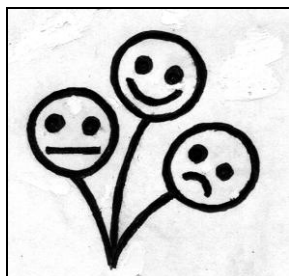


**Воронежский государственный университет  
Центр коммуникативных исследований  
Кафедра общего языкознания и стилистики**

# **Текст - дискурс - картина мира**

**Вып. 3**

*Продолжающееся научное издание*



**Воронеж  
2007**

Очередной (третий) выпуск межвузовского научного сборника «Текст – дискурс - картина мира» (первый вышел в 2005 г, второй – в 2006 г.) посвящен теоретическим и прикладным проблемам изучения взаимодействия текста, дискурса и картины мира. В сборнике представлены статьи ученых Астрахани, Борисоглебска, Волгограда, Воронежа, Ельца, Каунаса, Липецка, Москвы, Орла, Ульяновска, Ярославля, посвященные исследованию текста в традиционном, функциональном, прагматическом и когнитивном аспектах.

Предназначен для филологов, преподавателей русского языка и иностранных языков, литературоведов, преподавателей русского языка как иностранного, специалистов в области текста, дискурса, когнитивных исследований, культурологии и межкультурной коммуникации.

Редакционная коллегия:

д.ф.н. Вахтель Н.М., д.ф.н.Попова З.Д., д.ф.н. Стернин И.А.,  
д.ф.н.Чарыкова О.Н. - научный редактор

Компьютерная верстка и оригинал - макет –  
О.Н.Чарыкова, И.А.Стернин

© Коллектив авторов, 2007

Текст - дискурс - картина мира. Межвузовский сборник научных трудов.  
Вып.3. / Научный ред. О.Н.Чарыкова. Воронеж: изд-во «Истоки», 2007 г.  
200 экз., 238 с.

## От редколлегии

Предлагаемый вниманию читателей сборник продолжает тематическую серию публикаций, посвященных проблемам соотношения текста, дискурса и картины мира.

Сборник формируется в русле основной научной проблемы кафедры общего языкознания и стилистики «Язык и национальное сознание», но ориентирован на изучение национальной специфики текста и дискурса.

Редколлегия приглашает к сотрудничеству всех исследователей, занимающихся проблемами соотношения текста, дискурса и языкового сознания.

Электронный адрес редколлегии: [sternin@phil.vsu.ru](mailto:sternin@phil.vsu.ru).

## Вопросы теории

М.С. Мартынов, Е.М. Мартынова

### Текст как волновое явление

В современной лингвистике, как и в современном мире, исследователи часто пытаются связать или объединить в своей работе постулаты разных наук, провести параллели между явлениями, изучаемыми этими науками. Язык, будучи специфическим феноменом, изучался не только с позиции гуманитарных наук (включая психологию, социологию, психоанализ и т. д.), но при его исследовании применялись и методы наук негуманитарных (например, модель передачи информации Шеннона). Физика, являясь наукой о природе, на наш взгляд, очень близко соприкасается с лингвистикой при изучении такого явления, как коммуникация.

В ходе коммуникации (условимся, что мы имеем дело с диалогическим общением) собеседники обмениваются сообщениями, которые составляют текст. Текст есть некий сигнал, который адресант кодирует в соответствии со своим мировосприятием, концептуальным и языковым тезаурусами, и отправляет адресату, который, в свою очередь, декодирует данное сообщение в соответствии со своим тезаурусом и отправляет свой сигнал, связанный или не связанный с посланием партнера по взаимодействию. Эта модель коммуникации называется интерактивной или усовершенствованной линейной моделью. Если рассматривать процесс коммуникации с точки зрения физики, то можно представить сигнал (сообщение) в виде линейной световой волны. «Волны – изменения некоторой совокупности физических величин (полей), способные

перемещаться (распространяться), удаляясь от места возникновения, или колебаться внутри ограниченных областей пространства» (Физическая энциклопедия 1988, с. 315).

Следовательно, простейший текст представляет собой монохроматическую волну. Более сложный текст, состоящий из нескольких волн, отождествляется с волновым пакетом. «Волновой пакет – волновое образование из колебаний произвольной природы, представляющее собой суперпозицию (наложение) плоских монохроматических волн с близкими значениями частот и волновых векторов» (там же, с. 314).

В лингвистике принято считать, что передача сообщения происходит по двум каналам: вербальному и невербальному. В свою очередь, невербальный канал представлен четырьмя субканалами: акустическим, оптическим, тактильно-кинестезическим и ольфакторным. Можно также предположить, что существует еще третий канал (назовем его энергетическим) по которому передается позитивная или негативная энергия или поле, свидетельствующее о психофизическом состоянии коммуниканта.

Таким образом, текст может быть представлен как волновой пакет, включающий от одной до шести взаимосвязанных волн, соответствующих каналам передачи. Надо отметить, что выделение канала достаточно условно, поскольку мы имеем дело не с каналом, как, например, в проводной связи, а скорее со средством передачи сигнала.

Волны, входящие в волновой пакет, имеют разную длину, амплитуду, но, исходя из определения, примерно одинаковую частоту. По мере прохождения расстояния до адресата волны могут подвергаться воздействию со стороны друг друга, препятствий, адресата.

Теперь обратимся к рассмотрению основных волновых явлений в физике и интерпретируем их с точки зрения лингвистики. Одним из важных явлений, оказывающих влияние на передачу сигнала, считается интерференция. В физике интерференция (от лат. *inter* – взаимно, между собой и *ferio* – ударяю, поражаю) определяется как «взаимное усиление или ослабление двух (или большего числа) волн при их наложении друг на друга при одновременном распространении в пространстве» (Физическая энциклопедия 1990, с.163). Волны, имеющие одинаковые фазы, усиливают друг друга, а противоположные ослабляют. Что происходит в процессе коммуникации? Сигналы, переданные по разным каналам, либо суммируются, тем самым усиливая друг друга, либо противоречат друг другу, при этом ослабляясь или затухая. Последнее происходит в случае, когда невербальная составляющая коммуникации (взгляд, жест, улыбка) не соответствует вербальному сообщению. Если адресат декодирует волновой сигнал как противоречивый, можно считать, что волна, т. е. изначально задуманное вербальное послание отправителя, не доходит до адресата, затухает.

«Явления, связанные с отклонением от лучевого распространения волны, называются дифракцией. К дифракционным относятся фактически все эффекты, возникающие при взаимодействии волн с объектами любых, даже очень малых в сравнении с длиной волны размеров (Физическая энциклопедия 1988, с.322). Объектами, меняющими направление распространения сигнала в коммуникации, можно считать различного рода «шумы» в канале связи.

Явления отражения и преломления, или рефракции, связаны с дифракцией. На наш взгляд, они возникают при достижении волнами адресата. Затем они преломляются в сознании получателя и могут стать либо причиной порождения ответной волны, либо отражаются, меняя свои свойства, и возвращаются к отправителю. В фокусе нашего исследования находится аномальная коммуникативная ситуация. Согласно С. И. Ожегову, аномалия – это «отклонение от нормы, общей закономерности; неправильность» (Ожегов 1978, с.27), а норма – «узаконенное установление, признанный обязательным порядок, строй чего-либо» (Там же, с.382).

Т. В. Булыгина и А. Д. Шмелев называют аномальными такие явления, «которые нарушают какие-либо сформулированные правила или интуитивно ощущаемые закономерности. Тем самым явление оказывается аномальным не само по себе, а относительно тех или иных законов» (Цит. по: Радбиль 2005, с. 53).

Под аномальной коммуникативной ситуацией мы понимаем отклонение от успешной коммуникации, которая, в свою очередь, означает достижение коммуникантами своих коммуникативных и практических целей. Основное отклонение – это коммуникативный конфликт (КК). Кроме того, в процессе речевой интеракции у одного или обоих коммуникантов может возникать состояние коммуникативного дискомфорта (КД). Коммуникативная неудача (КН) рассматривается нами либо как перлокутивный эффект высказывания или коммуникации в целом, либо как причина возникновения КК или КД или обоих вместе. Необходимо сказать, что эти понятия различаются не только по своему значению, но и по своей природе: КК подразумевает какой-то процесс, деятельность, КД – это состояние, а КН – это обычно результат какой-то речевой деятельности.

Волна небольшой мощности, идущая навстречу другой или пересекающая ее, не изменяется сама и не изменяет другую волну. Таким образом, волна неизменна, как неизменен текст. Если же мощность двух сталкивающихся волн огромна, то они возмущают друг друга подобно взрыву. Взрывом в коммуникации можно назвать пик или апогей коммуникативного конфликта. Волны, постепенно усиливаясь, создают вокруг себя более сильное волновое поле и обретают энергию, способную взорвать коммуникацию. Конечно, не каждый конфликт заканчивается взрывом. Причиной возникновения коммуникативного дискомфорта можно считать дифракцию.

Данная статья представляет собой лишь первичное осмысление рассматриваемых явлений и попытку авторов установить связь между понятиями, используемыми в естественных и гуманитарных науках.

---

Ожегов С. И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1978. – 846с.

