуманитарный	2	11
66	Гуморальный	3	-
67	Дебаты	2	3
68	Дебютировать	5	-
69	Девальвация	5	5
70	Дезертир	14	2
71	Декларация	22	8
72	Декларировать (ся)	3	0
73	Демаркация	2	
74	Демеркуризация	3	-
75	Демократ	4	4
76	Демократичес- кий	8	5
77	Демократия	6	2
78	Демонстрировать	12	-
79	Департамент	7	2
80	Депрессия	17	1
81	Депутат	85	25
82	Депутатский	7	1
83	Дестабилизация	3	2
84	Дестабилизирова- ть		
85	Детектив	3	1
86	Дефицит	6	7
87	Дефолт	4	6
88	Джихад	2	-
89	Диагноз	4	1
90	Диагностика	3	-
91	Диалог	7	8

279	Президентский	14	11
280	Премьер	7	10
281	Премьер- министр	11	4
282	Препарат	7	-
283	Пресс-атташе	1	1
284	Пресс- конференция	10	1
285	Претендент	11	2
286	Претензия	5	1
287	Прецедент	4	4
288	Приватизация	8	2
289	Приоритет	8	10
290	Провокация	2	2
291	Прогноз	4	7
292	Прогнозировать	2	3
293	Программист	2	-
294	Продюсер	2	-
295	Проект	57	22
296	Профанация	1	3
297	Рамалах	-	3
298	Ратифицировать	2	1
299	Раунд	2	2
300	Реабилитация	3	2
301	Реализация	18	5
302	Реалии	3	1
303	Реанимация	3	2
304	Регион	67	32
305	Региональный	38	8
306	Регистратор	14	1
307	Регламент	2	5
308	Реестр	9	-
309	Резиденция	3	1
310	Резюме	1	1
311	Рейтинг	7	4

92	Диапазон	2	1
93	Диаспора	1	2
94	Диверсия	1	2
95	Дивиденд	2	1
96	Дизайнер	5	4
97	Дилер	2	-
98	Дипломат	3	-
99	Дипломатия	2	3
100	Дискомфорт	2	-
101	Дискуссия	4	9
102	Дискутант	-	7
103	Диспансер	1	1
104	Диссертация	3	-
105	Дистанционный	5	1
106	Дистрибутор	-	1
107	Доминировать	2	1
108	Зомби	1	-
109	Зомбировать	-	2
110	Зона	2	5
111	Имидж	3	1
112	Иммунитет	6	-
113	Импорт	6	7
114	Импортер	3	2
115	Импортный	6	-
116	Импульс	3	1
117	Инаугурация	-	3
118	Инвестиционный	14	-
119	Инвестиция	16	11
120	Инвестор	11	5
121	Ингредиенты	3	-
122	Индексация	5	1
123	Инициатива	12	
124	Инициировать	2	2

312	Реконструкция	6	-
313	Рентабельность	2	-
314	Репутация	2	1
315	Респондент	-	3
316	Реставрация	4	4
317	Реструктуризация	10	3
318	Референдум	9	-
319	Рефлексия	1	
320	Реформа	16	25
321	Роуминг	1	-
322	Сайентолог	-	-
323	Сайт	6	6
324	Саммит	1	6
325	Саспенс	1	-
326	Саундтрек	1	-
327	Сектор	14	1
328	Сенат	4	1
329	Сенатор	14	-
330	Сенсационный	3	3
331	Сенсация	12	2
332	Сепсис	2	-
333	Сервис	4	-
334	Сервисный	3	-
335	Сериал	-	3
336	Сертифицировать	29	-
337	Синдром	1	2
338	Ситуация	23	31
339	Снайпер	1	2
340	Спикер	7	5
341	Спонсор	4	4
342	Стабильность	15	17
343	Стабильный	13	4
344	Стандарт	10	6

125	Инновационный	2	-
126	Инстанция	5	2
127	Интеграция	3	3
128	Интернет	7	8
129	Интерфакс	4	2
130	Интифада	2	-
131	Интуиция	4	2
132	Инфляция	3	7
133	Инфраструктура	11	6
134	Инцидент	5	2
135	Истеблишмент	1	-
136	Кампания		6
137	Камуфляж	1	-
138	Карт-бланш	1	-
139	Кассационный	4	2
140	Катализм	5	-
141	Катастрофа	10	4
142	Категория	8	3
143	Квалифицированный	10	11
144	Кворум	17	-
145	Киллер	1	-
146	Клиент	16	-
147	Клинический	2	1
148	Клонирование	6	12
149	Коалиция	6	6
150	Кодекс	16	13
151	Колледж	28	1
152	Колоссальный	3	2
153	Комментарий	10	8
154	Комментировать	10	10
155	Коммерсант	4	1
156	Коммерческий	21	3
157	Компенсация	7	5

345	Статус (-кво)	22	16
346	Стратегический	14	14
347	Субмарина	2	-
348	Субсидия	6	3
349	Субстанция	3	-
350	Суррогат	1	-
351	Суррогатный	2	1
352	Сфера	12	1
353	Талиб	4	1
354	Тариф	10	5
355	Тарифный	9	4
356	Тенденция	7	5
357	Тендер	2	3
358	Терминал	4	-
359	Террор	17	16
360	Тerrorизм	30	23
361	Террорист	32	26
362	Террористический	13	10
363	Толлинг	1	-
364	Толлинговый	3	-
365	Топ-	11	-
366	Топ-десятка	2	-
367	Топ-менеджмент	1	-
368	Топ-менеджер	3	-
369	Топ-модель	2	-
370	Топ-шоу	3	-
371	Тоталитарный	2	1
372	Традиционный	9	1
373	Трансфер-агент	9	-
374	Трансформировать	2	-
375	Трек	2	-
376	Тривиальный	2	3
377	Триллер	2	-

158	Компетенция	2	4
159	Комплекс	22	3
160	Компонент	2	2
161	Компромисс	5	22
162	Компьютер	14	8
163	Конгломерат	1	2
164	Конкурент	5	1
165	Конкурентный	9	-
166	Конкуренция	9	7
167	Консенсус	3	7
168	Консолидация	2	-
169	Консолидировать (ся)	-	4
170	Консорциум	4	1
171	Констатировать	2	-
172	Консультационный	2	2
173	Консультация	5	11
174	Контрабанда	4	1
175	Конфессия	1	3
176	Конфиденциальный	1	
177	Конфликт	29	19
178	Концентрировать	5	-
179	Концепция	13	20
180	Конъюнктура	4	3
181	Корпоративный	8	4
182	Корректировать	4	-
183	Корректный	2	1
184	Коррупция	3	11
185	Кредит	10	7
186	Кредитный	9	-
187	Кредитор	5	2
188	Кредо	-	2
189	Кризис	13	12

378	Турникет	2	-
379	Турнир	5	2
380	Уик-энд (week-end)	5	-
381	Универсальный	5	-
382	Уникальный	23	4
383	Унифицировать	-	1
384	Утилизация	7	-
385	Факс	24	-
386	Факт	15	1
387	Фактор	4	2
388	Факторинг	2	-
389	Федеральный	13	23
390	Феномен	3	1
391	Ферма	7	-
392	Фермер	7	4
393	Филиал	40	1
394	Фирма	5	1
395	Фитнес	3	-
396	Фобия	2	-
397	Фолиант	2	-
398	Фонд	21	13
399	Фондирование	2	
400	Форум	15	5
401	Фракция	4	9
402	Функционировать	4	1
403	Фьючерс	1	-
404	Хакер	-	1
405	Харизма	1	-
406	Хит	5	-
407	Холдинг	3	-
408	Хоппер	1	-
409	Хоспис		

190	Криминал	6	4
191	Криминальный	6	4
192	Криминогенный	3	3
193	Лапидарный	-	2
194	Легализация	-	3
195	Легитимность	3	2
196	Легитимный	1	2
197	Лидер	48	28
198	Лизинг	9	-
199	Лизинговый	1	2
200	Ликвидация	6	8
201	Лимит	2	1
202	Линзы	9	-
203	Лицензия	12	8
204	Лоббировать	2	4
205	Логистика	1	-
206	Логистический	2	-
207	Локальный	1	2
208	Льгота	12	12
209	Мажоритарный		22
210	Манера	2	-
211	Марафон	2	-
212	Маркетинговый	-	-
213	Мародер	2	-
214	Мафия	5	2
215	Менеджер	11	7
216	Менеджмент	7	4
217	Менталитет	3	1
218	Ментальность	2	1
219	Метаболитный	4	-
220	Метаболиты	3	-

410	Хэдхантер	13	-
411	Хэппи-энд	-	1
412	Церемония	5	4
413	Цивилизация	2	-
414	Цивилизованный	1	4
415	Циклодром	2	-
416	Шедевр	3	-
417	Шеф	6	-
418	Шок	3	2
419	Шоу	9	-
420	Шоу-бизнес	1	-
421	Эволюция	2	3
422	Эвтаназия		
423	Экологический	16	3
424	Экология		
425	Эксклюзив	2	-
426	Эксклюзивный	1	-
427	Экспансия	2	-
428	Эксперимент	3	1
429	Эксперимента- тор	1	3
430	Эксперт	10	11
431	Экспертиза	6	1
432	Экспорт	14	13
433	Экстремист	3	1
434	Эксцесс	2	-
435	Элита	11	4
436	Элитный	6	-
437	Эрудит	-	2
438	Эстетика	3	-
439	Эффект	4	2
440	Эффективность	7	14

Подавляющее большинство иноязычных слов заимствовано из английского языка.

Основными тематическими группами заимствованных слов являются следующие:

1) *экономика и финансы*: акционер, акция, аудитор, спонсор, тендер, инвестиция, инвестор, менеджер, бартер, менеджмент, бизнес, бизнесмен, индексация, лизинг, бюджет, утилизация, тариф, тарифный, субсидия, ферма, фермер, импорт, экспорт, кредит, кредитор, трансфер-агент, корпоративный, компенсация, конкуренция, топ-менеджер (менеджмент, модель), коммерческий, фирма, офшорный, сертифицировать, баланс, девальвация, монополист, приватизация и др.;

2) *политика*: альтернативный, альянс, спикер, лоббировать, блок, визит, декларация, департамент, демократия, депутат, вице-президент (премьер, спикер), глобальный, глобализация, диалог, инцидент, коалиция, консенсус, саммит, миссия, кворум, мажоритарный, мэр, мэрия, олигарх, рейтинг, парламент, парламентский, оппонент, оппозиция, сенатор, церемония, стратегический, претендент, приоритет, регион, региональный, элита, фракция, статус, референдум, легитимность, мониторинг, муниципалитет, муниципальный и др.;

3) *культура и быт*: виртуоз, граффити, граффитчик, дизайнер, шоу, топ-шоу, колледж, мюзикл, уик-энд (week-end), продюссер, триллер, турне, эрудит, сериал, тривиальный и др.

4) *техника и информатика*: интернет, факс, интерфакс, дистанционный, компьютер, пейджер, сайт, мобильный и др.;

5) *медицина*: диагноз, иммунитет, вирус, вирусный, гепатит, гуморальный, панацея, реанимация, фобия, метаболиты, метаболитный, инфекция, синдром и др.;

6) *спорт*: плей-офф, трек, саундтрек, турнир, снайпер, овертаймовый, фитнес, циклодром и др.;

7) *криминально-правоохранительная сфера*: интерпол, криминал, криминальный, наркотик, наркомафия, наркоман, наркобизнес, мародер, террортакт, терроризм, террорист, террористический, бандит, контрабанда, коррупция, мафия и др.

Таковы основные смысловые группы используемой в современной публицистике иноязычной лексики.

Наблюдения над употреблением иноязычной лексики в современном русском языке позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время в современной русской публицистической речи еще продолжается активизация иноязычных слов – процесс, который наметился в конце XX века.

Активизация затрагивает иноязычную лексику трех основных типов:

1. Неологизмы.

Активно пополняются новыми словами все выше перечисленные тематические группы:

<i>толлинг</i>	(англ. простая форма производства и сбыта);
<i>хэдхантэр</i>	(англ. <i>head hunter</i> , охотники за головами);
<i>ноу-хэу</i>	(англ. <i>know how</i> , технические сведения, имеющие промышленную или коммерческую ценность);
<i>аутсайдер</i>	(англ. <i>out sider</i> , предприятие, не входящее в монополистическое объединение);
<i>граффити</i>	(ит. <i>graffito</i> , надпись или рисунок, выцарапанный на стене);
<i>плей-офф</i>	(англ. <i>play off</i> , повторная игра после ничьей);
<i>овертайм</i>	(англ. <i>over time</i> , добавочное время в футболе, хоккее);
<i>трек</i>	(англ. <i>trach</i> , место для велосипедных гонок);
<i>виртуальный</i>	(ср.-лат. <i>virtualis</i> , возможный при определенных условиях);
<i>зомбировать</i>	(от зомби, англ.>афр., делать из человека зомби, т.е. существо, которое слепо подчиняется воле других людей);
<i>римейк, ремейк</i>	(англ. <i>remake</i> , новая версия ранее снятого фильма).

2. Лексемы из пассивного фонда языка.

Наблюдается расширение сфер использования специальной иноязычной терминологии, относящейся к тематическим группам "экономика", "политика" и некоторым другим. Это обусловлено социально – экономическими процессами. Термины, ввиду актуальности явлений, которые они обозначают, выходят за пределы профессионального употребления и широко используются СМИ: *брокер, аудитор, бартер, маркетинговый, инвестиция, инвестор, референдум, саммит, топ, мобильный, имидж, аудитор, дилер, консенсус* и многочисленные их производные.

Активно употребляются слова, которые ранее обозначали инокультурные явления: *колледж, мэр, муниципальный, офис, мафия, бизнес, бизнесмен, коррупция, парламент, инаугурация* и т.п.

Происходит возвращение в активное употребление иноязычных слов, ранее использовавшихся в языке. При этом лексические историзмы являются наименованиями новых реалий: *биржа, фракция, банкрот, коммерческий, коммерция, губернатор* и т.п.

3.Старые заимствования.

Активизируются давно заимствованные слова: *категория, компетенция, концепция, менталитет, дискуссия, дебаты, адаптация, агрессор* и др.

Таким образом, процесс активизации употребления в русском языке иноязычной лексики продолжается, однако нужно отметить тенденцию к его замедлению в связи с социально-экономической стабилизацией в стране. По-видимому, основные предметные сферы новой российской жизни уже получили наименования, что постепенно приведет к стабилизации использования иноязычной лексики в русском языке и замедлению темпов прироста заимствованной лексики. Описание данного процесса заслуживает специального изучения.

1. Земская Е.А. Введение. Исходные положения исследования // Русский язык конца XX столетия (1985-95). М., 2000. – 480 с.

3. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной жизни // Русский язык конца XX столетия (1985-95) М., 2000. – 480 с.

3. Стернин И.А. Что происходит с русским языком? Туапсе, 2000. – 72 с.

Г.Ю.Юмашева

Основные стилистические парадигмы современного русского языка (на материале имен существительных)

В данной статье нами рассматривается проблема стилистической дифференциации лексики в синонимических рядах русского языка на материале имен существительных.

Анализ современных словарей синонимов позволил выделить 696 синонимических рядов имен существительных, в которых зафиксировано 4368 слов и оборотов различных стилистических разрядов. Анализ стилистической принадлежности единиц выделенных рядов (межстилевое, разговорное, жаргонное, просторечное, грубо-просторечное, книжное, высокое, народно-поэтическое, официально-

деловое, специальное, устарелое), показал следующее¹.

В синонимических рядах русского языка выделяются определенные стилистические парадигмы².

1. Стилистические парадигмы, состоящие из 2-х компонентов

Межстилевое – устарелое (130) : деспот, самодур - разг. самоуправец

Межстилевое – разговорное (79) : интриган - склонник

Межстилевое – просторечное (51) : скамья, скамейка - лавка, лавочка

Межстилевое – книжное (35) : рукопись - манускрипт

Разговорное – просторечное (19) : крикунья - крикуха, крикуша

Межстилевое – высокое (8) : основоположник, основатель, зачинатель, родоначальник - отец, патриарх

Разговорное – устарелое (8) : пошляк - пошлец

Межстилевое – народно-поэтическое (4) : лисица, лиса - Лиса Патрикеевна

Межстилевое – специальное (3) : прихожане - церк. паства

2. Стилистические парадигмы, состоящие из 3-х компонентов

Межстилевое – разговорное – просторечное (31) : кочан - вилок - кочень

Межстилевое – разговорное – устарелое (31) : потворщик - потатчик, потакатель - баловник, потаковщик, повадчик

Межстилевое – жаргон – устарелое (17) : ювелир - угол. золотарь - золотых дел мастер, златокузнец

Межстилевое – просторечное – устарелое (17) : знахарка - бабка - ворожея

Межстилевое – разговорное – жаргон (14) : картофель - картошка - мол.шутл. картофан, картохин, оффен. шутл. труниуша

1. Учитывая ограниченные рамки статьи, примеры единичных стилистических парадигм нам не приводятся.

2. Пометы, характеризующие анализируемые слова и обороты, указывают на сферу функционирования данного слова, а также его эмоциональную окраску. Пометы, характеризующие жаргон, дают представление о сфере его употребления, напр. *жрг* – жаргонизированная разговорная речь, *авто* – из речи автомобилистов, *мол.* – из общемолодежного жаргона, *муз.* – из речи музыкантов, *оффен.* – из речи оценок, *дигг.* – из речи диггеров.

Межстилевое – жаргон – просторечное (13) : брат - *жрг.*
братаん, *оффен.* сбраныга - братан, брательник

Межстилевое - книжное - устарелое (10) : божество - фетиш
- идол

Межстилевое – разговорное – книжное (6) : книга, том -
книшка - фолиант

Разговорное – просторечное – устарелое (6) : штаны - портки-
панталоны

Межстилевое – народно-поэтическое – устарелое (4): земледелец,
землешац, хлебопашец, пахарь, хлебороб - *устар.* оратай, ратай
- плугарь, землероб

Межстилевое - высокое – устарелое (4): поэт - *и трад-поэт.*
певец, бард, питомец (любимец) муз, кифарет, *обо всех* Парнас

Межстилевое – специальное – устарелое (3): отшельник,
затворник - *церк.* схимник - пустынник, *книжн.* анахорет,
пустынножитель

Разговорное – жаргон – просторечное (2): разиня, ротозей,
ворона - *мол.пренебр.* лохер - губошлеп, раззява, растрепа,
тетеря, тюха, голова содовая

Межстилевое – книжное – высокое (2): соблазнительница,
сограничительница - сирена, цирцея - искусствительница,
обольстительница

Межстилевое – жаргон – грубо-просторечное (2): сутенер -
угол. субчик, ханж, зухер, зуктер, *мол.* зигтер, зиктер, зихтер -
кот

3. Стилистические парадигмы, состоящие из 4-х компонентов

Межстилевое – разговорное – просторечное – устарелое (16):
столовая - *мол.* хава, *жрг.* ирон. *пренебр.* тошниловка, *мол.шутл.*
кишкодром, *жрг.* *пренебр.* обжорка - столовка - *прост.* харчевня

Межстилевое – разговорное – жаргон – устарелое (13): врач,
доктор, медик - *плохой* коновал, *шутл.айболит* - *жрг.* *шутл.*
скальпель, *угол.ирон.* спиногрыз, *мол.пинцет*, *мол.шутл.* халат -
лекарь, *шутл.* эскулап

Межстилевое – жаргон – просторечное – устарелое (13): руль -
авто., *шутл.* руль, рулемо, авто, *жрг.* баранка - баранка - *трад-поэт.* кормило

Межстилевое – разговорное – жаргон – просторечное (7): ограда,
забор, изгородь, ограждение - загородка, городьба - *угол.* заплот
- загорода, огорожа

Межстилевое – разговорное – просторечное – книжное (4):
труженик - работяга - трудяга - трудолюб, трудолюбец

Межстилевое – разговорное – книжное – устарелое (4):
клеветник, очернитель - кляузник, шептун - инсинuator - наветчик

Межстилевое – разговорное – просторечное – народно-поэтическое (3): сирота - сиротина - безотцовщина - сиротинушка

Разговорное – жаргон – просторечное – устарелое (3): ловкач, проныра, вьюн, махинатор, пролаза, пройдоха, палец в рот не клади - *жерг.шутл-ирон.* электровеник - пройда, хлюст, шаромыжник, шаромыга, прохиндей, жох, жук, штукарь, ходок, химик, ухо-парень, гусь лапчатый, жучок, ловчила, доставала - *разг.* протобесия, продувная бестия, (пр)тонкая штука, стрекулист, *прост.* стрекулятник

Межстилевое – книжное – высокое – устарелое (3): великан, гигант - голиаф - исполин, титан, колосс - гренадер

Межстилевое – жаргон – просторечное – книжное (2) : немец - *мол.граждане ФРГ* боши, *жерг.угол.шутл-ирон.устар.житель ГДР* дедерон, угол. сасос - германец - тевтон

Межстилевое – разговорное – жаргон – народно-поэтическое (2): виселица - два столба с перекладиной - угол. шибинница, неле - два высоких столбика, перекладинка кленовая, еще петелька шелковая; два столба дубовые, да петелька шелковая

Межстилевое – жаргон – просторечное – высокое (2): рука - *мол.шутл-ирон.* коряга, сучок, *мол.шутл.* тяпка, черпалка, *мол.шутл.мн.* цыпки, *мол.* хапша, *жерг.шутл.* шершавка, *жерг.шутл.ирон.* обмылок, *оfen.* хирыга - о кисти лапа, пятерня - *уст.длань, трад-поэт.* десница, шуйца

Межстилевое – разговорное – высокое – устарелое (2): воин, боец, солдат - *ирон.* вояка - ратник, ратоборец, сын Марса, витязь

Межстилевое – высокое – специальное – устарелое (2): знамя - стяг - *воен.* штандарт - хоругвь

4. Стилистические парадигмы, состоящие из 5-ти компонентов

Межстилевое – разговорное – жаргон – просторечное – устарелое (13) : кинотеатр - кино - угол.жерг.пренебр. сарай - киношка - кинематограф, синематограф, иллюзион

Межстилевое – разговорное – просторечное – народно-поэтическое – устарелое (5): красавица - раскрасавица, писаная красавица, красотка, куколка, венера - краля - краса ненагладная - прелестница, очаровательница

Межстилевое – жаргон – просторечное – грубо-просторечное – устарелое (2): любовник, сожитель - мол. кадревич, лавер, жерг.угол. кот, мол.шутл. хавер - полюбовник - хахаль - фаворит

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное – книжное (3) : льстец, низкопоклонник, угодник, подхалим - лиса, лисица, подлиза - угол.неодобр. лошило, мол.неодобр. подлипок, полипало - лизун, подлиза - Молчалин - ласкатель

Межстилевое – разговорное – просторечное – грубо-просторечное –устарелое (3): простак - простофиля, наивняк - колпак, простяга, простяк - разг. простота, аким-простота

Межстилевое – разговорное – просторечное – книжное – устарелое (2) : дьявол, сатана, черт, бес, демон - лукавый - чертяка, анчутка - мефистофель, враг рода человеческого, князь (или дух) тьмы - враг, нечистая сила, прост. окаянный, черный, нечистый, злой (или нечистый) дух, шутл. черная сила

Межстилевое – разговорное – жаргон – просторечное – народно-поэтическое (2) : корова - коровенка, буренка - угол.шутл. кринка, угол.ревуха - рогатка, пеструха - коровушка

5. Стилистические парадигмы, состоящие из 6-ти компонентов

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное – грубо-просторечное – устарелое (6): мальчик - мальчишка, мальчуган, мальчонка, парнишка, паренек - шутл.суслик - малец, пацан, мальчонок, хлопец, хлопчик - оголец, шпингалет, шкет - отрок

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное - книжное – устарелое (5): уборная, туалет - шутл.скворечник, удобства - мол.ватер, дабл, мол.шутл.бундесрат, студ.шутл.ирон. деканат, угол.хезник, жерг. параша, толчок, угол.мол.шутл. трест, мол.шутл.таймыр, шк.шутл.ирон. КПД, жерг.шутл. западня - нужник, отхожее место, сортир - мужская (или дамская) комната - клозет, ватерклозет, нужный чулан, ретирада, разг.шутл. кабинет задумчивости, куда царь пешком ходит

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное – народно-поэтическое – устарелое (4): отец - папа - угол.фетер, корынец,

жрр.шутл. папахен, мол.папик, патер, хан, батон, угол.мол. пахан, мол.шутл. батинок (ботинок) - папаня, , папка, батя, татька, тятя, тятька, тятечка - родимый, батюшка - родитель, разг. папенька, папаша

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное - высокое – устарелое (2):

больной - шутл. болящий, \в знач. сказ. плох (совсем), смотрит в могилу (или гроб) - мол.шутл-ирон.здыхот, ирон. медицин. \беспомощный больной овощ - хворый\ о безнадежно больном стоит одной ногой в могиле (или в гробу), стоит на краю могилы, не жилец (на этом свете), смотрит (или глядит) в гроб (или в могилу), еле (или чуть)дышит, много не надышит, недолго надышит - дни сочтены кого, чьи - скорбный чем, недужный, недужливый

Межстилевое – разговорное – просторечное - высокое – официально-деловое – устарелое (1)

подарок - уст, теперь шутл.презент - гостище - и офиц дар - и высокое дар - приношение, преподношение, подношение, поднесение, прост подаренье

Межстилевое – разговорное – просторечное - книжное – народно-поэтическое – устарелое (1): злока - язва, ехидна о женичине ведьма, злючка, змея - ехида, ехидна о мужчине злыдень, о женичине злыдня, чертова перечница змея подколодная, о старой баба-яга, яга - о женичине мегера, фурия, гарпия - змея подколодная - прост. змей - злец

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное - книжное – народно-поэтическое (1):

лошадь, конь - крестьян. савраска, саврас, сивка. сивко, (плохая) кляча, лошаденка, одер - угол. ступка, копыто - коняга, коняшка - ирон. буцефал, росинант - сивка-бурка, борзый конь, прост. лошадушка

Межстилевое – разговорное – книжное – высокое - специальное – устарелое (1):

бог, творец, божество, верховное существо, создатель, господь (бог) - ласк.или ирон. Боженька - небожитель - всевышний, всемогущий, вседержитель - церк. царь (или отец) небесный, предвечный - высок. вышний

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное - книжное – специальное (1):

священник, батюшка, священнослужитель - пренебр. поп - угол.ирон, мукосей, угол. водолаз - батя, батька - служитель алтаря - церк. служитель божий, пастырь духовный

Межстилевое – жаргон - просторечное – грубо-просторечное – книжное – устарелое (1):

проститутка, женщина (или девица) легкого (или вольного) поведения, продажная (или публичная, уличная) женщина (или девка) - угол.жрг.пренебр. шалава, угол.мол.пренебр. шмара, мол. простит. валютная шубка, угол.шутл.красивая баядерка, жрг.шутл.ирон. безотказка, , мол.\блондинка барби, угол.презр.камбала, угол.\красивая камелия, гом.мол.шутл.ирон институтка, мол.жрг.валютная интердевочка, мол.интерща, стритен-герл, угол.краля, флика, калле, жрг.шутл.-ирон.фея, угол.мол.шутл.ирон, малолетняя фисташка, мол.шутл.ирон форточка, угол.пренебр.урна, мол.шутл.ирон. факуха, жрг.шутл.-ирон. труженица, жрг.ирон.сыроежка, мол.телка, арм.синди, мол.шутл.ирон. раскладушка, мол.пренебр.клизма, жрг.путана - трепушка - потаскуха, потаскунка, потаскунья шлюха - магдалина, гетера, армида, жрица любви - блудница, падшая (или потерянная) женщина, разг. панельная девица, прост. девка, гулящая, гулящая (или непотребная девка, охотная баба

Межстилевое – жаргон - просторечное – высокое – народно-поэтическое – устарелое (1):

враг, противник - угол.лашла - и устар. супротивник - супостат - недруг, ворог - недоброжелатель - и прост.супротивник, не на войне зложелатель, недоброхот, злопыхатель, ненавистник

6. Стилистические парадигмы, состоящие из 7-ми компонентов

Межстилевое – разговорное – жаргон – просторечное – грубо-просторечное – книжное – устарелое (1)

женщина, дама - \ и детск. тетя, тетенька - угол. иша, чувиха, угол.пренебр. некрасивая чувырла, угол.мол.пренебр. хмара, жрг. неодобр.неопрятная халда, жрг.пренебр. неаккуратная, неповоротливая, полная фефёла, мол.шутл. фрикаделька, угол.мол. шутл. фря, мол.шутл.ирон. факуха, мол.шутл. факуша, факушница, мол. шутл.-ирон. или пренебр. туловище - баба, тетка, дамочка, пренебр. бабенка, мн. собир. бабье - бабец - шутл. дочь Евы, неодобр.ирон. особа - жена

Межстилевое – разговорное – жаргон – просторечное – книжное – высокое – устарелое (1)

старик - старый, дед, дедушка, ласк. дедуля, пренебр. старикан, старикашка, старишишка, старый гриб, старый песочник, старая