Радбиль Т. Б. Норма и аномалия в парадигме «реальность – текст»// Филологические науки. – № 1. – М., 2005. – С. 53-56.

Физическая энциклопедия/Гл. ред. А. М. Прохоров. – М.: Советская Энциклопедия. – Т. 1 – 1988. – 704 с.

Физическая энциклопедия Гл. ред. А. М. Прохоров. – М.: Советская Энциклопедия. – Т. 2 – 1990. – 703 с.

Г.П. Стуколова

### **Текст как источник порождения синтаксических структур**

Изучение текста было и остается до сих пор одной из самых актуальных задач языкознания. Непреходящий интерес к его исследованию обусловлен стремлением познать бытие языка, объяснить те лингвистические явления, которые раскрываются только при функционировании языковых единиц в речевых фрагментах, больших, чем предложение.

Изучение текста осуществлялось по нескольким направлениям, получившим разные названия (структура текста, лингвистика текста, грамматика текста, герменевтика текста), разными методами и в разных целях (См., например: Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. VIII 1980; Проблемы цельности и связности текста 1982; Текст как психолингвистическая реальность 1982; Текст как инструмент общения 1983; Исследования по структуре текста 1987; Москальская 1990), что привело к созданию общей теории текста, однако научной теории, которая была бы способна служить основой для решения любой проблемы, связанной с текстом, до сих пор не создано.

Одной из первых попыток изучения текста явилась грамматика текста, которая условно делилась на «порождающую грамматику» и лингвистику текста. Предметом рассмотрения генеративной грамматики было и остается предложение как единица текста. А лингвистика текста рассматривала текст как целое, считая его (а не предложение) непосредственной данностью, для продуцирования и восприятия которой существуют определенные правила и условия.

Подобный взгляд на текст как на непосредственную данность, существующую до любого анализа, побудил исследователей по-иному взглянуть и на предложение как основную единицу языка, и на текст как единицу речи. Однако при изучении текста исследователи отталкивались

все же от анализа предложения, считая, что грамматическое описание текста может рассматриваться как обобщение грамматического описания предложения, а грамматическое описание отдельных предложений текста может являться частью описания текста (Проблемы теории текста 1978, с. 40). Стало очевидным, что ни логические исчисления, ни формальная логика, ни обычные грамматики, в том числе и порождающие, которые пытались изучать текст через изучение его частей – предложений, так и не смогли дать объяснения структурно-семантическим особенностям естественного текста. Поэтому, несмотря на многочисленные исследования и большой объем описанного материала, многие вопросы, касающиеся теории и анализа текста, остаются нерешенными или решаются неоднозначно. Осталось невыясненным, что такое текст; как понимается текст и как он хранится; в чем целостность текста и чем он отличается от механического соединения предложений; каковы основные качества текста и его грамматические особенности; возможно ли порождение текста и, если возможно, то каким образом; каковы границы текста; текст - это единица речи или единица языка.

Онтологический статус текста так до конца и не определен, нет единого, носящего терминологический характер определения текста (Гальперин 1981). Текст трактуется исследователями «узко» или «широко» в зависимости от того, к какому направлению теории текста принадлежит исследователь (выявляются ли содержательные компоненты текста, связанные с обеспечением правильной коммуникации и правильного построения текста вообще, или выявляются глубинные смыслы, содержащиеся в одном каком-либо замкнутом тексте), в зависимости от того, какой из аспектов изучения текста его интересует (психологический, лингвистический, прагматический, онтологический, когнитивный и др.), в зависимости от типа анализируемого текста (простой или сложный, устный или письменный, к какому типу речи и какому стилю относится).

Одни исследователи (К.А. Долинин, К. Кожевникова, Л.А. Новиков, Г.Я. Солганик, З.Я. Тураева) считают текст сложным структурно-семантическим образованием, созданным на основе лексического, логического и грамматического единения предложений, подчеркивая при этом, что предметом изучения являются объемные письменные художественные тексты, протяженность которых больше, чем одно высказывание. Другие (Г.В. Колшанский, О.Л. Каменская, Е.В. Сидоров) называют текст срединным элементом схемы коммуникативного акта, некоей коммуникативной системой речевых знаков, воплощающей сопряженную модель деятельности адресата и отправителя сообщения. Третьи же (Ю.М. Лотман, Т.М. Николаева, Б.А. Успенский), опираясь на положения семиотики, понимают под текстом объединенную смысловой связью последовательность вербальных знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность. Связность, цельность и членимость при этом традиционно считаются основными признаками

(качествами) текста, воплощающимися в целом наборе текстовых категорий – содержательной и формальной связности, информативности, интенциональности, модальности, прагматической направленности и некоторых других. Думается, что и решение проблемы определения онтологического статуса текста, и решение проблемы порождения и понимания текста кроется в необходимости разграничения двух уровней анализа – уровня синтаксической грамматики (уровня языка) и уровня текста (уровня речи).

Вероятно, следует различать и два процесса, которые ведут к образованию текстов: языковую деятельность и, возможно, деятельность только речевую. В результате языковой деятельности порождение текста происходит в согласовании с правилами, составляющими систему языка. В результате же речевой деятельности – сложного психологического процесса – «рождается» текст, который может быть организован не по правилам системы языка (или в котором соблюдены не все языковые правила). Сама речь как деятельность, в процессе которой создаются и функционируют речевые произведения, не всегда организована по языковым правилам и не всегда является результатом реализации языковой системы.

Тексты, таким образом, могут быть так называемыми «языковыми», порожденными системой языка, и «речевыми», порожденными говорящим непосредственно в речи со слабым взаимодействием с языковой системой.

«Языковые» тексты представляют собой упорядоченное множество предложений, объединенных различными типами лексической, логической и грамматической связи; некое сложное единство, структурно-семантическое образование, способное передавать определенным образом организованную и направленную информацию. Такие тексты должны отличаться правильностью и обработанностью, обладать такими качествами, как цельность, связность и членимость. Именно «языковые» тексты можно изучать с опорой на синтаксическую систему языка, выстраивая грамматику текста на базе трансформационной грамматики предложения.

Тексты же как результат реализации речевой деятельности – это некая иная данность (возможно, находящаяся вне говорящего), это некий феномен, некая информационная структура, которая улавливается и обрабатывается интенцией и компетенцией говорящего непосредственно в речи, при этом операции, связанные с обработкой информации – фиксацией события реальной или ирреальной действительности – могут быть осуществлены как с помощью вербальных средств, так и с помощью невербальных.

В этом смысле текст как срединный элемент схемы коммуникативного акта – это некая формальная конструкция. Возможно, это сама действительность (как совокупность связанных между собой явлений и отношений между явлениями), которую человек «читает» и, осмысляя



полученную информацию, пытается ее закодировать речевыми последовательностями, что и ведет к созданию «речевого» текста. Фиксируя смыслы в речи, говорящий не всегда апеллирует к языковой системе, единицы которой (языковые синтаксические знаки) могут оказаться неприспособленными для передачи тончайших оттенков информации, неуловимых смыслов, нюансов, связанных с той или иной обозначаемой ситуацией, поэтому «речевой» текст не всегда отличается правильностью и обработанностью (зачастую он строится спонтанно, по принципу «как получилось» или «лишь бы сказать»).

В реальной языковой практике необработанный «речевой» текст может быть встроен в «языковой» текст, а может представлять собой и самостоятельное произведение, если это, например, одна коммуникативная реплика; при этом ни говорящий, ни слушающий не различают «языковой» текст и «речевой» текст. Однако именно «речевые» тексты как попытка зафиксировать полученную в процессе отражения и познания явлений действительности информацию, являются первичными, в отличие от «языковых» текстов – вторичных, обработанных, созданных по правилам.

В первичных «речевых» текстах рождаются новые синтаксические конструкции, фиксирующие внеязыковую ситуацию, причем некоторые из синтаксических структур так и остаются в речи, другие же фиксируются языковой системой и становятся затем единицами вторичных «языковых» текстов. Поэтому изучать «речевые» тексты, опираясь на принципы генеративной грамматики, вряд ли возможно, поскольку «речевые» тексты не состоят из синтаксических языковых структур - они их формируют. Только в «речевом» тексте появляются так называемые деформированные синтаксические структуры, фразеологизированные конструкции, конструкции с грамматическими нарушениями (*Кто нашел ключи, они на вахте; Ты сейчас когда приедешь? Ты зачем сюда стоишь? Вам где место? Кому как не вам об этом говорить; Кто другой, а я приду один; На что у нас зимы холодные, но и мы замерзли*).

Так, например, несвободные синтаксические конструкции (синтаксические фразеологизмы), отличительными признаками которых являются немотивированность грамматических связей между компонентами модели и немотивированность грамматической семантики, представляют собой результат действия в языке сложного естественного процесса – процесса фразеологизации, сущность которого состоит в обособлении, изоляции единиц разных уровней от соотносимых с ними свободных построений. Изоляция и обособление происходят прежде всего за счет нарушения системных, регулярных связей между структурой и лексическим наполнением той или иной единицы, с одной стороны, и ее семантикой (лексической и грамматической) – с другой. Асимметрия этих двух сторон языковой единицы зачастую сопровождается семантическим сдвигом (метафоризацией), десемантизацией (полной или частичной) отдельных элементов предложения или словосочетания и лексикализацией десемантизированных элементов. Десемантизацию и лексикализацию

можно наблюдать в таких несвободных конструкциях, как *смотря кому; столб столбом; не успел войти, как прозвенел звонок; достаточно один раз прочитать, чтобы запомнить; что касается меня, то я всегда рада помочь*, в которых выделенные слова утрачивают свое значение, но в сочетании с другими словами приобретают новое значение, выполняя чаще всего функцию выделительной частицы, союза, зачина, ввода, концовки.

Фразеологизация синтаксических конструкций (так же, как и деформация модели предложения или нарушение грамматических правил при построении конструкции) порождает их особую семантическую емкость, позволяя говорящему зафиксировать и передать не столько внеязыковую ситуацию, сколько эмоциональное и оценочное отношение к ней. Появившись в «речевом» тексте как своеобразные речевые игры и эксперименты, многие из фразеологизированных конструкций зафиксировались особой структурной схемой и закрепились в синтаксической системе языка.

Итак, и языковая деятельность, и речевая деятельность являются разновидностью семиотической деятельности и ведут к образованию текстов; но если в процессе языковой деятельности функционируют уже существующие знаки (и лексические, и синтаксические), то в процессе речевой деятельности эти знаки рождаются: «речевой» текст и представляет собой источник порождения языковых единиц.

«Языковые» тексты – предмет изучения грамматики текста, «речевые» тексты должны стать предметом изучения лингвистики текста.

Разделение двух лингвистических научных направлений, изучающих процессы порождения и становления как изначальных текстов (или их элементов), так и синтаксических структур, помогут ответить не только на вопросы, связанные с процессами текстообразования, но и выяснить, каким образом в тексте рождаются синтаксические структуры, как они затем формируются в структурные синтаксические схемы, какие из них «уходят» в язык, а какие остаются в тексте и, наконец, по каким правилам на базе синтаксических языковых структур создаются тексты второго уровня.

---

Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.; 1981.

Долинин К.А. Интерпретация текста. – М., 1985.

Исследования по структуре текста. – М., 1987.

Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М., 1990.

Кожевникова К. Об аспектах связности в тексте как целом // Синтаксис текста. – М., 1979.

Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – М., 1984.

Лотман Ю.М. Структура художественного текста. – Тарту, 1981.

Москальская О.И. Грамматика текста. – М., 1990.

- Николаева Т.М. Лингвистика текста. Теория текста. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990.
- Новиков Л.А. Художественный текст и его анализ. – М., 1988.
- Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. VIII. – М., 1980.
- Проблемы теории текста. – М., 1978.
- Проблемы цельности и связности текста. – М., 1982.
- Сидоров Е.В. Проблемы речевой системности. – М., 1987.
- Солганик Г.Я. Стилистика текста. – М., 1997.
- Текст как инструмент общения. – М., 1983.
- Текст как психолингвистическая реальность. – М., 1982.
- Тураева З.Я. Лингвистика текста. – М., 1986.
- Успенский Б.А. Семиотика искусства. Поэтика композиции. – М., 1995.

О.Н.Чарыкова

### **Художественная картина мира как объект лингвокогнитивного исследования**

Художественная картина мира составляет существенную грань концептуального образа действительности. В литературе она запечатлена в текстах.

Художественный текст является отражением языковой личности автора и репрезентирует индивидуально-авторскую модель мира. Это становится возможным в результате использования языка в его эстетической функции. Внутренняя индивидуальная модель мира автора, специфика видения им мира находит свое отражение на всех уровнях иерархически организованной структуры текста и обуславливает отбор именно таких элементов, которые по своим языковым свойствам являются наиболее действенными для репрезентации авторского понимания действительности, а также для реализации прагматических установок текста. Поэтому представляется возможным использование методов лингвистического анализа для выявления заложенной в тексте картины мира, т.е. его концептосферы. Следует также иметь в виду, что репрезентация индивидуально-авторской картины мира в художественном тексте основана на соотношении узуальных и окказиональных параметров.

Представление писателя о мире, его модель мира воплощается в словесной форме. Поэтому постижение концептосферы художественного текста становится возможным прежде всего в результате анализа его лексики. Существует определенная зависимость частотности лексем, набора семантических групп от авторской концепции и тематики произведения, то есть автор использует лексемы, называющие наиболее релевантные для него объекты внешнего и внутреннего мира.

Вместе с тем слово, употребленное в художественном произведении, отражает индивидуальные особенности восприятия называемого данной

лексической единицей феномена, подчиняется задаче выражения мировидения художника. Некоторые авторы восполняют отсутствие в системе языка лексем, адекватно отражающих индивидуальные ментальные сущности, созданием собственных лексем-неологизмов.

Поскольку, как указывал Ю.М. Лотман, единицы художественного текста упорядочены по вертикали и по горизонтали, исследование необходимо проводить, учитывая и парадигматический, и синтагматический аспект. Индивидуальное мировосприятие проявляется и в специфике установления отношений между единицами художественного текста как по вертикали, так и по горизонтали.

Применительно к парадигматике следует отметить, что между языковыми и текстовыми лексическими парадигмами существуют отличия. Языковые парадигмы систематизируют лексические единицы и «поставляют» языковой материал для формирования текста, но парадигматические связи в пределах текста видоизменяются. Языковые парадигмы могут при этом учитываться в двух вариантах. Во-первых, для оценки смысла текста и отраженной в нем картины мира информативен выбор определенной единицы из множества возможных обозначений референта (то есть из парадигмы), поскольку автор выбирает элемент языковой системы, наиболее точно, по его мнению, соответствующий замыслу, и понять основания выбора можно, только зная значение остальных членов множества. Во - вторых, в тексте редко все слова принадлежат к разным лексическим парадигмам. В большинстве случаев даже на небольшом участке художественного текста встречается несколько единиц, принадлежащих одной тематической или лексико-семантической группе. То есть в плане соотношения с узусом можно говорить о частичной реализации языковой парадигмы в тексте.

Специфика художественного мировосприятия проявляется в том, что в рамках текста (или группы текстов, объединенных общей прагматической задачей, например, в цикле стихов или рассказов) образуются функциональные объединения лексических единиц, к числу которых относятся следующие:

- парадигма семем одной лексемы;
- семантико-словообразовательная парадигма дериватов одного словообразовательного гнезда;
- расширение языковой лексической парадигмы за счет включения в нее индивидуально-авторских лексем-неологизмов;
- расширение системно-языковой лексической группировки за счет включения в нее лексем, относящихся к другим лексико-семантическим объединениям, но в результате специфики индивидуально-авторского мировосприятия получивших способность вступать в отношения функциональной эквивалентности с единицами исходной группы.

Таким образом, парадигматика художественного текста, отражая парадигматику языковой системы, отличается специфическими модификациями парадигм, которые обусловлены индивидуально-

авторским восприятием и моделированием мира в художественном произведении.

Поскольку общеизвестным является тот факт, что концепт как когнитивная единица, будучи ментальной сущностью, репрезентируется лексемой, его слои соотносятся с семемами, а когнитивные признаки – с семами, то бесспорной представляется возможность выявления типов представленных в художественном тексте концептов и их специфических признаков через анализ лексического состава произведения и специфику представленных в нём текстовых лексических парадигм. Лингвокогнитивный подход к анализу полученных данных позволяет утверждать, что в художественных текстах репрезентируется концептосфера особого рода, в состав которой могут входить различные типы концептов.

Во-первых, базовую часть художественной концептосферы составляют немодифицированные национальные концепты, выбор которых обусловлен их релевантностью в отражении авторского мировосприятия и максимальным соответствием прагматическим задачам.

Во-вторых, художественная концептосфера включает национальные концепты, подвергшиеся авторской модификации в соответствии со спецификой творческой интерпретации объективного мира и художественными задачами каждого из художников слова. Модификация может заключаться в следующем.

1. Используя национальный концепт, автор акцентирует, выдвигает на первый план определенные признаки данного концепта, что при их лексической репрезентации делает возможным возникновение таких явлений, как контекстуальная синонимия и антонимия. Возникновение контекстуальных синонимов и антонимов становится возможным потому, что нерелевантные для данной ситуации концептуальные признаки репрезентируемых этими лексемами концептов нейтрализуются, а на первый план выходят и вступают в отношения сходства или противоположности наиболее значимые для картины мира художника признаки единиц национальной концептосферы.

2. В случае, когда концепт национальной концептосферы имеет сложную, многослойную структуру и репрезентируется в языке полисемичным словом, автор может особым, только ему присущим способом совмещать, комбинировать признаки такого многослойного концепта. Специфика их соотношения между собой, как и наличие специфических концептуальных признаков, определяется индивидуальной картиной мира данного автора, отличительными особенностями его индивидуальной концептосферы.

3. В рамках художественной концептосферы авторы могут включать в национальный концепт индивидуально-авторские концептуальные признаки.