песочница, старая калоша, *шутл.* старичина, *в обращении*: старина, ласк. старинушка, *пренебр.* старье, старичье - угол.шутл.ирон. струня, угол ирик, карымец, жрг. базыга, жсрр.шутл.-ирон. очень старый человек бессмертник - дедка, дедок, *пренебр.* (старый) хрыч, старый хрен, *об* очень дряхлом развалина, *в обращении* борода - *пренебр.* руина - старец - *в обращении* старче

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное – высокое – народно-поэтическое – устарелое (1)

мать - мама - угол. корывка, мол. мазер, ханочка, маман, мол.угол. мамахен, мол. о чужой мамашка, мол. мамик, оfen. масья - маманя, матка, мамка - устар *мать* - родимая - родительница, матушка, разг. маменька, мамаша

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное – грубо-просторечное – книжное – специальное (1)

испражнения, кал - и детск какашки - дигг. окаменевшие, копралит, мол. шлак - добро - дермо - экскременты, фекалии - стул

Межстилевое – разговорное – жаргон - просторечное – грубо-просторечное – высокое – устарелое (1)

Беременная, в интересном положении, *в знач.* сказ. *шутл.* с прибылью - угол. пашеш - тяжелая, пузатая, на сносях, *в знач.* сказ. с животом, на развале - *в знач.* сказ. с накатом, с начинкой, со свежей икрой, брюхо на нос полезло *у кого* - носит ребенка под сердцем - чреватая, грузная, непраздная, *прост.* брюхатая, в тягости

Количество единиц определенных стилистических разрядов, встретившихся в 696 проанализированных рядах, распределяется следующим образом:

Наименования стилистических разрядов	Количество заполненных стилистических "ячеек"	Количество незаполненных стилистических "ячеек"	Количество зафиксированных слов и оборотов
Межстилевое	644	52	1025
Разговорное	339	357	793
Устарелое	358	338	739
Жаргон	155	541	733
Просторечное	270	426	683
Книжное	106	590	167
Высокое	41	655	68
Грубо-просторечное	28	668	66
Народно-поэтическое	47	649	63

Специальное	16	680	246
Официально-деловое	5	691	7
Всего	2009	5647	4368

Общее количество стилистических "ячеек" в анализируемых стилистических разрядов – 7656, заполнено из них – 2009, свободно – 5647.

Исследование выделенных стилистических парадигм показывает, что можно говорить о стилистических лакунах, т.е. отсутствии в синонимических рядах единиц определенной стилистической принадлежности

Как показывают статистические данные, стилистическая система имен существительных русского языка заполнена на 26,24%, следовательно, степень лакунарности составляет 73,76%

Видимо, обозначение явлений данными стилистическими средствами оказывается не нужным номинативной системе русского языка, что само по себе требует дополнительного исследования и объяснения.

Проанализированные нами словарные материалы фиксируют состояние синонимической системы русского языка начала 70-ых г.г. прошлого века. Представляет интерес динамика стилистического развития синонимических рядов с точки зрения современной языковой ситуации.

«Словарь синонимов русского языка» под редакцией З.Е.Александровой (1989 г.) в интересующих нас синонимических рядах имен существительных выделяет группу слов (98 единиц), маркированную пометой «новое». Лексические единицы этой группы, как правило, обозначают слова, возникшие в разговорной и просторечной лексике.

Дальнейшая «стилистическая» судьба данных слов неодинакова.

1. *Слова, утратившие оттенок новизны и прочно закрепившиеся в разговорном и просторечном пластах:*

дебил (дурак), дохляк (заморыш), доставала (ловкач), жестянка (автомобиль), жук, жучок (ловкач), кафеюшка, кафушка (кафе), закусь (закуска), калымщик (левак), задохлик (заморыш), ловчила (ловкач), общага (общежитие), шабашник (левак), слабак (заморыш), стопарь (стопка), шоферня (шофера), показушник (очковтиратель), рэ (рубль) и др.

2. *Слова, возникшие в разговорных и просторечных пластиах, но затем поменявшие свою стилистическую окраску:*

босс (начальник) нов.разговорное – межстилевое, велик (велосипед) нов.просторечное – разговорное, киношник

(кинематографист) **нов.просторечное – разговорное, конъюктурщик** (приспособленец) **нов.разговорное – межстилевое, сачок** (ловкач, лентяй) **нов.просторечное – разговорное, хохмач** (остряк) **нов.просторечное –разговорное, столовка** (столовая) **нов.просторечное – разговорное, читалка** (читальный зал) **нов.просторечное – разговорное, телик** (телевизор) **нов.просторечное-разговорное**.

3. Слова, по различным причинам перешедшие в пассивную лексику:

авоська (сумка) **нов.разговорное** /заменена лексемой «пакет», но не в значении «кулек, сверток», а с актуализацией нового значения «сумка из полимерных материалов»;

диск (грампластиинка) **новое** /употребляется как синоним новой лексемы «компакт-диск», обозначающий переносной носитель информации, на котором записана музыкальная информация в цифровом виде, считывающаяся лазерным лучом;

фарцовщик, фарца (спекулянт) **нов.просторечное/данное** слово можно считать вышедшим из употребления

Отдельные лексические единицы, зафиксированные в « Словаре синонимов русского языка» под редакцией Александровой З.Е. как просторечные варианты : **багажник** (зад) **нов.просторечное, лабух** (музыкант) **нов. просторечное, путана** (проститутка) **новое, темнила** (обманщик) **нов.просторечное**, в «Большом словаре русского жаргона» под редакцией Мокиенко В.М., Никитиной Т.Г. с пометой «жаргонизированная разговорная речь», что подчеркивает подвижную границу между жаргонной и просторечной лексикой.

Таким образом, стилистические парадигмы в современном русском языке находятся в постоянном движении и развитии. Для современного русского языкового сознания характерна тенденция к количественному расширению стилистических парадигм «вниз», в сторону сниженной лексики, что отражает процессы орализации общения, характерные для современного состояния русского языка.

Русское языковое сознание содержит многочисленные стилистические лакуны. Высокая стилистическая лакунарность является, по-видимому, характерной чертой стилистической системы современного русского языка.

1. Словарь синонимов русского языка. В двух томах. / Под ред. З.Е.Александровой Л.:1970,1971.

2. Словарь синонимов русского языка / Под ред. Александровой 3. Е.-М.: Русский язык. - 1989.

3. Большой словарь русского жаргона. /Под ред. В.М Мокиенко, Т.Г Никитиной. С.-Петербург, 2000.

Г.В.Киселева

Аббревиатуры в зеркале времени

XX век и особенно его вторую половину называют аббревиатурным взрывом, аббревиатурным бумом, веком аббревиаций. Аббревиация как способ словообразования отпраздновала свой столетний юбилей. Прожив относительно недолгую, но яркую, насыщенную событиями и переменами жизнь, она сформировалась как деривационное средство, актуальное для современной языковой эпохи.

Наблюдения за употреблением аббревиатур различного типа в современных средствах массовой информации позволяют говорить о некоторых тенденциях их образования и функционирования на рубеже XX - XXI веков.

Употребление слого-словных аббревиатур в языке газет характеризуется сокращением числа слоговых компонентов, но высокой их регулярностью и частотностью. В качестве регулярных выступают компоненты, актуальные для современного социума, являющиеся ключевыми в данный период общественного развития: *гос-, евро-, нарко-, поп-, порно-*. Проиллюстрируем широкие деривационные связи компонентов: *порно* (*бизнес, газета, дива, делец, дублер, журнал, звезда, магазин, модель, продукция, фестиваль, фильм*); *нарко-* (*барон, бизнес, группировка, делец, дилер, капитал, курьер, мафия*); *поп-* (*агентство, концерт, леди, сингл, символ*) (подробнее см. Стернин 1997, с. 35). Приведенные компоненты служат деривационной базой и для суффиксальных номинаций (*попса, попситник, попсовый; порнуха, порнушка; наркоша*). Высокая словообразовательная активность названных формантов в современных СМИ оказалась замеченной лексикографами, и компоненты *нарко-, поп-, порно-* включены в последние выпуски толковых словарей русского языка.

Открытость современного российского общества, развитие международных контактов вызвали активизацию слогового форманта *евро-*. В русском языке 80-х компонент *евр* отмечен лишь в составе

географического термина *Евразия* и созданной по принципу телескопии аббревиатуры *Евровидение* (европейское телевидение). В современном мире газет встречается обилие новообразований с компонентом *евро*-: *Евросоюз*, *Евросаммит*, *европарламент*, *евробанк*, *евроконференция*, *еврокоммунизм*; они проникают и в устную речь: *еврокубок*, *еврокачество*, *евроремонт*, *евросервис*, *евросалон*, *евростандарт*, *евровагонка*, *евроремонт* и др. С введением новой евровалюты формант *евро* начал и самостоятельную жизнь в качестве названия этой валюты.

Можно говорить также и об активизации слогоового компонента *гос-*. Сама модель образования слого-словных аббревиатур с *гос-* не является новой. Во втором выпуске Словаря сокращений русского языка представлено около ста наименований, образованных по этой модели, однако почти все они, за небольшим исключением, являются именами собственными – официальными наименованиями различных госучреждений (Алексеев и др. 1977). Принадлежность подобных аббревиатур к номенклатурной терминологии резко ограничивала область их функционирования. Современная языковая ситуация такова, что аббревиатуры с компонентом *гос-* как нарицательные словесные единицы расширили сферу употребления, вышли за рамки официальной терминологии и широко встречаются как в СМИ, так и в устной речи: *госаттестация*, *госаккредитация*, *госстандарт*, *госаппарат*, *Госдума*, *госдепартамент*, *госпошлина*, *госсимвол*, *госагрофирма* и даже *госчиновник* (сема «государственный» уже входит в семный состав лексемы *чиновник* – государственный служащий). Как представляется, активизация форманта *гос-* вызвана также необходимостью маркировать принадлежность реалии к государственным структурам, в отличие от негосударственных, частных: *госассоциация*, *госклад*, *госбанк*, *госакция*, *госорганизация*, *госпредприятие*, *госсобственность*, *госучреждение*, *госучредитель*, *госкапитал*, *госпакет акций*, *госкорпорация*, *гостелерадиокомпания*, и даже *госСМИ* – новация последних месяцев.

Характерной чертой языка современности является реаббревиация. Можно выделить два различных типа вторичных сокращенных номинаций. В первом случае происходит вторичная инициальная аббревиация при уже существующей в языке слого-словной, что приводит к вариативному употреблению сокращений в современных газетах: телевидение – ТВ, генштаб – ГШ, Госдума – ГД, госбезопасность – ГБ, центробанк – ЦБ, Евросоюз – ЕС, Минобороны – МО, подлодка – ПЛ (чаще АПЛ). Очевидно, массовые случаи

реаббревиации подобного типа позволяют говорить о наибольшей продуктивности на рубеже веков именно инициальной аббревиации.

Во втором случае новое расчлененное наименование заменяют аббревиатурой, которая уже известна носителям языка как сокращение другого терминологического сочетания. Возникает омонимия аббревиатур, хотя актуальной для современного общества является новая номинация. Сама возможность ее рождения свидетельствует о потере актуальности и пассивизации прежней аббревиатуры. Приведем некоторые примеры: СП – социалистическая партия – совместное предприятие; СКВ – система кондиционирования воздуха – свободно конвертируемая валюта; КБ – конструкторское бюро – коммерческий банк; ВТО – всероссийское театральное общество – всемирная торговая организация.

Высокая степень продуктивности заимствованных компонентов и интернациональных элементов, характеризующая современное словообразование в целом, отражена и в современном инвентаре аббревиатур. Заимствованные аббревиатуры, в том числе и нетранслитерированные, пополняют состав современных аббревиатур. Особую активности демонстрируют заимствования VIP, PR, TV. Аббревиатура VIP (сокращение англ. *very important person*) встречается почти исключительно в нетранслитерированном виде и демонстрирует широкие словообразовательные связи в русском языке: *VIP-встреча, гостиная, зал, комплекс, конференция, клуб, ложа, отдых* и даже *VIP-персона*, отражающая дублирование смысловых компонентов, что является показателем неясности внутренней формы аббревиатуры. «Перед входом в VIP-зал суровый секьюрити предупредил: никаких вопросов. Видимо, VIP-гостям дали отдохнуть» (МК, 2001, № 25). «Надо представлять ту роскошь, которую позволяли себе олимпийские тузы, - дорогие лимузины, VIP-ложи, презентации» (ЛГ, 2002, № 8). Аббревиатура VIP осваивает даже грамматическое пространство русского языка, приобретая падежную и числовую парадигмы: «В противном случае нам пришлось бы приставить к каждой звезде и VIPу по телохранителю» (МК, 2002, № 13). «Однако с VIPами всегда проблемы» (КП, 2001, № 300).

Поражает стремительность, с которой другая аббревиатура PR «обживается» в русском языке. Так, вышедшие в середине 90-х гг. словари новых слов, подготовленные по материалам прессы, регистрируют только заимствование *паблик рилейшнз* (public relations) в значении «формирование благоприятного общественного мнения» (Кавецкая 1996, с. 62). В газетах встречается как нетранслитерированная аббревиатура PR, так и русский графический

вариант ПР, однако наблюдается быстрый процесс лексикализации аббревиатуры - *тиар*.

Востребованность обществом данного заимствования обусловлена прежде всего его коммуникативной необходимостью – необходимостью обозначить новое для российской действительности явление, а также ее коммуникативным преимуществом перед словосочетанием - как краткой и поэтому емкой, удобной и выразительной.

Лексема *тиар* уже включена в словообразовательную систему русского языка, демонстрирует мощную деривационную парадигму (*тиар*, *тиарщик*, *тиарщица*, *тиаровский*, *тиарить*, *недотиарить*, *перептиарить*), образуются также композиты: *тиар-технологии*, *тиар-сервис*, *тиар-фирма*, *тиар-агентство*, *тиар-марка*. Лексема-аббревиатура имеет устойчивую синтагматику (*грязный тиар*, *черный тиар*), высокую частотность в СМИ, чаще в негативно окрашенных контекстах.

Отметим, что значение слова *тиар* пока еще характеризуется диффузностью, расплывчатостью и, по всей видимости, находится в стадии становления. Проиллюстрируем наиболее типичные употребления: «Грязные PR-технологии – главная особенность нынешних выборов» (КП, 2000, № 327). «Коммунисты занимаются черным тиаром» (РТР, 2001, 15.10). «СПС – коллектив оставляет странное впечатление: несколько работающих на ниве тиара депутатов» (МК, 2002, № 14). «Вы знаете, я лишний раз убедился в мастерстве продюсеров Максимова и Эрнста. Они сделали блестательный тиар проекту («Азазели»). Я оценил масштаб тиаровской акции» (КП, 2002, № 49). В последнем примере лексема включена в положительный оценочный контекст, кроме того, можно заметить употребление слова *тиар* в значении «реклама». Последнее, обновленное издание Англо-русского словаря уточняет семантику английского PR – «общественная информация и реклама, связи с общественностью» (Мюллер 2001).