В-третьих, в художественной концептосфере представлены такие индивидуально-авторские концепты, для которых нет обозначения в

национальном языке. В этом случае возможны три способа репрезентации подобных когнитивных единиц: а/ описательный, б/ при помощи индивидуально-авторского неологизма, в/ посредством индивидуально-авторской метафоры.

В плане синтагматики автор, во-первых, использует узуальные типы пропозиций, репрезентируемые типовой сочетаемостью и наиболее адекватно отражающие восприятие им мира. Специфической особенностью художественного текста является то, что в нем наряду с узуальной сочетаемостью слова проявляется его окказиональная сочетаемость. «Окказиональность, - указывает Эр. Ханпира, - есть известная степень незаданности речевого факта системой языка, что создает определенную степень неожиданности такого факта для языковой системы».

Совмещение в художественном тексте узуальных и окказиональных составляющих объясняется тем, что в нём совмещаются две тенденции: с одной стороны – стремление к понятности, а следовательно, к регулярности используемых средств, что проявляется в узуальном словоупотреблении и узуальной сочетаемости (так осуществляется коммуникативная функция), с другой – к выразительности, образности (так осуществляются эстетическая и прагматическая функции языка). Как известно, в качестве главного компонента специфики художественной речи выделяют художественно-образную речевую конкретизацию. Образность основывается на нарушении привычных связей и ассоциаций. По справедливому замечанию А. А. Леонтьева, на уровне сознательного контроля мы не сосредоточиваем специального внимания на речевом явлении, если оно соответствует тому, что мы ожидаем в данном месте речи. Но если происходит какое-то отклонение от нормы, возникает какое-то затруднение, то это речевое явление (или его отсутствие) становится актуально осознанным (Леонтьев 1969, с. 143), то есть ценность сообщения связана с его неожиданностью, непредвиденностью, оригинальностью. Поэтому нестандартная сочетаемость слов в тексте – это проявление эстетической функции языка и специфики авторского мировосприятия.

Расширение сочетательных возможностей лексических единиц в контексте представляет собой средство создания образа. По мысли А. А. Потебни, «...элементарная поэтичность языка, то есть образность отдельных слов и постоянных сочетаний..., ничтожна сравнительно со способностью языков создавать образы из сочетания слов, все равно образных или безобразных» (Потебня 1985, с. 27).

Значение слов в художественном тексте обогащается, приобретает возможность вступать в различные смысловые связи и ассоциации для более полного выражения мыслей автора, владеющих им чувств, индивидуального мировосприятия. Это осуществляется в результате расширения сочетательных возможностей слов, а также специфической, индивидуально-авторской организации их семантической структуры. Наличие в семантеме той или иной лексемы различных по типу сем дает

возможность автору путем создания различных контекстных условий актуализировать одни и нейтрализовать другие в целях создания художественного образа. Частотность индивидуальных сочетаний, их функциональная нагрузка обуславливают своеобразие идиостиля и отражают специфику индивидуальной картины мира художника слова.

Если узуальная сочетаемость репрезентирует общенациональную когнитивную структуру, то окказиональная – индивидуально-авторскую, которая возникает вследствие *специфического* соотнесения национальных концептов, результатом которого становится *специфическая* организация концептуальных признаков данной когнитивной структуры. Посредством индивидуальных концептов и индивидуального характера их соотнесения автор выражает *уникальный* взгляд на репрезентируемую в художественном тексте ситуацию. Частотность индивидуальных сочетаний, их функциональная нагрузка обуславливают своеобразие идиостиля и отражают специфику индивидуальной картины мира художника слова.

Например, окказиональное употребление глагола, устанавливает такие связи между ним, его актантами и ситуантами, которые соответствуют индивидуальной творческой репрезентации действительности. В этом случае в рамках художественного текста создаются индивидуально-авторские пропозиции, в которых нарушается изосемия лексических и синтаксических параметров предложения, устанавливаются специфические связи между концептами, не сопрягаемыми с точки зрения обыденного сознания, что приводит к возникновению метафоры. Если языковая метафора репрезентирует общенациональную когнитивную структуру, даёт национальное осмысление экстралингвистической ситуации, то художественная метафора посредством индивидуальных концептов и/или индивидуального характера их соотнесения кодирует уникальный взгляд на представленную ситуацию.

Расширение сочетательных возможностей лексических единиц в контексте представляет собой средство создания образа. По мысли А. А. Потебни, «...элементарная поэтичность языка, то есть образность отдельных слов и постоянных сочетаний..., ничтожна сравнительно со способностью языков создавать образы из сочетания слов, все равно образных или безобразных» (Потебня 1985, с. 27).

Значение слов в художественном тексте обогащается, приобретает возможность вступать в различные смысловые связи и ассоциации для более полного выражения мыслей автора, владеющих им чувств, индивидуального мировосприятия. Это осуществляется в результате расширения сочетательных возможностей слов, а также специфической, индивидуально-авторской организации их семантической структуры. Наличие в семантеме той или иной лексемы различных по типу сем дает возможность автору путем создания различных контекстных условий актуализировать одни и нейтрализовать другие в целях создания художественного образа.

Если узуальная сочетаемость репрезентирует общенациональную когнитивную структуру, то окказиональная – индивидуально-авторскую, которая возникает вследствие *специфического* соотнесения национальных концептов, результатом которого становится *специфическая* организация концептуальных признаков данной когнитивной структуры. Посредством индивидуальных концептов и индивидуального характера их соотнесения автор выражает *уникальный* взгляд на репрезентируемую в художественном тексте ситуацию. Частотность индивидуальных сочетаний, их функциональная нагрузка обуславливают своеобразие идиостиля и отражают специфику индивидуальной картины мира художника слова.

Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. М., 1969.

Потебня А.А. Структура и функционирование поэтического текста //Очерки лингвистической поэтики. М.: Наука, 1985.

## Языковая картина мира

Е.О.Атланова

### Бином «евро» в современной русской языковой картине мира

В результате активного процесса словообразования в языке возникают составные наименования: Интернет-кафе, бизнес-вумен, СМС-игра, VIP-персона, пиар-технологии, пиар-очки и т.д. Слова, образованные путем калькирования с английского языка в присущем данному языку порядке, В. Г. Костомаров называет биномами (Костомаров 1984, с. 81). Наиболее частотными элементами в подобных составных наименованиях выступают, как считает И.А. Стернин, компоненты *рок-*, *бизнес-*, *шоу-*, *поп-*, *-клуб*, *арт-*, *-банк*, *экспресс-*, *-центр*, *пресс-* (Стернин 2004, с. 31).

В свете последних тенденций словообразования мы не можем оставить без внимания еще один бином – *евро*. Рассмотрим конкретные примеры.

Выезжая из города Воронежа, любой человек, заинтересованный в модном и современном дизайне своего дома может заказать *еврозабор*. А в центре города Борисоглебска, человек, желающий построить свой дом из высококачественных материалов, может приобрести *евроцемент*. Реклама страховой компании на рекламном щите в г. Воронеж гласит: «Теперь в Воронеже ОСАГО на европейском уровне!» В Интернете на сайте Днепропетровска (Украина) находим следующий текст: «Уважаемые жители и гости нашего замечательного города Днепропетровск! Мы рады предложить вам альтернативу множеству гостиниц нашего города – это



**евро-квартиры** в престижных районах и с хорошими условиями проживания». (uyutdnepr.narod.ru) Вряд ли на Украине названные **евроквартиры** строятся по европейским чертежам и моделям. Речь скорее всего идет о благоустроенном, отремонтированном при помощи современных, качественных материалов и расположенном в благоустроенном районе с развитой инфраструктурой жилье.

В 2003 году активно шел проект Евромания: «21 декабря радиостанция «Эхо Москвы» начинает информационно-игровой проект **«Евромания»**, приуроченный к переходу Европы на единую валюту с 1 января 2002 года» (<http://www.adverus.ru>). Люди по всей стране делают **евроремонт**: «Большую трехкомнатную квартиру, в которой хозяйка (Людмила Зыкина) все никак не соберется сделать **евроремонт**, оценивают в \$500 тысяч» (МОЁ №13 (593) 28 марта – 3 апреля 2006 г., с. 47). «Надо сказать, актер (А. Домогаров) вообще обставил своё жилище в стиле минимализма, а с **евроремонтом** и вовсе не заморачивался» (МОЁ №13 (593) 28 марта – 3 апреля 2006 г., с.47).

Не так давно функционирует Евротоннель, тоннель под Ла-Маншем (*фр. le tunnel sous la Manche, англ. the Channel Tunnel* или *Euro Tunnel*) – тоннель, соединяющий континентальную Европу с Великобританией. Это одно из величайших строений XX века и символ объединяющейся Европы, одно время он удерживал звание самого протяжённого тоннеля в мире: «Движение поездов по **Евротоннелю** было остановлено из-за группы беженцев, прорвавшихся вечером 25 декабря внутрь тоннеля» ([http://www.magnolia-tv.com/news/2001-12-26/eurotunnel/?&no\\_cache=990526753](http://www.magnolia-tv.com/news/2001-12-26/eurotunnel/?&no_cache=990526753)).

В Интернете также можно найти «строгую и минималистичную flash-презентацию бренда **Евробанк**» ([www.allflash.ru/ebpresent.html](http://www.allflash.ru/ebpresent.html))

Вполне логично предположить, что люди, разрабатывающие рекламные плакаты и щиты, тексты объявлений, заметки в газетах, стремятся вложить в рекламируемый товар при помощи элемента *евро-* и слова *европейский* то высшее, европейское качество производимой или предлагаемой покупателю продукции и услуги, которыми гордится Европа.

Любая перекройка карты мира в политическом, экономическом и др. планах влечет за собой определенные изменения, которые отражаются в первую очередь в языке. После образования Объединенной Европы, Европейского Содружества – ЕС, эта тенденция проявилась достаточно ярко, и вот слова, которые появились в языке после этого события: *еврозона, евровалюта, евробанк, еврокомиссар, Евросоюз, евростандарт, евроцент* и др.

В электронной энциклопедии Кирилла и Мефодия находим следующее определение *евро*: «ЕВРО, валютная единица Европейского союза (ЕС), введена в 1979, но до 1996 называлась *экю*. С января 1999 все расчеты между странами ЕС производятся в евро, также в этой валюте указываются внутренние розничные и оптовые цены. В 2002 введено в наличное обращение. В 2003 получает распространение в 12 странах Евросоюза:

Австрии, Бельгии, Германии, Греции, Ирландии, Испании, Италии, Люксембурге, Нидерландах, Португалии, Финляндии, Франции. Имеет хождение в Андорре, которая не присоединилась к валютному соглашению о евро официально. В Сан-Марино, Монако и Ватикане выпущены монеты евро собственного дизайна».

Данная европейская валюта с 2003 года принята в обращение, и туристические агентства и туроператоры моментально отреагировали на это нововведение. В Интернете встречаем такой заголовок: *Туристы должны понять*, что «у.е.» – это евро. Приведём текст статьи: «Как можно заметить на идущей сейчас в Москве международной туристической выставке МИТТ-2003, практически все туроператоры, работающие по странам *еврозоны*, выставили свои цены в *евро*. Что, соответственно, вызвало удорожание туров: в минувшем году почти во всех прайс-листах значились «у.е.», что тогда означало «доллар USA». При этом, по заявлению представителей туристических компаний, в случае удешевления *евровалюты* цены пересматриваться не будут. «Переход на *евро*, хоть и болезненная, но необходимость. Это реальная действительность, которую потребитель понимает», – считает руководитель «Холидей М» Владимир Стогоненко» // по материалам ИС БАНКО ([http://tour.ultra.by/2006/04/30/turisty\\_dolzny\\_ponjat\\_chno\\_jeetoevro.html](http://tour.ultra.by/2006/04/30/turisty_dolzny_ponjat_chno_jeetoevro.html)).

Новое слово – евро – можно сказать, ворвалось в различные сферы жизни. Оно получило лексикографическую фиксацию в Современном словаре иностранных слов: «Евро – денежная единица, принятая в 2002 году ведущими европейскими странами в качестве основного платежного средства взамен национальных валют. *Европейская* денежная единица – усечение собственного названия Европа» (Баш, Боброва 2005, с. 931).

Для того чтобы получить представление о том, какие ассоциации вызывает данное слово у носителей русского языка, мы провели свободный ассоциативный эксперимент (50 человек).

Результаты таковы:

Евро – деньги 19; Европа 5; валюта 4; Запад 2; лучшее; европейская валюта; эталон; качество; бабло (*разг*); международная единица; Франция; банкнота; денежная единица; евротур; «запад»; бумага; Германия; современность; евростандарт; евроремонт 1.

Анализируя результаты, отметим, что большинство опрошенных ассоциирует слово «евро» с *деньгами, денежной единицей валютой, международной единицей, европейской валютой* (56% опрошенных), но в зоне ближней периферии возникает смысл *лучшее, эталон, качество* (6 %).

Отметим, что в словарной статье «Современного словаря иностранных слов» никаких дополнительных значений не отмечено (Баш, Боброва 2005, с.931). Мы считаем, что значение *евро – показатель качества* явно формируется в настоящее время в составных наименованиях.

Чтобы выявить список слов, составной частью, которых является бином *евро-*, мы провели психолингвистический эксперимент. Опросили 50 человек. Информантам предлагалось продолжить ряд: *евроремонт, евроокно...*, то есть, ставилась задача написать несколько слов, которые информанты реально встречали в СМИ, на рекламных щитах и в составе, которых будет элемент *евро-*. В результате был получен список слов (53 слова), содержащих элемент *евро-*. Всего получена 271 реакция. Мы сгруппировали слова, относящиеся к разным тематическим группам, и ранжировали их по степени яркости. Получены следующие группы.

Политика и экономика: Евросоюз 15; евроцент 3; евробанк 2; евро; 36,5 р. (дается курс); евравалюта; еврозона; евроЗЕС; еврокомиссар; объединённая Европа; клуб евро; евроцентризм;

Стройматериалы, элементы благоустроенного быта: евроремонт 46; евроокно 45; евророзетка 9; европанель 8; евовагонка 3; евродверь 3; евроотделка 2; еврозабор 2; европакет 2; евроразъём; европрофиль; еврокерамика; евромебель; еврودизайн; евростекло;

Информационные технологии: Евровидение 11; «Евроньюз» (информационный канал) 7; Европа плюс 2;

Этнографические и географические понятия: Евразия 3; Европа 3; европеец 2; европеоид;

Показатели качества: евростандарт 24; евростиль 6; еврокласс 2; еврокачество; евромагазин; евроклиника; евросалон;

Имена собственные: Евротур 20; Евросеть 13; Евротоннель 5; Евромания 2; Евротранс.

Проведенная работа с Современным словарем иностранных слов (Баш, Боброва 2005), показала отсутствие фиксации полученных в результате эксперимента слов. Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия 2005 [www.КМ.ru](http://www.КМ.ru) (версия 2005 года) содержит слова: *евро, Евровидение, евродоллары*. В электронной энциклопедии Википедия ([ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)) мы обнаружили словарные статьи на следующие слова: *европоцентризм, Евровидение, евроразъём, евросеть, Евротоннель*.

Выводы, к которым мы пришли, основываясь на полученных данных:

- слово «*евро*» уже вошло в сферу жизни русскоязычных носителей языка и в нем уже содержится определённый знак качества;
- носители языка готовы обозначать словом «*евро*» любой предмет с целью репрезентировать значение «лучшее, совершенное» (еврозабор, евроцемент).
- элемент «евро» потенциально может вступать в сочетание с любым словом, обозначая наивысшую степень качества.

Существует множество вариантов сочетаний компонента «евро» со значением «лучшее, наивысшее». Система русского языка в сознании ее носителей уже готова принять «евро» как алломорф «наи-», «сверх-». Несмотря на то, что большая часть лексических единиц, выявленных в результате эксперимента, не получила лексикографической фиксации, мы

можем отметить, что вхождение слова «евро» в языковую картину мира носителей русского языка очевидно.

---

Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Воронеж, 2004.

Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1984.

Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия 2005 // [www.KM.ru](http://www.KM.ru) (версия 2005 года)

Электронная энциклопедия Википедия [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)

М.М.Иванова

### **Семантические особенности лексемы *предприниматель*** ( на материале публицистических и художественных текстов)

Материалом для настоящего исследования послужили художественные и публицистические тексты, представленные в современных художественно-публицистических, литературных, научно-популярных и информационно-аналитических журналах («Знамя», «Нева», «Новый мир», «Огонек», «Природа и человек» («Свет»), «Смена»). На наш взгляд, разнообразие жанров и направлений журнальных публикаций позволяет выявить большее количество семантических признаков наименований предпринимателя и представить исследуемый концепт с разных сторон и точек зрения.

Источниками художественного текстового материала явились следующие произведения: Андрюхин А. «Фея по имени Марта», «Смех куклы» («Смена»); Бестужева С. «Одинокая волчица» («Смена»); И.Гольман «Похищение Европы» («Смена»); Даниленко Е. «Ангелочек» («Знамя»); Ермаков О. «Холст» («Новый мир»); Л.Кузнецов «Я дошел до точки ...» («Новый мир»); Медведев В. «Трехгрошовый рассказ» («Смена»); Попов Е. «Открепительный талон», «Небо в алмазах» («Знамя»); Ролич Т. «Навсегда» («Нева»); Смирнова Н. «В день желтого тумана» («Новый мир»); Шпаков В. «Игры на поле Ватерлоо» («Нева»); Шубин Ю. «Один против всех» («Смена»).

Общий объем проанализированных художественных текстов – около 500 000 словоупотреблений, публицистических текстов – также около 500 000 словоупотреблений.

В результате анализа исследуемых текстов были выявлены следующие семантические компоненты лексемы *предприниматель*.

В публицистических текстах:

**1. Богатый 12:** «Еще не отгребели отголоски боев столичных властей с «Сибнефтью» за городской ТЭК (были попытки со стороны олигархов приватизировать Московский нефтеперерабатывающий завод), как в бой ввели новый резерв – экологические нормативы» (А.Мельников «И дым отечества уже не дым, а смог ...». // Журнал «Природа и человек» («Свет»), 2004 г., №6, с. 24-25.) и еще 11 примеров.