Высокую частотность в газетах и на телевидении обнаруживает аббревиатура TV, которая с одинаковой частотой встречается как в транслитерированном, так и нетранслитерированном виде – ТВ. Произношение слова как русифицированное (ТэВэ), так и англоязычное (ТиВи). Аббревиатура демонстрирует словообразовательные связи, выступая составной частью композитов: *TV-бизнес*, *мейкер*, *проект*, *шоу*; *ТВ-магазин*, *неделя*, *ведущая*, *новости*, *газета*, *сериал*, *реклама*, *студия*, *фильм*. Аббревиатура устойчиво встречается в сочетаниях атрибутивного типа: *российское*

ТВ, московское ТВ, отечественное ТВ. Сокращение используется в наименовании телеканалов (MTV, НТВ, ТВЦ, РЕН ТВ (и REN TV), ТВ-6), телепрограмм (Театр +TV, МузТВ, ИнформТВ). В этих случаях аббревиатуры выступают как произносимые лексические единицы, выполняют важную знаковую роль – общеприняты для узуса как привычные номинации, не требующие расшифровки (см. также и другие подобные аббревиатуры: ОРТ, РТР, ВГТРК, ТНТ). Не успела появиться новая телекомпания (бывшее ТВ-6), как ей уже придумана новая аббревиатура: ТВС (ТВ Спектр – КП, 2002, № 57). В газетах и телерекламе используется и графическое выделение знакомых букв аббревиатуры в составе обычных слов: художесТВенная реклама, здравсТВуйте и под.).

Яркой приметой современного газетного дискурса, ориентированного прежде всего на зрительное восприятие, можно назвать употребление инициальных аббревиатур – антропонимов. Как известно, передача личных имен посредством инициалов относится к числу древнейших типов аббревиации. Инициалы служили (и служат) людям как метки вещей, как знаки отличия. Многие инициальные аббревиатуры использовались как псевдонимы (Дмитриев 1977, с.206). Инициалы используются в устной речи, придавая ей непринужденность. Эффект игры создается в том случае, когда инициалы человека совпадают с узально закрепленными аббревиатурами. Так, одна из знакомых, по имени Ольга Владимировна, представлялась как ОВ – отравляющие вещества. Подобных примеров словесной игры можно привести много. Очень часто в речевой практике инициалы используются как «метки» человека, ими пользуются дети, называя между собой учителей. Особенно удачными выглядят номинации, напоминающие обычные слова (ЭльЭн – в произношении Элен или сконструированное ЧиTa с некоторой трансформацией правил названия букв).

Отметим, что использование аббревиатур для наименования лиц – прием интернациональный. Ярким примером подобного употребления служит имя одного из главных героев популярной в свое время «Санта-Барбary» - *Cиси*. В одном из американских фильмов героиня представляется герою как *Кейси*. Для русского человека, не обладающего фоновыми культурологическими знаниями, это слово звучит как вполне обычное иностранное имя, между тем это лишь инициалы имени и фамилии. И выяснение причины, в силу которой героиня скрыла свое имя, ложится в основу сюжета фильма.

Широкое употребление аббревиатур-антропонимов в газетах – явление относительно недавнее, ставшее возможным на фоне

процессов демократизации российского общества. И.А.Стернин отмечает такие особенности современного публицистического дискурса, как его плюралистичность, оценочность, ироничность (Стернин 1997, с. 14).

Невозможно себе представить публицистический дискурс тоталитарной эпохи, в который попали инициальные сокращения имен и фамилий руководителей государства БЛИ, КУЧ, вызывающие цепь негативных фоновых ассоциаций. Между тем современные газеты пестрят подобными аббревиатурами, шифрующими знаковые для общества фигуры. Современное российское общество политизировано, и не случайно поэтому употребление инициальных имен известных политиков, а не художников, актеров, музыкантов. Нам встретилась лишь одна аббревиатура БГ (Борис Гребенщиков), но и она не выдерживает конкуренции с омонимичной БГ (Березовский – Гусинский) как наиболее актуальной.

Антропонимы-аббревиатуры стали оружием в политической борьбе, своеобразным пиаром. Спрятать, чтобы быть узнаваемым, – вот цель языковой игры, создающей высокую экспрессию текста. Как средство языковой игры используются, во-первых, аббревиатуры, допускающие двойную мотивацию, являющиеся омонимами существующих и знакомых читателю узальных аббревиатур: ВВП – Владимир Владимирович Путин и внутренний валовой продукт; ГБ – Гусинский-Березовский – госбезопасность. Во-вторых, часто встречаются сокращения, замаскированные под обычные слова. В газетах наиболее частотна аббревиатура БАБ, демонстрирующая и словообразовательный, и словоизменительный потенциал, что и создает эффект: «*БАБское ТВ-6*» (МК, 2001, №20). «*Накануне первого апреля устроил свое очередное политическое шоу Борис Березовский. В минувший уик-энд в одной из московских гостиниц прошел съезд карманной партии БАБа*» (МК, 2002, № 14). Таких знаковых инициальных антропонимических аббревиатур очень немного, кроме названных, укажем еще ВВЖ и уже деактуализированную в связи с закатом политической карьеры, но еще встречающуюся ЧВС.

Нельзя не отметить, что на страницы газет хлынули аббревиатуры, эстетически неудовлетворительные, вызывающие негативные звуковые и зрительные ассоциации. Неэстетичными представляются инициальное сокращение имени, отчества и фамилии экс-президента России Ельцина Бориса Николаевича, а также предложенное А. Карауловым (и озвученное в одной из его программ) новое прочтение наименования политического блока Болдырев – Лукин – Явлинский. Вызывает нежелательные ассоциации предлагаемое в

прессе сокращение нового политического блока, возникшего как слияние блоков «Единство» и «Отечество – вся Россия», - *ЕдиОт*. Как справедливо заметила Н.И.Клушкина, антропонимика (в том числе и аббревиатуры) в современной газете является мощным механизмом создания положительного или отрицательного политического портрета (Клушкина 2002, с. 55).

В современном газетном дискурсе широко используется и прием деаббревиации – нестандартной расшифровки аббревиатуры. Окказиональное раскодирование узульных аббревиатур привносит эффект неожиданности, обыгрывания (ср. различные расшифровки сокращения СНГ: *Способ Насолить Горбачеву; С ними Господь и др.*). Оригинальным, привлекающим внимание и в то же время умело вводящим читателя в курс дела является заголовок, содержащий нестандартную расшифровку аббревиатуры вуз: «*Вуз –Всем Уже Заплачено. Взяточничество стало повальной болезнью высшей школы*» (КП, 2001, № 150).

Начало XXI века, как это ни покажется парадоксальным, можно считать периодом стабилизации аббревиатур. В 90-е гг. XX века, как и в послереволюционные годы, обилие аббревиатур (слого-словных, инициальных) было вызвано прежде всего потребностями в номинации: огромное количество новых политических, экономических, социальных реалий России требовало новых названий, в качестве которых использовались прежде всего расчененные наименования и, как их субституты, аббревиатуры. За прошедшее десятилетие произошел языковой отбор небольшого числа актуальных высокочастотных аббревиатурных морфем и закрепление их в нормативных словарях, вошли в язык (или находятся в стадии вхождения) некоторые единичные лексикализованные аббревиатуры (СМИ, ПМЖ, СКВ и др.), идет процесс освоения некоторых иноязычных аббревиатур.

Высокая насыщенность современного публицистического и научного дискурса аббревиатурами вызвана поиском наиболее оптимальных (кратких, емких, экономных) способов подачи информации. Стремление сократить текст (экономия печатного места, времени) приводит к необходимости его кодирования посредством аббревиатур, однако высокая их концентрация в тексте вызывает определенные затруднения его понимания, поэтому при первом употреблении (в заголовке или в начале статьи) приводится обычно расчененное двух- или трехсловное терминологическое наименование, после чего используется аббревиатура как короткий и поэтому экономный его синоним - «заместитель».

Приведем типичные примеры таких текстов. « *Не дожидаясь того времени, когда эксперимент с единственным государственным экзаменом (ЕГЭ) докатится до Москвы, госуниверситет Высшая школа экономики (ВШЭ) решил уже в этом году засчитывать в качестве вступительных экзаменов результаты ЕГЭ* » (МК, 2001, №25). « *Нерешенным остается вопрос с единственным социальным налогом. За этот период правительство планирует определиться, что дальше делать с ЕСН* » (МК, 2002, № 14).

Аббревиатуры из средства номинации в начале XXI века превращаются в один из способов организации текста. Газетные приемы введения аббревиатур в текст с высокой степенью регулярности повторяются и в устном ТВ-дискурсе, прежде всего в информационных программах. Можно предположить, что подобное употребление аббревиатур в современных средствах публицистической и научной коммуникации отражает тенденцию преодоления языкового противоречия между кодом и текстом: стремление сократить текст вызывает необходимость формирования новых кодовых единиц.

Другая современная особенность употребления аббревиатур - как способа языковой игры - продиктована стремлением к обновлению экспрессивных языковых средств, в которых постоянно нуждается публицистика.

-
1. Алексеев Д.И., Гозман И.Г., Сахаров Г.В. Словарь сокращений русского языка. Около 15000 сокр. Изд. 2-е, испр. и доп.- М., 1977.
 2. Дмитриев В.Г. Скрывшие имя свое.-М., 1977.
 3. Кавецкая Р.К., Ленченко К.П. Иноязычные слова на страницах современной прессы: Словарь. – Воронеж, 1996.
 4. Клушкина Н.И. Имя собственное на газетной полосе // Русская речь.- 2002.- № 1.
 5. Мюллер В.К. Англо-русский словарь.- М., 2001.
 6. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века.- Воронеж, 1997.

Современные иноязычные заимствования в свете лингвистических воззрений В. И. Даля

В предисловии к Словарю Даля издания 1955 года говорится: «Даля глубоко волновал вопрос об иноязычных заимствованиях в русском литературном языке; в его высказываниях по этому вопросу содержится немало здравых мыслей, хотя в целом его теория явно неубедительна и носит путаный характер (везде выделено нами. – В. Г.) (Бабкин 1955, с. V). И тут же добавляется: «В. И. Даля объявляет войну далеко не всем иноязычным словам, проникшим в русский язык...» (там же, с. V).

Вряд ли можно найти большее несоответствие истине в оценке творческой деятельности В. И. Даля, чем упрек в путаном характере его теории. Напротив, мысли В. И. Даля о судьбах русского литературного языка и его взаимоотношении с «чужесловами» были последовательны. Середина XIX века была отмечена продолжающимися и в послепушкинский период поисками основ национальной культуры, непрекращающейся борьбой за утверждение норм русского литературного языка. В. И. Даля отражает позицию, связанную с идеей создания литературного языка на народной основе, из чего последовательно вытекает и его отношение к заимствованным словам. Внучка В. И. Даля, О. Н. Демидова, в своих воспоминаниях 1923 года, опубликованных впервые в юбилейном, 2001 году («Дали в Москве»), утверждает, что «любовь к русскому быту и русскому языку непременно должна была увлечь его в сторону славянофильства, хотя датско-немецкая кровь и традиции помогли ему удержаться от их крайностей» (Дали ...2001, с. 28-29).

В 50-е годы XX века от оценки взглядов Даля на «чужесловы» легко делался переход к характеристике его воззрений («регрессивный», «реакционный» и другие негативные эпитеты). При этом, как правило, чтобы продемонстрировать пуритнические устремления Даля (это еще один пункт обвинения), приводился перечень отвергаемых Далем заимствованных слов и список предлагаемых им русских заместителей или слов, сочиненных самим Далем.

Во второй половине XX века наблюдается всплеск интереса к филологическим трудам В. И. Даля. Это во многом объясняется бурным развитием таких областей науки о языке и пограничных с ней

отраслей знания, как семантика, психолингвистика, лингвокультурология, социолингвистика, психолингвистика, когнитивная лингвистика, опирающихся на анализ энциклопедического содержания слова, а это как раз составляет основу лексикографического творчества В. И. Даля. Стало возможным и спокойное, без идеологизации и поисков социального подтекста, изучение причин замещения Далем иностранных слов коренными русскими словами.

На основании Словаря Даля можно выстроить такую цепочку (по степени отражения в языке национальной картины мира): иноязычное – русское книжное – диалектное (или сочиненное автором).

Рассмотрим фрагмент словарной статьи «горизонт» и комментарий к ней В. И. Даля в его докладе, сделанном в Обществе любителей российской словесности 6 марта 1860 г, «О русском словаре» (Даль 1955, с. XXXI и далее).

Горизонт – кругозор, небосклон; небоскат, небозем – завесь, закрой (касп.); *озор, овидь, оглядь* (орл.); *окоем* (новообразование).

В словарной статье нашло отражение как научное знание («астр. воображаемая плоскость, проходящая через средоточие земли, отвесно оси наблюдателя; это астрономический, истинный озор...»), профессиональное, связанное с навигацией (Страны света, ветры или румбы ... означаются по окружности озора...»), так и бытовое понятие, ориентированное на наглядно-чувственный, зрительный образ (озор «чувственный, видимый, определяется лучом зрения, от глаза наблюдателя до ската или до видимой окраины земного шара, и далее до небесной тверди...»).

В русских словах имеются морфемы, отражающие пространственные семы, а также семы, указывающие на точку зрения наблюдателя. Однако в русских книжных, «сочиненных» словах *кругозор*, *небосклон* Даль видит «натяжку». Слова «небозем», «небоскат», считает Даль, «лучше», но и они составлены на греческий лад. Только в диалектных словах, имеющих внутреннюю форму, не составных, а «коротких и ясных», он находит гармоническое соответствие слова тому, что оно значит. Слова «завесь» и «закрой» сложились на Каспии («малом море»), где берега все время в виду и «завешивают», «закрывают» горизонт, а «озор» и «овидь» – на Белом («большом») море, где только и можно, напоминает Даль, увидеть настоящий горизонт. «Оглядь» также фиксирует наглядно-чувственный компонент семантики (глядеть плюс о – «вокруг»).

Созданное Далем по образцу диалектных слов слово «окоём» также передает «чувственный озор». Словарные толкования и комментарии к ним В. И. Даля показывают, что лексикограф ценит в

русских словах то, что отсутствует в иностранных словах. – отражение национальных образов мира. Прежде всего это проявляется в народных, а не книжных словах: «Письменному нужно было, по-европейски, спутать два слова, чтобы составить *кругозор*; неграмотный сделал то же, из одного: *овидь*, *озор*, тот же *кругозор*» (Даль 1955, с. XXXI).