**2. Деятельность направлена на получение доходов 6:** «Американские капиталисты нашли источники безудержного обогащения за пределами своей страны, за счет рабочих других стран и ввоза полуфабрикатов и природных ресурсов» (В.Горовенко «Приглашение в будущее». // «Природа и человек» («Свет»), 2004 г., №6, с. 2-3.) и еще 5 примеров.

**3. Использует нечестные методы 5:** «Государство провозгласило ценность предпринимательства, но не позаботилось о цивилизованных способах ее утверждения. Вот почему рано или поздно перед этим бизнесменом встает дилемма: либо поступать по закону и не иметь желаемого (а его ведь так хочется!), либо делать «как все», то есть использовать и незаконные способы» (Молодые в «обществе риска» // «Природа и человек» («Свет»), 2004 г., №6, с. 18-20.) и еще 4 примера.

**4. Предприимчивый 5:** «В XIX веке Стонхендж – уже один из самых известных и популярных туристических объектов. Кто только не писал о древних камнях – и Байрон, и Шелли, и Китс... Туристам особо шустрые торговцы продавали маленькие молоточки – специально для отбития кусочков камней, на память» (И.Опарин «Стонхендж» // «Смена», 2005 г., № 1, с. 4-9) и еще 4 примера.

**5. Расчетливый 5:** «Прибыль ИД Родионова в 2004 году составила \$3 млн. – по металлургическим меркам, это копейки. Не похож владелец УГМК и на человека, скупающего журналы для души. В любви к прессе этот олигарх никогда не был замечен. *Так зачем же Махмудову лишние хлопоты?* «Очевидно, что ему их присоветовали в администрации президента, - говорит директор Центра стратегических исследований Андрей Пионтковский. - Каждый из олигархов выражает лояльность по-своему. Кто-то яйца в Кремль несет, кто-то журналы» (С.Стрижов «Пропечатался» // «Огонек», 2005 г., № 24, с. 9) и еще 4 примера.

**6. Имеет юридический статус 5:** «У «Огонька» сменился хозяин. Прежние акционеры – компания «ОВА-пресс», аффилированная с крупным рекламным холдингом «Видео Интернешнл», - продали журнал питерским связистам. Холдинг «Телекоминвест» известен как владелец крупного пакета акций сотовой компании «МегаФон» (В.Вдовин «Недоумение» // «Огонек», 2005 г., № 25, с. 9) и еще 4 примера.

**7. Хозяйствующий субъект 4:** «И все-таки хозяин заводу нашелся, пусть после многочисленных мытарств и невзгод, но нашелся настоящий хозяин. Им стало ООО «Компания Спектр-сервис». И вот теперь медленно, но уверенно завод наращивает темпы» (А.Мячин «Сельский флагман России» // «Природа и человек» («Свет»), 2004 г., №6, с. 36.) и еще 3 примера.

8. **Занимается деятельностью небольшого масштаба 4:** «Главный персонаж «Рубашки» - архитектор и владелец небольшого ремонтно-строительного бизнеса» (А.Архангельский «Книги про тебя» // «Огонек», 2005 г., № 24, с. 54-57) и еще 3 примера.

9. **Вызывает негативное отношение 3:** «Как ловко эти безбожники использовали народное недовольство коммунистической властью, как ловко подсунили новую власть, ввергнувшую Россию под *банкирское* иго! Сегодня впору спросить, а в чем разница между властью, которая была раньше в стране, и новой властью банкиров? Если говорить о крестьянстве, то особой разницы нет» («Классик вологодской глубинки». Беседа с писателем В.Беловым // «Природа и человек» («Свет»), 2004 г., №6, с. 26-27.) и еще 2 примера.

10. **Занимается торговой деятельностью 3:** «Это всегда было оживленное место, здесь шла бойкая торговля между купцами из европейских и азиатских стран, и город год от года богател на одних только пошлинах, взимаемых с торговцев» (И.Опарин «Мудрость веков – Айя-София» // «Смена», 2004 г., № 4, с.6-9.) и еще 2 примера.

11. **Деятельность связана с риском 3:** «Держать деньги в стране крупные бизнесмены считают невыгодным и небезопасным» («Деньги в России не держатся» // «Огонек», 2005 г., № 25, с. 6) и еще 2 примера.

Были выявлены также следующие признаки: **занимается негосударственной (частной) деятельностью, занимается благотворительной деятельностью, владелец какого-либо собственного предприятия, агрессивный, получает основную часть доходов, вызывает положительное отношение 2; доброжелательный, живет и действует в России, занимается каким-либо бизнесом, небогатый, новое явление для современной российской действительности, образованный, социально ориентированный, является объектом незаконных действий 1.**

В художественных текстах актуализованы следующие семантические компоненты лексемы *предприниматель*:

1. **Богатый 32:** «И тут Иван, поминутно озираясь и вздрагивая, поведал мне историю особняка-бастиона, который стоял в стороне от коттеджного поселка. Построил его наш простой российский магнат, удививший широкую общественность тем, что как-то взял, да и уплатил родному государству налоги на сумму в миллион долларов. У него даже не фирма – государство в государстве. Богат невпроворот» (С.Бестужева. Одинокая волчица // «Смена», 2005 г., № 7, с. 36-109); «Маришка вышла замуж за молодого киевского торговца недвижимостью. Вместе с ним путешествует по миру» (Е.Даниленко. Ангелочек // «Знамя», 2004 г., № 12, с. 7-42) и еще 30 примеров.

2. **Использует нечестные (незаконные) методы 12:** «Несколько лет назад знакомый Капотилова представил ему «бизнесмена» Николая Ивановича Мазурова. На всякий случай оперативник пробил его по картотеке и узнал, что «бизнесмен» имеет судимость, а в уголовном мире

известен под кличкой Мазур» (Ю.Шубин. Один против всех // «Смена», 2003, №1, с. 96-223.); «Счета заграничные были на предъявителя. Бумаги, их компрометирующие, они уничтожили вместе. Целый вечер жгли в камине какие-то липовые счета. Но наступала другая эпоха. К власти пришли законники и уже присматривались ко всем этим нелегалам-миллионерам» (Т.Ролич. Навсегда // «Нева», 2004 г., № 12, с. 115-149) и еще 10 примеров.

**3. Не вызывает симпатии 8:** «Дело в том, что она служила горничной у одного развратного московского купца-декадента, который дружил с Максимом Горьким, иногда спьяну подбрасывал денег на революцию, был спонсором высокохудожественного Станиславского, но сам жил в своем громадном дворце, расположенном на московской улице Малая Дмитровка, крайне неопратно – и нравственно и физически» (Е.Попов. Небо в алмазах. Литературный рассказ. // «Знамя», 2004 г. № 12, с. 68-81); «Вот они, наши алмазы! Сливки общества, которые по странному закону не всплывают, а погружаются вниз, где набивают желудки осетриной, ветчиной, икрой, и, казалось бы, должны остаться здесь навечно. Однако они обязательно всплывут, что заставляет задуматься: *а сливки ли это?* ...В первые минуты еще наблюдалась субординация: внутри круга – самые крупные «алмазы» (городское начальство, банкиры, словом, публика карат этак на сто), снаружи – камешки помельче» (В.Шпаков. Игры на поле Ватерлоо // «Нева», 2004 г., № 12, с. 7-109) и еще 6 примеров.

**4. Владелец какой-либо частной собственности 7:** «Время прошло быстро, он даже не успел познакомиться с бизнесменом-соседом, и только под конец они обменялись телефонами. Бизнесмен представился как владелец какого-то казино, где можно хорошо провести время» (Т.Ролич. Навсегда // «Нева», 2004 г., № 12, с. 115-149); «В зал на Крымском валу зашел заросший по щекам человек, свалился, как мешок, в стул и объявил: «Меня зовут Жорж Оффенбах». Катя решила, что он из театра, а он оказался владельцем галереи. ... Галерейщик наавтра же с ними расплатился, и они стали богачки, но не поняли, что с этим делать» (Н.Смирнова. В день желтого тумана // «Новый мир», 2005 г., № 3, с. 78-89) и еще 5 примеров.

**5. Деятельность связана с риском 5:** «А связи у Блохи, как выяснилось, были что надо: в ЦИТО раненые бойцы попадали редко. Гораздо чаще – покалеченные или подстреленные «новые русские» (И.Гольман. Похищение Европы // «Смена», 2003, № 3, с. 90-175); «Банкир не верил никому и панически боялся прослушивания» (Ю.Шубин Один против всех. // «Смена», 2003, №1, с. 96-223.) и еще 3 примера.

**6. Занимается негосударственной (частной) деятельностью 5:** «Банк «Кредит» располагался в уютном особнячке, в районе старой Москвы. Памятник архитектуры, по идее, охраняемый государством, был передан коммерсантам в аренду. После ремонта и перепланировки здание приобрел банк и, наплевав на «охрану государства», переделал дом,

сообразуясь со своим разумением и потребностями» (Ю.Шубин. Один против всех // «Смена», 2003, №1, с. 96-223.) и еще 4 примера.