Дальнейшая судьба всех этих слов сложилась неодинаково. В СРНГ отсутствуют лексемы «закрой» и «завесь» (в значении «горизонт»), в статье «озор» (СРНГ, вып 23.) дается только пример Даля, а в статье «овидь» (СРНГ, вып. 22) – как далевский пример, так и запись более позднего времени (1885 г. – архангельское). СРНГ (вып. 22) фиксирует не только далевскую запись слова «оглядь» (орл., курск.), но и новые примеры, записанные в центральных областях России (1959 год).

Книжные слова «небоскат» и «небозем» отсутствуют в современном русском языке, а «кругозор» (в значении «горизонт») рассматривается как архаизм (ТСУ – «книжн., устар.»). «Небосклон» («часть неба над горизонтом») характеризуется стилистической ограниченностью (ТСУ – «книжн., поэт.»).

Наконец «горизонт», иностранные слово, осталось в качестве главного слова для обозначения соответствующей реалии. Словарная статья «горизонт» Словаря Даля отражает реальную картину жизни одного из иноязычных слов в русском языке. Когда Даль показывает преимущества русских слов перед иностранными, то он не отвергает все иноязычные слова: «Я не думаю изгонять слов: антипод, *горизонт* (выделено нами. – В. Г.), атмосфера, эклиптика и им подобных, хотя они и довольно чужды нашему говору; но не утверждайте, чтобы их не было на русском языке» (Даль 1955, с. XXXI).

Высказывание самого В. И. Даля и сами материалы его Словаря демонстрируют признаки адаптации иноязычного слова в русском языке (наличие образных применений слова, появление производных слов). Действительно, в словарном гнезде «горизонт» представлена словообразовательная цепочка: *горизонт* – *горизонтальный* – *горизонтальность*. В Словаре отражено и образное переосмысление слова «горизонт». По свидетельству Ю. С. Сорокина, уже в конце XVIII в. наблюдается не только «преобладание этого иностранного слова над его русскими синонимами» (Сорокин 1965, с. 451.), но и «образно-переносное его употребление в литературе» (Там же, с. 373).

В Словаре Даля отражены образные связи слова с исходным значением («круг понятий человека, предел, что он может обнять

умственным оком»), то есть указывается на свежесть процесса переносного словоупотребления.

Итак, В. И. Даль, отдавая предпочтение коренным русским словам, не только не отвергает всех иноязычных слов, но и показывает условия их вхождения в русский язык.

Экстравалягистические причины (открытость межгосударственных связей и отношений, ориентация на общечеловеческие ценности, лояльное отношение к западному образу жизни) обеспечили в конце XX столетия наплыв в русский язык иноязычных заимствований, породив, а вернее, возродив проблему отношения в обществе к иноязычной лексике. Интенсивно протекающий процесс заимствования получил многоаспектное освещение в современной лингвистической литературе (Колесов 1999, Костомаров 1994, Крысин 2002, Стернин 1998). Некоторые факты, связанные с функционированием иноязычной лексики в современном русском языке, могут быть рассмотрены в свете лингвистических взглядов В. И. Даля.

Соответствия *иноязычное – русское* различаются и в современном русском языке по способности русского слова выражать богатый фоновый ореол, со-значения, подкрепляющие национально-культурную специфику значения. Русские слова несут груз образных и эмоциональных коннотаций, которые ослаблены или отсутствуют в иноязычном, особенно новом слове, еще не обросшем бытовыми и оценочными ассоциациями.

Обратимся к иллюстрациям (радио, телевидение, Литературная газета – далее ЛГ).

Психолог А. Г. Асмолов в выступлении на «Радио России» (март 2002 г.), рассуждая о толерантности, заметил, что толерантность – это не *терпимость* по отношению к чужому, а только способность жить рядом с чужим (образец толерантности, по Д. С. Лихачеву, Невский проспект, где и кирха, и церковь, и мечеть). Действительно, терпимость требует от человека больших нравственных усилий, чем толерантность. Она предполагает не только способность быть рядом с *другим*, но и преодоление неприязни к *чужому*, умение *терпеливо* относиться к тому, что человек, его мнение, религия и т. д. *иные*. Сема «преодоление чего-либо» обнаруживается в лексико-семантических вариантах слов *терпеть* (МАС – 3 значения), *терпимый* (ТСУ – 3 значения), в богатом словообразовательном гнезде, открывающемся лексемой «терпеть» (вытерпеть, претерпеть, притерпеться ...; терпеливый, терпеливо, терпеливость; терпимый, терпимость), в паремиях и афоризмах («Стерпится – слюбится», «Терпение и труд все

перетрут», «На хотенье есть терпенье», некрасовское «Терпи, покуда терпится, / Прощай, пока прощается ...»). Антонимический бином *терпимость – нетерпимость* строится по линии положительной / отрицательной оценки (Ср.: «Одно меня беспокоит: ваша нетерпимость. Вы постоянно наживаете врагов». А. Н. Островский. Доходное место). В семеме «терпимость» можно вычленить положительные оценочные семы «способность мириться с кем-либо, чем-либо», «быть снисходительным», «не проявлять враждебности».

Иноязычное слово «толерантность» передает меньший объем понятия и не располагает богатыми ассоциациями русского слова, пришедшего из общеславянского языка и имеющего в некоторых славянских языках значение «страдать» (Словарь Фасмера). Слово «толерантность» в течение долгих лет было малоупотребительным и не имело возможности укорениться в русском языке. Оно отсутствовало в словарях или получило помету «устарелое», так что в последние годы оно как бы заново входит в активный русский словарь. Словообразовательный ряд, включающий лексему «толерантность», весьма скромен (*толерантный, толерантно, толерантность*).

Разные потенциальные возможности близких по семантике иноязычного и русского слова особенно наглядно выявляются в контексте при их совместном употреблении: «По Москве поползли слухи, что в Математическом институте имени В. А. Стеклова случился скандал, мол, собрались там ученые, чтобы обсудить преподавание математики в школе, начали *дискутировать*, но потом *заспорили* друг с другом, да столь горячо, что дело дошло чуть ли не до рукопашной» (ЛГ, 2001, № 44 – 45).

За русским словом «заспорить» стоит богатая фоновая информация, отсутствующая в иноязычном книжном слове «дискутировать». Образно-ассоциативный и эмоциональный ореол оказался реализованным в тексте: пока *дискутировали*, то *обсуждали*, а когда *заспорили*, то делали это *горячо*, дойдя чуть ли не до *рукопашной*.

Иноязычное слово, не выдерживая конкуренции с русским словом по коннотативно-фоновым приращениям, вместе с тем легко развивает эвфемистическую направленность. Академик Аносов Д. В. (к которому и приписывается организация «дискуссии» в Математическом институте) остроумно отмечает это качество иностранных, особенно редко употребляющихся или новых иноязычных слов. Он вспоминает, что когда выяснилось, что проект поворота рек в 60-е г.г. начал вызывать в обществе осуждение, то его авторы стали говорить о *перераспределении водных ресурсов*. «Звучит менее тревожно, не так

ли?» – говорит академик (ЛГ, там же). «Мягче», по его мнению, звучит и оценка в еще непривычном слове «модернизация», чем в более распространенном, тоже иностранном «реформа». Он говорит: «... реформирование (или, как теперь говорят, модернизация)» – и продолжает: «Впрочем, не будем играть словами. На определенном этапе слово «реформа» вызвало негативную реакцию «на самом верху», а потому оно было заменено на новое, более «мягкое», но суть дела не меняется: начинается коренная реформа школьного образования и именно так следует относиться к происходящему» (ЛГ, там же).

На эвфемистическом эффекте иноязычного слова зиждется самая возможность некоторых современных словоупотреблений, где русское слово было бы невозможно, так как родной язык мешает скрыть нежелательное содержание. Так, в одной популярной песне поется о *путане*, а в другой, пусть и шутливо, призывается «будь мне гангстером». Человека, любящего «покушать», можно снисходительно назвать *гурманом* (не *обжорой* же). Вместо «разгильдяйство» подойдет «человеческий фактор». В некоторых случаях метаязыковое сопровождение подтверждает, что иноязычное слово кажется более благородным, а то, что за ним скрывается, более благовидным: «Часто русские коллеги, зная, что я работаю в «Газете выборчей», спрашивают, кто у нас *спонсор*. Иначе говоря, кто деньги дает» (ЛГ, 1999, № 24); «Путин. Несанкционированный отбор тепла ... С ванидзе. То есть воруют?» («Зеркало», РТР, 5 декабря 1999 г.).

В передаче ТВЦ «Деликатесы» гость программы, врач, говорит, что в загранпоездках люди часто страдают *диареей*. Экстравагантная ведущая переводит на русский язык – *понос* (7 апреля 2002 г.). Такие переводы могут быть и внутриязыковыми: «Наконец срабатывает *метод проб и ошибок*, называемый по-русски «способ тыка» (ЛГ, 2001, № 17-18), но переводы межъязыковые обнажают смыслы, которые человек не желает акцентировать, а В. В. Колесов говорит даже, что «некоторые делишки, названные русским словом, отзовутся в сердце прокурора» (Колесов 1999, с. 153).

Когда иноязычное слово начинает укореняться в русском языке, то отсутствие в нем живой внутренней формы может компенсироваться ее ложной актуализацией (о плохом сервисе – *стервис*). Иногда манипуляции с внутренней формой одного и того же слова могут преследовать прямо противоположные цели: выявить отрицательную коннотацию (прихватизация) или положительную (приватизация). Один из способов переоценки коннотации – это

кавычки: «Отпрыски «элиты» всех уровней благополучно устраиваются в престижные учебные заведения» (ЛГ, 2002, № 13), а также подстановка иноязычного слова (даже если оно не имеет отрицательной коннотации) вместо русского с его традиционно положительным ореолом: «О спорт, ты *политика и бизнес?*» (ЛГ, 2002, № 6) на фоне «О спорт, ты *мир!*» Пьера Кубертена. Ср. также: «Исключительно, или, как теперь говорят *по-русски, эксклюзивно*» (ЛГ, 1999, № 24).

Замена иноязычных малораспространенных слов русскими эквивалентами неисчерпаемый источник юмора: «Хронотоп – это пространственно-временной континуум по формуле «крыть канаву от забота до обеда» (М. Л. Гаспаров. Записи и выписки), где представлены три варианта: иноязычное слово – словосочетание русского книжного с иноязычным – просторечное. На неверном понимании нового или малоупотребительного иноязычного слова строятся анекдоты: С у д ь я. Подсудимый, вы признаете себя виновным в краже? П о д с у д и м ы й. Нет. С у д ь я. А у вас есть алиби? П о д с у д и м ы й. А что это такое? С у д ь я. Ну, видел ли вас кто-нибудь, когда произошла кража? П о д с у д и м ы й. Слава Богу, никто!

Когда говорят о неполном соответствии русских и заимствованных лексических единиц, то наиболее касается это устойчивых выражений, пословиц, поговорок. Паремии хранят богатейшую информацию о жизни народа, его менталитете, языковом творчестве, и их национальное своеобразие делает их трудно переводимыми с одного языка на другой, даже если создается впечатление, будто найден абсолютный эквивалент: «На бога надейся, а сам не плошай, или, как говорят англичане, бог помогает тому, кто помогает себе сам» (ЛГ, 2001, № 17-18). Хотя здесь стоит *или*, обещающее тождество, разнозычные пословицы различаются интенцией: в русской содержится пожелание, чтобы человек был активным, а в английской утверждается, что достижение цели возможно только при условии активности человека.

В заключение зададим риторический вопрос. Возможно ли найти в другом языке адекватное соответствие одной из Далевых пословиц «Слава тебе, Господи – и солнышко село» (о тунеядце), но такое, чтобы сохранились: фигура иронии (не сухое назидание); внутренняя форма, передающая информацию о характере крестьянского труда (работа-жизнь по солнцу, от зари до зари); наконец, скрывающийся в подтексте смысл. Мудрое народное речение не только порицает один из человеческих пороков, но и утверждает, что человек всегда имеет

шанс избавиться от порока. Почему праздный человек, который весь день провел без дела, радуется заходу солнца? Очевидно, он стыдится своей праздности, в то время когда все работают, а с заходом солнца он сможет со спокойной совестью присоединиться к отдыхающим от трудов. А если человеку стыдно – значит, не все потеряно, не отрезан путь к исправлению.

1. Бабкин А. М. Толковый словарь В. И. Даля // Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. – Т. 1. – М., 1955.
2. Дали в Москве (публикация В. Ф. Молчанова) // Русская речь. – 2001, № 6.
3. Даль В. О русском словаре // Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. – Т. 1. – М., 1955.
4. Колесов В. В. «Жизнь происходит от слова...», С.-Петербург: «Златоуст», 1999.
5. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой / М.: Педагогика – Пресс, 1994.
6. Крысин Л. П. О лексике русского языка наших дней // Русский язык в школе и дома. – 2002, № 1.
7. Сорокин Ю. С. Развитие словарного состава русского литературного языка (30 - 90-е годы XIX века). – М. – Л.: «Наука», 1965.
8. Стернин И. А. Типы языкового развития // Вестник ВОИПКРО. – Выпуск 1. – Воронеж, 1998.

Словари

1. Словарь Даля – Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. I – IV. – М., 1955.
2. СРНГ – Словарь русских народных говоров. – Т. 22, 23. – Л.: «Наука», 1987.
3. МАС – Словарь русского языка: В 4-х т. / Под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд. – М.: «Русский язык», 1981 – 1984.
4. ТСУ – Толковый словарь русского языка: В 4-х т. / Под ред. Ушакова Д. Н. – М., 1935 – 1940.

Семный состав лексических заимствований из арабского языка в сознании русскоговорящих

Известно, что освоение лексических заимствований индивидуальным сознанием и языковой системой – разные, хотя и взаимосвязанные процессы. Рассмотрение этого пласта лексики в аспекте психолингвистической теории функционирования заимствований в индивидуальном лексиконе позволяет увидеть их реальную жизнь вне словарей. А. А. Потебня писал, что «обыкновенно мы рассматриваем слово в том виде, как оно является в словаре. Это все равно, как если бы мы рассматривали растение, каким оно является в гербарии, то есть не так, как оно действительно живет, а как искусственно приготовлено для целей познания» (Потебня 1976, с.465-466).