7. **Обладает властью 5:** «Казалось, еще вчера малец Калина, подтягивая голодные сопли, скупал эти ваучеры в местах скопления глупого постсоветского трудового народа, Губайдуллин играл на хроматической гармонии в художественной самодеятельности, Хакудася умывалась водой из пожарной бочки на лесном кордоне Заволжья, главгарант ходил по улицам чужих столиц, подняв воротник. Зато они теперь все олигархи или просто начальники, а я как был простое российское г-но, таковым и остался» (Е.Попов. Открепительный талон. *Политический рассказ*. // «Знамя», 2004 г. № 12, с. 68-81) и еще 4 примера.

8. **Опытный 4:** «На обломках старой власти гибли слабые и выживали сильные. Федор выжил благодаря школе Виктории и превратился в настоящего бизнесмена» (Т.Ролич. Навсегда // «Нева», 2004 г., № 12, с. 115-149) и еще 3 примера.

9. **Практичный, расчетливый 4:** «К сожалению, все сплошь современные клетушки-малогабаритки, но осталась одна в облторготделовском жилдоме, торговцы – дошлый народ, отгрохали себе еще в прежнем, сталинском размере и окружились магазинами – «Хлеб» в самом доме, «Гастроном» напротив, «Овощи» во дворе» (А.Кузнецов «Я дошел до точки ...» // «Новый мир», 2005 г., № 4, с. 90-138) и еще 3 примера.

10. **Деятельность направлена на получение доходов 3:** «Окончив училище кое-как, красавица была направлена по распределению в одно из сел, где половина жителей являлась таксидермистами, а прочие выращивали «на продаж» звезды. Все, что мыслило, двигалось и говорило в благословенном селе, с утра до вечера было занято тем, что называется под русским небом «навариванием бабок». ... В окружении потомственных производителей звездик и убежденных шкуродеров, малышке не оставалось ничего иного, как пестовать воспоминания» (Е.Даниленко. Ангелочек // «Знамя», 2004 г., № 12, с. 7-42) и еще 2 примера.

11. **Вызывает негативное отношение 3:** «Ведь я хоть и поступаю с твоей помощью на высокооплачиваемую работу, связанную с легальной продажей чужих нефтепродуктов за рубеж, но собираюсь и в дальнейшем бороться против новых плутократов, чтоб немедленно прекратилась преступная война в Чечне, развязанная президентом Ельциным, продавшимся Америке, и поддерживаемая его преемниками, чтобы олигархи отдали народу все обратно, включая поликлинику Литфонда, чтобы ядерные отходы складировали в каком-либо другом месте земного шара, а не у нас, чтобы женщинам платили, как мужчинам, и не унижали их подаванием руки в переполненном троллейбусе» (Е.Попов. Открепительный талон. *Политический рассказ*. // «Знамя», 2004 г. № 12, с. 68-81) и еще 3 примера.



**12. Занимается торговой деятельностью 3:** «Он даже слетал в Америку – за опытом делания денег вместе с другими Глинскими предпринимателями. Потом мотался в Москву на старом «Москвиче», привозил товар, продавал его, отправлялся за новой партией – это были швейцарские перочинные ножи, американские сигары, фонарики, батарейки, корейские авторучки, диски, плееры» (О.Ермаков. Холст // «Новый мир», 2005 г., № 4, с. 11-74) и еще 2 примера.

**13. Является объектом мошеннических действий 3:** «К сожалению, он оказался честным человеком, а таким в российском бизнесе делать нечего. Влиятельный партнер, суливший золотые горы и всяческую поддержку, элементарно «кинул» новоявленного бизнесмена» (С.Бестужева. Одинокая волчица // «Смена», 2005 г., № 7, с. 36-109) и еще 2 примера.

**14. Предприимчивый 3:** «Единственная женщина, которая время от времени появлялась в его холостяцкой квартире, и которая, судя по всему, обладала незаурядными коммерческими способностями, за что в близких ей кругах получила прозвище «Купи-продайка». Как-то Лариска со скромной гордостью сказала, что *если бы Виктору понадобилась знаменитая «красная кнопка», то и ее достать – не проблема. Были бы деньги да связи.* Он предоставил Лариске самой назначать суммы клиентам, трезво отдавая себе отчет, что химик он, что называется, от Бога, а коммерсант, мягко говоря, никакой» (С.Бестужева. Одинокая волчица // «Смена», 2005 г., № 7, с. 36-109) и еще 2 примера.

**15. Обладает независимостью 3:** «Ты теперь хозяйка, миллионерша, черт, дьявол, ваше превосходительство. А ты заладила, как бедная приживалка: кто позволит, кто позволит. Не узнаю тебя, Императрица» (С.Бестужева. Одинокая волчица // «Смена», 2005 г., № 8, с. 42-108) и еще 2 примера.

Были также выявлены следующие признаки: **равнодушный, дает рабочие места 2; ведет деятельность в рамках закона, деятельность имеет успех, занимает высокое общественное положение, занимается финансовой деятельностью, имеет особенную внешность, имеет национальные особенности, испытывает угрызения совести, не должен использовать нечестные методы, организатор какого-либо дела, успех зависит от административных органов 1.**

Итак, наиболее ярким и в публицистических, и в художественных текстах оказался семантический компонент «богатый» (12 и 32 примера соответственно). В художественных текстах, в отличие от публицистических, также яркими являются семы «использует нечестные методы» (12), «не вызывает симпатии» (8) «владелец какого-либо собственного предприятия» (7), «обладает властью» (5), «опытный» (4). В публицистических же текстах, в отличие от художественных, наиболее часто актуализировались признаки «деятельность направлена на получение доходов» (6), «предприимчивый», «расчетливый», «имеет юридический

статус» (5), «хозяйствующий субъект», «занимается деятельностью небольшого масштаба» (4).

Таким образом, текстовый анализ позволяет выявить многие компоненты значения слова, которые не поддаются выявлению традиционными методами анализа значений - анализом словарных дефиниций, компонентным анализом. Анализ художественных и публицистических текстов должны дополнять друг друга, поскольку они дают различающиеся результаты.

А.В.Медведева

## **Зооморфные метафоры в русской лексике**

Семантическими изменениями лингвисты занимаются достаточно давно. Одним из первых исследователей в этой области были Г. Пауль, которому принадлежит одна из первых лингвистических классификаций семантических процессов, и Л.А. Булаховский, выделивший различные виды переноса наименований. В настоящее время наметился очевидный подъем интереса исследователей к семантическим изменениям лексических единиц, что обусловило появление большого количества работ на эту тему (Лагута О.Н., Ковалева Л.В. и мн. др.).

Надо сказать, что когнитивный аспект семантических изменений позволяет увидеть, что переносные значения слова показывают, как идет познание нового через известное, какие признаки берутся для осмысления не изученного ранее. Процессы познания нового происходят на основе пространственных реалий, физических явлений, различных натурфактов и пр. Например, для определения человеческих качеств часто используется сопоставление с растительным и животным миром, но наиболее полно познание качеств человека осуществляется через качества других людей (антропоморфные координаты). Используются также эмоциональные оценки и количественные параметры восприятия.

Известно, что семантема состоит из денотативных и коннотативных семем, причем последние могут быть мотивированными и немотивированными (Копыленко, Попова 1978). Нас интересуют семантические процессы, происходящие в составе семантемы при образовании коннотативных мотивированных семем К1 из Д1 от названий животных. Как известно, новое осмысляется при помощи уже известных, хорошо знакомых явлений действительности. Одним из механизмов развития значения в процессе образования коннотативных семем является языковая метафора. М.И. Черданцева понимает метафору как «семантическую функцию языкового знака, его переносное употребление» (Черданцева 1978). По мнению Л.В. Ковалевой, «образование языковой метафоры на основе исходного денотативного выражения (Д1Д1) обязательно предполагает изменение его значения до нового переносного

(коннотативного)» (Ковалева 2004, с. 28).

Как показывает наш материал, в основу зооморфных метафор ложатся различные признаки, которые человек выделяет, наблюдая за поведением животных. Названия животных с определенными качествами и поведением присваиваются человеку, обладающему аналогичными качествами. Приведем некоторые примеры.

Лексема **МОТЫЛЁК** по денотативной семеме Д1 обозначает небольшую бабочку. При переносе по сходству поведения данная лексема приобретает коннотативное значение «легкомысленный образ жизни, поведения». *И долго ты еще собираешься порхать как мотылек?*

Лексема **БАРАН** по денотативной семеме Д1 обозначает жвачное парнокопытное млекопитающее семейства полорогих с густой волнистой шерстью и изогнутыми рогами. *Горный баран. Снежный баран (толсторог)*. При коннотативном переносе по сходству восприятия умственных способностей и поведения барана данная лексема реализует значение «глупый человек». *Стадо баранов* (говорят о тех, кто, не имея собственного мнения, слепо следует за кем-чем-нибудь).

Лексема **ЖИВОТНОЕ** по денотативной семеме Д1 обозначает живой организм, существо, обладающее способностью двигаться и питающееся, в отличие от растений, готовыми органическими соединениями. *Типы и виды животных. В мире животных*. При переносе по сходству поведения и отсутствию разума данная лексема обозначает грубого, неразвитого и неумного человека. *Не человек, а просто животное!*

Лексема **ИШАК** по денотативной семеме Д1 обозначает осла и/или мула. При переносе по сходству восприятия физических и умственных способностей, а также по сходству поведения данная лексема именует человека безропотно выполняющего самую тяжёлую работу. *Сделали из парня ишака*.