В процессе индивидуальной деятельности происходит «избирательное усвоение и трансформация в индивидуальном сознании» значений слов (Шмелев 1983, с. 6-7). В индивидуальной языковой компетенции существуют личностные семы, которые не входят в число системных, общеизвестных. Для того чтобы выявить семный состав заимствований из арабского языка, имеющихся в сознании русскоговорящих, информантом было предъявлено 57 слов, зафиксированных как арабизмы в Толковом словаре русского языка конца XX века (СПб., 1998). Эксперимент проводился со студентами филологического, экономического, химического и физического факультетов Воронежского государственного университета – 400 человек. Информанты должны были записать первые, пришедшие в голову слова в связи с предъявленными, а также дать субъективную дефиницию каждому из предъявленных слов.

Результаты проведенного эксперимента показали, что существуют заимствования, которые не понятны или малопонятны носителям современного русского языка.

В рамках данной статьи мы остановимся на нескольких наиболее показательных примерах идентификации заимствований из арабского языка по результатам проведенного опроса студентов - филологов (100 человек).

1. Не знают или знают приблизительно значение следующих слов, заимствованных из арабского языка (цифра означает количество испытуемых, показавших соответствующий результат):

анубис – 97;

бедуин – 85;

бура – 90;

бурнус – 92;

ваххабит – 91;

газават – 92;

гурри – 91;

джихад – 96;

имам – 91;

Таким образом, данные слова, вошедшие в толковые словари русского языка, можно отнести к словам – «агнонимам», по терминологии В.В.Морковкина, то есть словам, значение которых неизвестно носителям языка.

2. Следующим словам испытуемые дали неправильные дефиниции:

анубис

корабль – 1;

бог войны – 2

бедуин – воин-1;

странник – 1;

человек из африканского

племени – 4;

племя – 2;

местный житель – 1;

индеец из племени – 1;

маленькая обезьянка – 1;

всадник верблюда – 1;

человек, приносящий беду –

1;

священный народ – 1;

степной народ – 1

бура

карточная игра – 8;

у Гоголя типа училища - 1;

буддийский бог – 1;

лекарственное средство – 1

бурнус

плед – 1;

напиток – 1;

фрукт – 1

медресе – 94;

мечеть – 94;

муэдзин – 98;

надир – 92;

самум – 99;

факир – 89;

хадж – 93;

халифат - 92.

ваххабит

исламский воин – 1;

чеченский боевик – 1;

люди, делающие ужасные
вещи – 1;

народ Кавказа - 1;

абсолютное благополучие
– 1

газават

мусульманство – 1

религиозное направление
на Востоке – 1;

государство-1;

город -2;

террористическое

государство – 1;

дружелюбный исламец – 1

гурри

разгневанные девушки -1;

учитель на Востоке – 4;

исламские монахи – 1;

учителя в буддизме – 1

джихад

имя – 1,

предводитель – 1;

праздник – 1;
джигит – 1

имам

предводитель горцев – 1

медресе

город - 2;
часть женской одежды – 1;
школа для девочек на
Востоке – 3

мечеть

еврейская церковь – 1;
восточное жилище – 1;
католический храм – 3;
священное место – 1

муэдзин

что-то из Японии – 1;
китайское имя – 1;

надир

имя –2;
город - 1;
правитель в Афганистане,
был убит –1;
название звезды – 2;
восточная должность – 1

самум

должность в султанате – 1

факир

должность – 2;
циркач – 2;
маг в Индии – 1;
чин – 1;
шпагоглотатель – 1;
огнедышащий – 1;
повелитель змей – 1;
предсказатель – 1;
жонглер факелами – 1

хадж

свободный человек – 1;
аристократ, вроде нашего
боярина – 1;
великий – 1;
обращение на Востоке – 1;
должность – 1;
древнеиндийский монах –
1;
связано с Индией, ставится
перед именем – 1

халифат

что-то на Востоке – 1;
министерство – 1;
собрание – 1;
что-то в Чечне – 1;
парламент – 1;
место, куда ездили русские
князья в военное время – 1.

Таким образом, в сознании носителей русского языка (студентов филологов 18-20 лет) большинство слов, заимствованных из арабского языка, содержат следующие семы: «что-то на Востоке – в Афганистане – в Индии – в Чечне – в Африке и в Японии» и «связано с исламом». Дифференциальные денотативные семы отсутствуют.

-
1. Морковкин В.В., Морковкина А.В. Русские агнонимы. Москва. 1997.
 2. Потебня А.А. Эстетика и поэтика. Москва. 1976.
 3. Шмелев Д.Н. Введение в экспериментальную психосемантику. Москва. 1983.

А.А. Кацевал

Освоение иноязычной лексики жителями г. Борисоглебска

Изменения в политической, экономической и культурной жизни нашей страны, произошедшие за последнее десятилетие, привели к заметному обновлению лексического состава современного русского языка. Язык пополнился новыми словами и словосочетаниями, среди которых особое место занимают заимствования. Наряду с этим происходит актуализация значительного пласта заимствованной лексики, вошедшей в состав русского языка еще в 60-70-е годы, но функционировавшей длительное время в качестве терминологической. Интенсивное употребление в средствах массовой информации заимствованной финансово-экономической и общественно-политической лексики, известной раньше только узкому кругу специалистов, привело к появлению ярко выраженной тенденции к детерминологизации этой лексики и переходу ее в состав общеупотребительной.

В этих условиях большой интерес представляет исследование степени освоенности новой и актуализированной заимствованной лексики рядовыми носителями языка. С этой целью под нашим руководством студенткой филологического факультета БГПИ Т. Теслюк был проведен лингвистический эксперимент, который позволил выявить уровень понимания жителями г. Борисоглебска группы заимствованных лексем.

В качестве информантов выступили 100 жителей г. Борисоглебска с разным уровнем образования (среднее, среднее специальное, неполное высшее, высшее), относящихся к разным возрастным группам (от 18 до 60 лет).

Материалом для проведения лингвистического эксперимента послужили 48 заимствованных слов разных тематических групп с разной степенью новизны (и зафиксированные в словарях

иностранных слов достаточно давно, и совсем недавно включенные в словари новых иностранных слов).

Для удобства обработки результатов вся исследуемая лексика была условно распределена по трем основным группам:

- 1) общественно-политическая лексика;
- 2) экономическая лексика;
- 3) лексика, обозначающая общекультурные и бытовые понятия.

Информантам была предложена анкета, которая включала в себя следующие вопросы и задания:

- 1) слышали ли Вы данное слово? (да, нет);
- 2) употребляете ли Вы его? (часто, редко, никогда);
- 3) дайте толкование каждому слову.

Эксперимент позволил выявить имеющиеся у информантов знания о значениях исследуемых слов. В результате сопоставления структуры значения исследуемых слов, полученной с помощью экспериментальных данных, со структурой значения этих слов, отраженной в словарных дефинициях, был выявлен уровень понимания анализируемых слов информантами.

В качестве исходного, адекватного толкования значений большинства слов были взяты словарные дефиниции, представленные в Современном словаре иностранных слов (М., 1995) и в Большом толковом словаре иностранных слов (в 3-х т.: Ростов-на-Дону, 1995); толкование небольшой группы слов, не нашедших отражения в указанных словарях, давалось по книге Н.Г.Комлева (Комлев 1995).

При анализе многозначных слов учитывались все значения, зафиксированные в словарях.

При обработке данных эксперимента использовалась следующая классификация уровней понимания значения слова испытуемыми:

- 1) непонимание - в анкете такое слово оставлено без определения или сопровождается пометой "я не знаю";
- 2) понимание - ответ испытуемого содержит адекватный набор сем;
- 3) частичное достаточное понимание - ответ содержит не все семы значения, образующие его ядро, но смысл передан достаточно полно;
- 4) частичное недостаточное понимание - ответ содержит слишком абстрактные семы или недостаточное число ядерных сем;
- 5) ложное понимание - в ответе испытуемого нет адекватных сем (Левицкий, Стернин 1989, с.120).

В соответствии с выделенными уровнями понимания значения *как освоенные* нами квалифицируются лексемы, значения которых в ответах испытуемых представлены адекватным или частичным достаточным набором сем; лексемы, получившие ложное, частичное

недостаточное толкование или не получившие толкования, считаются *неосвоенными*.

Проведенное исследование позволило сделать вывод, что из предложенных для толкования иноязычных слов даже наиболее часто встречающиеся в средствах массовой информации лексемы не всегда знакомы носителям языка или знакомы лишь приблизительно. Это касается не только узкопрофессиональных слов - в сущности, неясными порой оказываются слова, предназначенные для самых широких масс.

В группе общественно-политической лексики наиболее освоенными жителями г. Борисоглебска являются лексемы *депортация* (65 % информантов обнаружили полное или достаточное понимание), *прессинг* (62 %), *санкции* (54 %); наименее освоенными - *мониторинг* (8 %), *вотум* (8%), *консенсус* (7 %), *меморандум* (10 %), *импичмент* (6 %). Не получили толкования в ответах более чем половины информантов лексемы *мониторинг* (76 % респондентов не дали толкования этой лексемы), *меморандум* (59 %), *плебисцит* (64 %), *секвестр* (56 %), *репатриация* (55 %). Наибольшее количество ложных толкований получили лексемы *импичмент* (84 % респондентов продемонстрировали ложное понимание значения этой лексемы) и *референдум* (50 %), при этом 42 % информантов указали, что знают и употребляют эти лексемы в речи.

В группе лексики, обозначающей общекультурные и бытовые понятия, наиболее освоенными являются слова *киллер* (99 % респондентов обнаружили полное или достаточное понимание), *шоп* (82 %), *визажист* (70 %), *шоу* (68 %), *тинэйджер* (62 %), *нонсенс* (56 %). Не получили толкования лексемы *эпатаж* (67 % информантов не указали значение этого слова), *картридж* (45 %), *менталитет* (36 %). Наибольшее количество ложных толкований получили лексемы *эксклюзивный* (35 % информантов дали ложное толкование лексемы), *менталитет* (25 %), *номинация* (21 %).

Среди экономической лексики наиболее освоенными жителями г. Борисоглебска оказались лексемы *инвестиция* (64 % информантов дали достаточное толкование этого термина), *девальвация* (53 %), *инфляция* (45 %). Не получили толкования лексемы *инновация* (57 % опрошенных не указали значения этого слова), *грант* (55 %), *инфраструктура* (51 %), *холдинг* (47 %), *дистрибьютор* (43 %), *дилер* (37 %). Наибольшее количество ложных толкований получили лексемы *грант* (40 %), *маркетинг* (34 %), *дилер* (31 %). При этом 20 % информантов указали в анкетах, что знают эти слова, но не употребляют их в речи.

Эксперимент показал, что степень новизны слова не влияет на степень усвоения его информантами. Иногда неусвоенными оказываются слова, вошедшие в словари уже в 70-80-е годы (*инновация, позитивный, эпатаж*), в то время как степень освоения некоторых лексем, появившихся в русском языке сравнительно недавно (*киллер, шоп, шоу*), оказалась значительно выше.

Каковы же основные причины низкого уровня понимания информантами значений заимствованных лексем?

Во-первых, это может быть связано с неактуальностью слова для широкого круга носителей языка. Такие экономические термины, как *брокер, дилер, дистрибутор, холдинг* и другие практически не употребляются в речи жителей районного города, где отсутствуют крупные фирмы, компании, биржи. Поэтому и процент их усвоения невысок.

Во-вторых, в языке могут иметься синонимы заимствованного слова, к которым респонденты привыкли и употребляют их гораздо чаще (напр., *шейтинг* - *гимнастика, аэробика*). В этом случае заимствование остается невостребованным в речевой практике носителей языка, а это, в свою очередь, приводит к ложному толкованию этих слов.

В случаях ложного толкования тенденции идентификации значения лексем испытуемыми могут быть различными. Наиболее типичными, как показал эксперимент, являются:

- приравнивание значения слова к его внутренней форме (*инфраструктура* - "внутренняя структура"; *триллер* - "фильм с тройным сюжетом"; *плебисцит* - "народ, власть народа"; *прессинг* - "сжатие");

- процесс паронимической субSTITУции, то есть замены значения слова значением паронима: *грант* - "большой, великий"; *репатриация* - "насильственное выселение народов с исконной территории" (ср.: *депортация*); *электорат* - "высшее общество" (ср.: *элита*), "руководящий состав учебного заведения" (ср.: *ректорат*); *мониторинг* - "временное прекращение" (ср.: *мораторий*); *консенсус* - "бессмыслица, нелепость" (ср.: *нонсенс*).

Ложное понимание может быть обусловлено актуализацией в сознании информантов периферийных сем, называющих сопутствующие явления, следствие или результат процесса или явления, обозначенного предложенной для толкования лексемой. Выделение потенциальных, вероятностных сем в качестве ядерных приводит к появлению ложных толкований, напр.: *санкции* - "запрет", *референдум* - "обсуждение", *импичмент* - "отставка".

Ложное или частичное недостаточное понимание иностранного слова информантом может быть следствием неверного употребления этого слова в средствах массовой информации. Например, иногда можно услышать сочетание *процесс инаугурации*; но значение лексемы *инаугурация* уже включает в себя сему "процесс" - это "процедура, акт введения в должность главы государства". Сема "процесс" при таком употреблении утрачивается, отсюда появляется неверная интерпретация слова: *инаугурация* - "присяга президента".

В зависимости от профессиональной принадлежности испытуемых толкование слов в ряде случаев было различным. Так, респонденты, имеющие медицинское образование, дали толкование второй семемы лексемы *секвестр*: "омертвевший, отторгшийся участок органа". Информанты со среднеспециальным и среднетехническим образованием давали более развернутые ответы при толковании лексемы *картридж* с использованием специальных дифференциальных сем: "кассета на микроэлементах, с записью информации", "носитель информации в компьютерных или игровых приставках".

Результаты исследования показали также, что информанты средней возрастной группы с высшим образованием в большинстве случаев владеют более полной информацией о семантике слова, точнее формулируют значения заимствованных лексем, знают большее количество слов. Вместе с тем, некоторые лексемы вызывают и у них затруднения (*шоу, эпаж* и др.).

Представители молодежной возрастной группы проявили меньшую осведомленность, особенно в сфере экономической лексики. Однако в некоторых случаях они дают более точные толкования или указывают новые значения слов (напр., *пайджер, шейпинг, шоу, тинэйджер, триллер* и др.).

Как показывают данные эксперимента, в таких словах, как *менталитет, номинация, шоп* наблюдается изменение денотативного компонента значения, связанное с расширением значения или появлением новых дифференциальных сем. В связи с этим у указанных лексем либо формируется новое значение, либо уточняется, видоизменяется старое, т.е. происходят процессы "семантической деривации" и "семантической модификации" (Стернин 2000, с.39).

Некоторые слова респонденты интерпретируют формально, узнавая их лишь в устойчивых сочетаниях, они, как правило, оказываются неспособными определить значение лексем вне соответствующего сочетания: вотум доверия (недоверия), холдинг-центр, секретарь-референт, санкция на арест, ток-шоу, дистрибутор фирмы *PHILIPS*, позитивное суждение, эксклюзивное интервью.

Эксперимент позволил выявить некоторые эмоционально-оценочные семы, выражающие отношение информанта к обозначаемому словом понятию. 13 % ответов представителей молодежной возрастной группы содержат коннотативные семы, чаще - с отрицательной, неодобрительной оценкой денотата, например: *спикер* - "говорун", "главный болтун" (снижен., неодобр., пренебр.); *шейтинг* - "дрыгание" (снижен., неодобр., пренебр.); *эпатаж* - "выпендреж", "шумиха" (снижен., неодобр.); *киллер* - "санитар общества" (ирон.) и др.

В настоящее время, когда темпы заимствования иноязычной лексики заметно снизились, постепенно на базе новой и актуализированной заимствованной лексики формируется группа общеупотребительной иноязычной лексики, активно функционирующей в СМИ. Поэтому работа по разъяснению значений употребительных иноязычных слов рядовым носителям русского языка должна вестись более активно, в том числе в общеобразовательных учреждениях. Формирование у учащихся навыка правильного и оправданного употребления новой и актуализированной иноязычной лексики должна стать неотъемлемой частью общей работы по формированию культуры речи.

Отметим также такую интересную черту коммуникативного поведения испытуемых: до 40 процентов из них активно используют в своей речи целый ряд иноязычных слов, значения которых им неизвестны или известны неполностью. Данное обстоятельство отражает такую особенность русского массового коммуникативного сознания как допустимость неадекватного, ненормативного пользования языком, отсутствие стремления уточнять нормы правильного словоупотребления. Данное обстоятельство показывает филологам важное направление их деятельности по совершенствованию речевых навыков населения.

-
1. Комлев Н.Г. Словарь новых иностранных слов. М., 1995.
 2. Левицкий В.В., Стернин И.А. Экспериментальные методы в семасиологии. Воронеж, 1989.
 3. Стернин И.А. Что происходит с русским языком? Туапсе, 2000.

Прецедентные тексты в современной публицистике (на материале заголовков “Комсомольской правды”)

Профессор Г.О. Винокур, один из первых отечественных исследователей языка газеты, отмечал, что газетный язык насквозь фразеологизирован, так как стандартность, клишированность многих типично газетных выражений является неотъемлемым свойством публицистического стиля.

Газетный текст - это своеобразное явление, которое стоит несколько особняком в ряду других видов текстов. Даже на поверхностный взгляд специфика её совершенно очевидна. Она связана с тем, что в газете есть особые речевые образования - заголовки, подзаголовки, рубрики. Таким образом, газетный текст является специфическим типом текста, занимающим особое место в сложной иерархической системе текста. При этом заголовок - обязательная структурно-композиционная категория любого газетного текста. Он несёт важнейшую коммуникативную нагрузку.

Согласно другой точке зрения, язык массовой коммуникации - это не особый язык, а особая сфера употребления литературного языка. В истории изучения языка газеты лингвисты постепенно переходили от вопроса о том, из чего состоит язык газеты, к вопросу о том, как действует язык.

Массовая коммуникация - коммуникация официальная, и адресована она неопределённому множеству людей. Основная цель речевого общения в средствах массовой коммуникации - потребность в новой информации, сообщение/узнавание о новых фактах и событиях. Другая функция СМИ - функция воздействия, влияния на деятельность людей с целью изменить их поступки и отношение к миру. В языке СМИ для этой цели используются приёмы косвенного речевого воздействия, которые позволяют, не искажая фактов, по-разному преподносить их, вызывать у читателей разное отношение к одному событию.

Среди характерных особенностей газетного языка можно выделить наличие в нём языковых стереотипов. Это устойчивые слова и выражения, известные языковому коллективу. Из них, как из готовых кирпичиков, строится новый текст. Такие выражения, знакомые каждому из нас, служат средством, облегчающим общение, объединяющим множество разных по возрасту, образованию, профессии людей. Это особенно важно, поскольку участники массовой коммуникации разделены временем и пространством. Характерной чертой публицистики конца XX века

стало использование прецедентных текстов для создания газетных заголовков.

Ю.Н.Караулов называет прецедентными тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая её предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности.

Г.Г. Слыскин определяет прецедентный текст как любую характеризующуюся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающую ценностной значимостью для определённой группы. Показателем прецедентности текста являются частые ссылки к нему в процессе построения новых текстов в виде реминисценций, цитат, аллюзий, ассоциаций и пр.

Прецедентные тексты ставят используемую фразу, в определённый культурно-исторический ряд, раздвигают рамки “принимающего” текста, создают смысловую перспективу, увеличивают эмоциональность. Читатель при этом включается в напряженную работу: он вспоминает, откуда была взята цитата, вспоминает источник прецедентного текста и “подключает” его и связанные с ним ассоциации к новому тексту. Прецедентные тексты при этом могут представлять собой полные и явные цитаты или, наоборот, скрытые и свёрнутые, цитаты-намёки, аллюзии.

Следует отметить, что если прецедентный текст используется для создания заголовка, то существенными для его понимания и понимания текста статьи становятся два вида соотношений:

- содержание и форма прецедентного текста в источнике и в заголовке, использующем прецедентный текст;
- не процитированная часть текста-источника и её преломление в заголовке, использующем прецедентный текст.

В связи с этим интересно выявить состав источников прецедентных текстов, используемых авторами газетных заголовков. В результате анализа нами было зафиксировано 13 таких источников. Перечислим их:

Художественная литература

Ореприки кровавые в глазах. (КП-2001-№236)

Ср.: "...И малчики кровавые в глазах..." (А.С.Пушкин)

Двое в лодке, не считая любви. (КП-2000-№5)

Ср.: "Трое в лодке, не считая собаки". (Джером К. Джером)

Популярные песни (в том числе песни из кино- и мультипликационных фильмов) и другие музыкальные произведения

Главное - чтобы на Ястржембском камуфляж сидел. (КП-2000-№14)

Ср.: "Главное, чтобы костюмчик сидел..." (фраза из песни из кинофильма "Чародеи")

Выйду из комы, гляну на село... (КП-2001-№2)

Ср.: "Выйду на улицу, гляну на село..."

Пословицы и поговорки

Копейка смолоду старый рубль бережёт. (КП-2001-№155)

Ср.: Копейка рубль бережёт

Фанатская любовь до Киева доведёт. (КП-2000-№38)

Ср.: Язык до Киева доведёт.

Устойчивые разговорные выражения, расхожие фразы

Правосудие с револьвером. (КП-2000-№188).

Ср.: Добро с кулаками

Платье в клеточку, чулки в полосочку. (КП-2001-№82)

Ср.: Небо в клеточку, друзья в полосочку.

Художественные и мультипликационные фильмы (в том числе известные экранизации произведений художественной литературы)

В Сиднее в бой идут одни старики. (КП-2000-№211)

Ср.: "В бой идут одни старики", (название художественного фильма)

Светлана Сорокина: Выходи, подлый трус! (КП-2001-№29)

Ср.: - Леопольд, выходи!

-Выходи, подлый трус! (фрагмент из мультфильма "День рождения кота Леопольда")

Крылатые фразы (известные высказывания знаменитых людей)

Наши танки будут мыть гусеницы в Индийском океане. (КП-2001-№30)

Ср.: Наши солдаты будут мыть сапоги в Индийском океане
(Жириновский В. В.)

"Оборонка" Рязанской губернии перестала ждать милостей от государства. (К.П.-2000-№ 176)

Ср.:Мы не можем ждать милости от природы... (Мичурин И.И.)

Популярные телепередачи и телевизионные игры

Сам себе автосервис. (КП-2001-№193)

Ср.: "Сам себе режиссёр",(название телепередачи)

Я сама! Нет, лучше я! (КП-2000-№48)

Ср.: "Я сама" (название телепередачи)

Лозунги, известные выражения, связанные с историческими событиями

Мир, фитнес, май! (КП.2001-№77)

Ср.: Мир, труд, май!

Почему ВВП не стрижёт бороды староверам? (КП-2001-№163)

Ср.: ПётрI стриг бороды боярам (известный исторический факт)

рекламные тексты

Милая Мила в сени ходила, MTV "ловила". (КП-2001-№51)

Ср.: "Милая Мила в сени ходила... "

Если рифма вам нужна, у фаната есть она! (КП-2001-№239) Ср.:

"Если обувь вам нужна, на Динамо есть она"

Пародии, выступления известных сатириков, анекдоты

Ты мне роди, а я перезвоню! (КП-20000-№231)

Ср.: "Ты мне роди, а я перезвоню" (одностишие Вл. Вишневского) .

Сможет ли Лукашенко порулить Россией? (К.П.-2000-№185)

Ср.: "...Партия, дай порулить!"

Прочие источники

Явление Орбакайте народу. (К.11.-2000-.№185)

Ср.: Явление Христа народу (назв. картины Иванова А.А.)

"Крылья" низко летают, к дождю... (К.П.-2001-№84)

Ср.: Ласточки низко летают - к дождю (народная примета)

Отдельно следует сказать о так называемых прецедентных именах и образах - это имена собственные или образы, отсылающие читателя к конкретному тексту или к сверхтексту культуры, то есть к неопределенному множеству текстов данной языковой культуры, где они могут быть упомянуты.

Например:

Дело Дуремара живёт и процветает (КП-2000-№23)

Дуремар – персонаж киноверсии сказки о приключениях Буратино.

Суд должен взыскать со Скуратова 30 серебреников. (КП-2000-№16)

30 серебреников - библейский образ

"Вовочка" надежды учителей не оправдал. (КП-2000-№10)

Вовочка - персонаж популярных анекдотов.

Ей бы бороду. Синюю. (КП-2000-№8)

Синяя Борода - сказочный образ.

Представляются интересными наблюдения о том, какая группа источников прецедентных текстов является наиболее многочисленной. Проведённый анализ заголовков "Комсомольской правды" за 2000-2001 показал следующее (группы источников прецедентных текстов газетных заголовков перечисляются в порядке убывания их частотности):

1. Художественная литература - 26%.
2. Популярные песни - 22,5%.
3. Пословицы и поговорки - 1 6%.
- 4.Художественные и мультиликационные фильмы - 12% .
- 5.Устойчивые разговорные выражения, расхожие фразы -7%.
6. Крылатые фразы (известные высказывания знаменитых людей) - 4%.
- 7.Лозунги и известные выражения, связанные с историческими событиями -4%.
- 8.Фразеологизмы - 2,1%.
- 9.Рекламные тексты - 2%.
- 10.Прецедентные имена и образы - 2%.
- 11.Прочие источники - 2%.
- 12.Пародии, выступления известных сатириков, популярные анекдоты - 1%.
- 13.Популярные телепередачи и телевизионные игры - 0,2%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наиболее популярными в качестве источников прецедентных текстов для создания заголовков является художественная литература, популярные песни, пословицы и поговорки, художественные и мультиликационные фильмы. Внутри этих групп можно выделить фразы и конкретные произведения, наиболее часто используемые с этой целью журналистами.

Художественная литература

- 1) Я ль на свете всех милее, всех румяней и белее. (Пушкин А. С. "Сказка о мёртвой царевне и о семи богатырях")
- 2) В России две беды: дураки и дороги. (Гоголь Н.В. "Мёртвые души")
- 3) Ударим автопробегом по бездорожью и разгильдяйству. (Ильф И., Петров Е. "Золотой телёнок")

Популярные песни

- 1) Позвони мне, позвони...
- 2) Постой, паровоз, не стучите, колёса...
- 3) Наш паровоз вперёд летит. В коммуне остановка.

Пословицы и поговорки

- 1) Готовь телегу зимой, а сани летом.
- 2) Долг платежом красен.
- 3) Старый конь борозды не портит.

В качестве приёмов введения прецедентных текстов в газетные заголовки авторы используют в основном следующие:

Прямое цитирование:

Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались. (КП-2000-№25)

Верьте. Вздойт она, звезда пленительного счастья. (КП-2000-№180)

Непрямое цитирование:

- вопросительная трансформация прецедентного текста;
День рождения... Грустный праздник! (КП-2000-№231)
Оковы тяжкие падут? (КП-2000-№80)

Сегментированное цитирование:

Жажда летом не игрушка. Выпьем, няня, где же кружка. (КП -2000-№109)

Над Россией буря мглою небо кроет. Кроет и кроет... (КП-2000-№138)

-редуцированное цитирование:

Ах, лето красное, любил бы я тебя... (КП-2000-№ 125)

Карты- картишки брошены веером... (КП-2000-№15)

Контаминированное цитирование:

Налево пойдёшь - козлёночком станешь... (КП-2000-№13)

Использование модели прецедентного текста:

-использование синтаксической модели:

Губин пел, Богдан "торчал", Новиков права качал. (КП-2001-№165)

У них любовь - 130 серий, а не прогулки при луне. (КП-2001-№13)

-сионимическая субSTITУция элемента заголовка:

Родила мамаша в ночь не то парня, не то дочь! (КП-2000-№5)

Деревня, где скучал Давлатов... (КП -2000-№155)

-антонимическая. субSTITУЦИЯ элемента заголовка:

Племя молодое, но знакомое. (КП-2000-№201)

Копейка сегодня рубль не сбережёт. (КП-2000-№150)

Общий анализ газетных заголовков позволяет сделать вывод о том, что использование прецедентных текстов - весьма распространённый приём создания заголовков в современной российской публицистике. Взятые за основу прецедентные тексты создают в газетных заголовках семантическую многоплановость, языковую игру, основанную на процессе узнавания.

Языковые клише, известные как автору статьи, так и читателю, создают определённый эффект восприятия, привлекают внимание, надолго остаются в памяти, позволяя выполнять заголовкам, таким образом, свои основные функции. Несомненный интерес представляют семантические механизмы, создающие этот эффект. Выявление и изучение таких семантических механизмов требует серьёзного исследования.

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М., 1987.
2. Слышиkin Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. - М., 2000.

М.О. Фоминых

Использование прецедентных текстов в русском постмодернизме (на материале произведений В. Пелевина)

Под прецедентным текстом в данном случае понимается любая характеризующаяся цельностью, связностью последовательность знаковых единиц, обладающая ценностной значимостью для определенной культурной группы.

Прецедентным может быть текст любой протяженности, он может включать в себя, помимо вербального компонента, изображение или видеоряд.

Прецедентный текст формирует концепт. Любой текст, формирующий коллективный концепт, является прецедентным по

определению. Обладая способностью к образованию индивидуального концепта, текст становится прецедентным только в процессе коммуникации, когда носителю концепта удается добиться включения текста в систему ценностей какой - либо группы.

Прецедентные тексты непосредственно соотносятся с идеологическим контекстом эпохи. Под влиянием изменений в идеологии возможно изменение значения текста без изменения его формы, либо вытеснения старых текстов новыми. Реминисценции, апеллирующие к прежним текстам, не воспринимающимся в качестве прецедентных, могут сами приобрести статус таковых и стать предметом дальнейших реминисценций.

Выделяется пять основных видов реминисценций, служащих средством апелляции к концептам прецедентных текстов: упоминание, прямая цитация, квазицитация, аллюзия, продолжение.

Г.Г.Слышик предлагает классификацию концептов прецедентных текстов по следующим основаниям:

- 1) по носителям прецедентности;
- 2) по тексту-источнику;
- 3) по инициатору усвоения;
- 4) по степени опосредованности (Слышик 2000, с.70).

Классификация по тексту-источнику является наиболее традиционной. В рамках данной классификации существует множество различных вариаций, основанных либо на автохтонности прецедентного текста, либо на жанровой принадлежности. Общая картина использования прецедентных текстов в рассмотренных нами произведениях выглядит следующим образом:

- 1) классические или близкие к классическим произведения мировой литературы (включая религиозные тексты);
- 2) исторические афоризмы;
- 3) политические лозунги, плакаты и афоризмы социалистической и постсоциалистической эпохи;
- 4) анекдоты;
- 5) русские художественные литературные произведения социалистического периода;
- 6) советские песни (либо разновидности бардовской песни);
- 7) зарубежные песни;
- 8) рекламные слоганы (и визуальные элементы рекламы);

Количество выделяемых групп и их специфика зависят от целей и материала исследования.

В русском литературном постмодернизме конца двадцатого века не только представлены все вышеперечисленные разновидности

прецедентных текстов, но по причине частотности использования и видовому разнообразию апелляций к цитатам, они являются характерной чертой данной литературы (следует заметить, что в рамках постмодернизма выделяются так называемые “культовые” произведения и авторы, т.е. “знаковые”, часто предполагающие специфического адресата. Понятие “культурный” в этом смысле само по себе является прецедентным и часто заменяется понятием “концептуальный” в качестве синонима).

Для анализа нами были взяты некоторые произведения В.Пелевина. В романе Пелевина “Чапаев и Пустота”, персонажами которого являются симулякры и деконструированные цитации, по некоторым данным буквально или в перекодированном виде цитируются Борхес, Рамачарака, Достоевский, Пушкин, Шекспир, Чернышевский, Бальмонт, Набоков, Вик. Ерофеев, Блок, Булгаков, Фурманов, Шолохов, Л.Толстой, Шопенгауэр, Кант, Фрейд, Юнг, Маяковский, иеромонах Роман, Ницше, Библия, Тютчев, Солженицын, Майринк, Гребенщиков, революционные и народные песни, творения современной массовой культуры, буддистские и даосистские тексты.

В данном случае такое количество апелляций объясняется прежде всего тем, что действие романа затрагивает одновременно области личного бессознательного и культурного/коллективного бессознательного, которое, по определению Юнга, является “вотчиной возможных представлений, но не индивидуальной, а общечеловеческой, и даже общеживотной, и представляющей собой фундамент индивидуальной психики... Оно состоит из чего-то вроде мифологических мотивов и образов... Вся мифология – это как бы своего рода проекция коллективного бессознательного” (Юнг 1994, с.125).

В произведении представлены как непосредственно мифологические образы (Валгалла, Ямантака...), так и реально существовавшие/существующие, но получившие статус фольклорных благодаря своей популярности в народе, ставших героями анекдотов. Действие романа происходит в сознании главного героя в условиях единовременности прошлого-настоящего-будущего, а не конкретного исторического времени (по определению автора, это первый роман в мировой литературе, действие которого происходит в абсолютной пустоте). Иначе говоря, персонажи-симулякры действуют в пространственно-временном плане, который также является симулякром самого себя, т.е. ничем. Представленная в романе гиперреальность отражена с помощью цитации различных типов (аллюзия, квазицитация, прямая цитация, продолжение), образуя

текстовую концептосферу, включающую в себя фактические сведения, ассоциации, образные представления, ценностные установки. Таким образом, обнажается и исследуется до-личное, коллективное бессознательное в русском национальном архетеипе через шизоанализ личного бессознательного.

В романе «Generation ‘П’» цитация происходит не только в вербальной, но и в визуальной форме (обложка книги содержит сразу несколько прецедентных символов: портрет Че Гевары (свобода), лейблы пепси/кока-колы, Nike (маскуль), символ Инь-Ян (дуалистичное единство духа и материи). Действие романа снова происходит в условиях гиперреальности, о чем автор заведомо предупреждает читателя в форме аллюзии: «Названия товаров и имена политиков не указывают на реально существующие рыночные продукты и относятся только к проекциям элементов торгово-политического информационного пространства. Остальные совпадения случайны. Мнения автора могут не совпадать с его точкой зрения... Все мысли, которые могут прийти в голову при чтении данной книги, являются объектом авторского права. Их нелицензированное обдумывание запрещается».

Данное торгово-политическое пространство на текстовом уровне представлено посредством апелляции к рекламным слоганам, их квазицитации, создания слоганов на основе существующих известных текстов (“и родина щедро поила меня березовым “Спрайтом” ”). В данном случае апелляция двойная – текст песни и Б.Березовский как знаковый образ в современном российском торгово-политическом пространстве.

Как правило, сценарии рекламных клипов и слоганы основываются в романе на классических образцах, исторических легендах, национальных мифологемах. Тем самым предметы потребления (стиральный порошок “Ариэль”, одеколон от Хуго Босс, сигареты “Парламент” и т.д.) выступают на первый план по отношению к духовным ценностям, которые девальвируются и являются вспомогательными средствами для рекламы первых. Виртуальный субъект в романе получает кодовое обозначение Homo Zapiens, что дословно можно перевести как Человек Переключаемый (zapping – переключение каналов, чтобы не смотреть рекламу), управляемый средствами масс-медиа и, в частности, телевидением. Главный герой - рекламный криейтор – в конечном итоге становится деталью рекламы.

В упомянутых произведениях в основном посредством использования прецедентных текстов реализуется цитатное мышление, характерное для писателей-модернистов (Б. Мориссет

называл постмодернистскую прозу "цитатной литературой"). По определению цитатное мышление есть побочный результат общетеоретических представлений структурализма и раннего постструктурализма с их установкой на принцип интертекстуальности, в свою очередь оформленвшегося в философско-теоретическом плане как постулат смерти субъекта, а при анализе конкретного художественного произведения – как постулат смерти автора.

-
1. Ильин И.П. Постмодернизм. Словарь терминов. М., 2001.
 2. Пелевин В. Чапаев и Пустота. М., 1999.
 3. Пелевин В. Generation 'П'. М., 2000.
 4. Слышкин Г.Г. От текста к символу. М., 2000.
 5. Юнг К.Г. Проблемы души нашего времени. М., 1994.

Н.В. Фоминых

«По пространству русского языка с котомкой»

Так охарактеризовал прозу В. Березина М. Шишкин. Мы осмеливаемся распространить эту оценку на русскую прозу рубежа XX-XXI вв. (примерно 20 лет), намеренно не ограничивая материал рамками какого-либо одного направления, поскольку отмечаемая нами языковая игра свойственна рубежной русской литературе в целом (будь то постмодернизм, новый реализм, литература «о времени и о себе», обнаруживающая писательский дар научной и творческой интеллигенции, не относящейся к профессиональной писательской среде).

Появление языковой игры на страницах литературных произведений само по себе становится знаком, в соответствии с которым соответствующий литературный текст может быть отнесен к определенной временной и мировоззренческой среде.

Языковая игра в рубежных русских текстах осуществляется по определенным правилам. Цель игры: осуществить «дезорганизацию текста», которая позволила бы создать текст нового плана, характерными чертами которого являются смешение жанров, отсутствие заданной структуры, цитатность, ирония, разрушение имени собственного, использование метаязыковой функции как особого приема построения текста.

Остановимся на последней черте: введении в текст микротекста, эксплицирующего речемыслительный процесс создания и оценки основного текста. Способность обдумывать результаты своего поведения (в нашем случае – речемыслительного поведения) Р. Барт назвал «проайретическим кодом» (Барт 2001, с.43). Этот код формирует в свою очередь код рассказчика, о котором читатель получает информацию как о человеке определенного уровня знаний и образования, «фраза придает безгрешность повествованию, олицетворяющему культуру», «вид чего-то само собой разумеющегося», поскольку «язык существует всегда» (Барт 2001, с. 128).

Ср.: «Так, но с чего же начать, какими словами? Все равно, начни словами: там, на пристанционном пруду. На пристанционном? Но это неверно, стилистическая ошибка.

Водокачка непременно бы поправила, пристанционным называют буфет или газетный киоск, но не пруд, пруд может быть околостанционным...»(Соколов 2001, с.11).

«...а сейчас я опишу станцию...». (Там же). «Судя по всему, повествование наше движется к концу, и время решать, какое заглавие мы поставим на обложке. Добрый автор, я назвал бы вашу книгу ШКОЛА ДЛЯ ДУРАКОВ...»(Соколов 2001, с.255).

«Ученик такой-то, мне кажется, лучше всего начать словами: и вот. И вот она входила. Она входила в биологический кабинет...» (Соколов, с. 257). «Субботний сбор яблок. (название рассказа – Н.Ф.) Собственно, почему субботний?... но так как все это было довольно давно, будет справедливо кое-что и домыслить...» (Березин 2001, с. 170).

«Пусто и хорошо. Нет обязательств. Лучшая профессия – любить родину... Что? Даже само слово пишется непонятно – то ли с большой буквы, то ли с маленькой...» (Там же, с. 8).

« Сейчас я буду рассказывать об итальянцах. Итальянцы ... (Там же, с. 417).

«... образуется новое сообщество, живущее отдельной, им самим созданной виртуальной (как сегодня без этого термина книгу писать?) жизнью» (Коренева 2001, с. 103). «Только теперь, после того как рухнул советский режим (не успеешь написать, как все снова вспять...), многие из критиков картины, оглядываясь на свою молодость, не могут отделить её от майских парадов...» (Там же, с. 103).

С одной стороны, вынесение «лабораторного» языкового процесса на пространство текста фрагментирует его, нарушая целостность

повествования, с другой, - в тексте появляется знак современности, особого мировосприятия. Но поскольку знак получает значимость лишь в окружении других знаков, необходимо рассматривать все возможные ходы деструктуризации текста, приводящие к обратному процессу – структурной организации текста нового поколения.

Но это уже предмет иных описаний, «рационально мыслимых процессов, происходящих в современном фантастически сложном обществе» (Емелин 2002, с. 14).

-
1. Барт Р.С/З. М., 2001.
 2. Емелин В. Постмодернизм: в поисках определения. – <http://emelin.narod.ru/Postmodernizm.htm>.
 3. Березин В. Свидетель. С. - Пб., 2001.
 4. Соколов С. Школа для дураков. С. - Пб., 2001.
 5. Коренева Е. Идиотка. М., 2001.

Содержание

Теоретические проблемы описания национального сознания

Попова З.Д., Стернин И.А. Концептосфера и картина мира с.4

Национальные особенности языкового сознания

Фирсова Е.В. Лексико-фразеологическое поле «Богатство» в русском языке с.9
Хорошунова И.В. Структурные изменения в лексико-семантическом поле «Польза/Вред» с.12
Воронова Л.В. Национальная специфика семантики собственных имен в русском и английском языках с.16
Кучеренко С. Н. Девиантный ответ как способ реализации дополнительных целей в рамках информативного диалога с.21
Быкова О.И. Этноконнотированные «ключевые слова столетия» как отражение специфики немецкого национального сознания с.26
Топорова В.М. Антропоморфность языка в зеркале геометрической концептуализации с.33
Вахтель Н.М., Фридман Ж.И. Морально-нравственная лексика в русском языковом сознании с.38

Национальное коммуникативное сознание

Маслова Е.В. О некоторых закономерностях восприятия рекламного текста русским коммуникативным сознанием с.45
Зацепина Е.А. Концепты *вежливость, грубость* в русском коммуникативном сознании с.49
Шаманова М.В. К изучению категории *общение* в русском сознании с.56

Таранцей Ю.В. Национально-культурная специфика средств установления контакта в русском, английском и американском коммуникативном поведении	c.62
Шиляхина К.М. Стереотипы и коммуникативная толерантность	c.69
Морозова И. А. Гендерная лингвистика и описание языковой личности	c.74
Гетте Е.Ю. Проблемы описания гендерного коммуникативного поведения: гендер и профессия	c.80
Саломатина М.С. Языковая личность современного студента – филолога	c.84
Тавдгиридзе Л.А. Концепт <i>русский язык</i> в русской концептосфере	c.89
Лемяскина Н.А. Категория <i>иностранный язык</i> в коммуникативном сознании младшего школьника	c.93

Национальные особенности концептосферы

Кожевникова И.Г. Концепт <i>спорт</i> в русской концептосфере	c.97
Козельская Н.А, Попова Н.Н. Национальная специфика презентации концепта <i>порядочность</i> в русском и английском языках	c.102
Поталуй В.В. Концепт <i>руководитель</i> в русском национальном сознании	c.104
Лукашкова О.Ю. Концепты <i>друг</i> и <i>враг</i> в русской концептосфере (опыт моделирования)	c.107
Иващенко О.В. Оценка наличия/отсутствия знания и степени его истинности как когнитивный классификатор русских интеллектуальных концептов	c.113

Активные процессы в современном русском языке и русское языковое сознание

Шилова Г.Е. Иноязычная лексика в современной публицистике	c.119
Юмашева Г.Ю. Основные стилистические парадигмы современного русского языка (на материале имен существительных)	c.129
Киселева Г.В. Аббревиатуры в зеркале времени	c.139
Голуб В. Я. Современные иноязычные заимствования в свете лингвистических воззрений В. И. Даля	c.147

Вахтель Н.М., Хелан Карим Мохаммед. Семный состав лексических заимствований из арабского языка в сознании русскоговорящих	c.155
Кацевал А.А. Освоение иноязычной лексики жителями г. Борисоглебска	c.158
Черногрудова Е.П. Прецедентные тексты в современной публицистике (на материале заголовков «Комсомольской правды»)	c.164
Фоминых М.О. Использование прецедентных текстов в русском постмодернизме (на материале произведений В. Пелевина)	c.170
Фоминых Н.В. «По пространству русского языка с котомкой»	c.174
Содержание	c.177