Лексема **АСПИД** по денотативной семеме Д1 обозначает ядовитую змею, родственную кобре. *Семейство аспидов*. При переносе по сходству признаков по скрытой семе «способность убить» у данной лексемы проявляется переносное значение «злой, злобный человек». *Да он просто аспид какой-то!*

Лексема **БАЙБАК** по денотативной семеме Д1 обозначает степного грызуна из рода сурков, осенью и зимой впадающего в спячку. При переносе по сходству признаков по дифференциальной семе «неуклюжесть, неповоротливость» эта лексема используется для обозначения неповоротливого, ленивого человека. *Ну, этот байбак еще не скоро расшевелится!*

Лексема **БУКА** по денотативной семеме Д1 обозначает фантастическое страшное существо, которым пугают детей. При переносе на основании сходства качеств характера у данной лексемы проявляется значение «нелюдимый, угрюмый человек». *Сидит, смотрит букой* (то есть держит себя неприветливо, угрюмо).

Лексема **ГИДРА** по денотативной семеме Д1 обозначает в греческой

мифологии многоголовую змею, у которой на месте отрубленных голов вырастают новые. При переносе по сходству признаков по семе «невозможность подавить, уничтожить» эта лексема используется для обозначения чего-либо неистребимого. *Гидра злословия.*

Лексема **МАРТЫШКА** по денотативной семеме Д1 обозначает маленькую узконосую обезьяну с длинными задними ногами и длинным хвостом. По семе «сходство поведения» так называют ребёнка, склонного всё перенимать, подражать кому-нибудь. *Не ребёнок, а мартышка.*

Лексема **СВИНЬЯ** по денотативной семеме Д1 обозначает парнокопытное нежвачное животное с крупным телом и короткими ногами. *Семейство свиней. Дикие свиньи. Домашние свиньи.* По сходству поведения и эмоциональному отношению к объекту со скрытой брезгливостью такая лексема может быть употреблена в отношении того, кто поступает низко, подло, а также используется, когда говорят (грубо) о грязном человеке, неряхе. *Ну и свинья же ты!*

Лексема **САРАНЧА** по денотативной семеме Д1 обозначает стадное насекомое, вредителя сельского хозяйства, перелетающего большими массами. По сходству поведения в семанте данной лексемы реализуется коннотативное значение «большая группа жадных, наглых существ». *Ну, набросились как саранча!* (то есть налетели с жадностью, опустошая все).

Лексема **ЕХИДНА** по денотативной семеме Д1 обозначает небольшое австралийское яйцекладущее млекопитающее отряда клоачных с вытянутой вперёд мордой, покрытое иглами и шерстью. В переносном значении на основании сходства результатов действия данная лексема именует злого, язвительного и коварного человека. *Ехидна ты такая!*

Лексема **ЖЕРЕБЕЦ** по денотативной семеме Д1 обозначает самца лошади, достигшего половой зрелости. *Заводской жеребец.* На основании сходства возраста и поведения эта лексема используется в переносном значении для обозначения рослого, сильного мужчины. *Вон ты жеребец какой стал!*

Лексема **САМЕЦ** по денотативной семеме Д1 обозначает особь животного мужского пола. *Самец во главе стада.* Опять же на основании сходства поведения и возраста эта же лексема именует чрезмерно чувственного мужчину. *Он всегда такой ненасытный – настоящий самец!*

Аналогично лексема **САМКА** по денотативной семеме Д1 обозначает особь животного женского пола. *Самка с детёнышами.* На основании сходства поведения и функций эта лексема употребляется для обозначения чрезмерно чувственной, много рожающей женщины. *Ну просто самка какая-то!* (о многодетной матери).

Лексемы **ЗВЕРЁНЫШ** и **ЗВЕРЁНОК** по денотативной семеме Д1 обозначают детёнышей зверя. По сходству поведения эта лексема может использоваться для обозначения очень дикого или жестокого человеческого ребенка. *Не мальчишка, а зверёныш.*

Лексемы **ЗВЕРЬ** и **ЗВЕРЮГА** по денотативной семеме Д1 обозначают дикое животное. *Хищный зверь. Лесные звери.* По сходству поведения

данная лексема употребляется для обозначения жестокого, свирепого человека. *Не человек, а зверь.*

Лексема **СВОРА** по денотативной семеме Д1 обозначает две борзых или две пары борзых собак на сворке. При переносе по сходству поведения данная лексема употребляется для пренебрежительного обозначения сборища, шайки антиобщественных элементов. *Свора мошенников.*

Лексема **ЗУБР** по денотативной семеме Д1 обозначает крупного дикого лесного быка, сходного с бизоном. По сходству поведения и по создаваемому впечатлению превосходства и силы данная лексема употребляется в переносном значении либо по отношению к косному, консервативно настроенному человеку, либо когда говорят об опытном и ценном специалисте. *Партийный зубр. Редакционный зубр.*

Лексема **ЛАНЬ** по денотативной семеме Д1 обозначает животное семейства оленей, отличающееся быстротой бега и стройностью. По впечатлению от внешнего вида и поведению данной лексемой называют грациозную и изящную женщину. *Она промелькнула как лань.*

Лексема **ЛЕТУН** по денотативной семеме Д1 обозначает того, кто летит, хорошо летает. *Эти птицы – неустомимые летуны.* Эту же лексему можно употребить неодобрительно в переносном значении по отношению к человеку, который часто меняет место работы в погоне за большим заработком. *Это не работник, а летун.*

Лексема **ЛИСА** по денотативной семеме Д1 обозначает хищное млекопитающее семейства псовых с длинным пушистым хвостом, а также мех его. *Красная лисица.* По сходству поведения эта лексема употребляется для обозначения хитрого, льстивого человека. *Опять эта лиса ко мне подъезжает с уговорами.*

Описание процесса метафоризации через набор определенных моделей имеет прогностический характер: наиболее актуальные модели отражают мыслительные «клише», существующие в сознании носителей языка (Лагута 2003, с. 160-161).

Распределение лексем по семемам К1 позволяет говорить о существовании в лексической системе языка ЛСГ, отличающихся от тех, которые образуются только по семемам Д1. Выявленные семемы К1 позволяют получить новые, ранее не обозначенные группировки слов. Так, например, лексема **БАРАН** в коннотативном значении может быть включена в группу таких лексических единиц, обозначающих реалии растительного мира, как **ПЕНЬ, БОЛВАН, БРЕВНО, ЛОПУХ**. Коннотативное значение этой группы лексем – низкие интеллектуальные способности, отсутствие способности к логическому мышлению.

Можно, таким образом, утверждать, что метафору характеризует системность: она не возникает и не существует изолированно. Мы разделяем мнение, высказанное Дж. Лакоффом и М. Джонсоном о том, что в повседневной деятельности люди чаще всего думают и действуют более или менее автоматически, в соответствии с определенными схемами, природа которых чрезвычайно сложна, и одним из способов их выявления

становится изучение естественного языка.

---

Ковалева Л.В. Фразеологизация как когнитивный процесс. – Воронеж. – 2004.

Копыленко М.М., Попова З.Д. Очерки по общей фразеологии. – Воронеж, 1978.

Лагута О.Н. Метафорическое «мировидение» русскоговорящих // Мир человека и мир языка. – Кемерово, 2003.

Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. // Теория метафоры. – М., Прогресс, 1990.

Черданцева Т.З. К проблеме вторичных значений слов // Современные проблемы по романистике. – Калинин, 1978. – Ч. 2.

Т.Н.Панкова

### **Метафорические значения лексем “сок”, “сочный” и “juice”, “juicy” в русской и английской языковой картине мира**

Как известно, картина мира – один из ключевых терминов понятийно-терминологического аппарата. В системе средств объективации картин мира язык занимает наиболее глубинное и базисное положение, так как является семиотической системой, опосредующей все другие картины мира, синтетически воплощающей народное мирозерцание. Проблематика языкового моделирования внеязыковой действительности осознаётся как наиболее актуальная, так как позволяет разрешить вопрос о соотношении в таком моделировании общечеловеческих ментальных механизмов и этнического своеобразия. В то же время языковая картина мира является наименее отрефлексированной научным сознанием.

Современные исследователи полагают, что специфика миромоделирующей функции метафорической номинации предопределяется особенностями её семантической структуры: в качестве определённой, относительно самостоятельной миромоделирующей силы выступают все три элемента смысловой структуры метафорической номинации. Значимым для данного исследования специфического этноязыкового отражения мира является выявление совокупности метафорических наименований, систем результативных значений метафорических переносов. При этом результативное, собственно метафорическое значение также может интерпретироваться в качестве своеобразной призмы, высвечивающей культурно значимые смыслы исходных баз метафорических номинаций.

В свете всего вышесказанного представляется интересным рассмотреть метафорические значения русских лексем сок, сочный и их английских эквивалентов.

Лексическая единица сок имеет несколько значений:

1) жидкость, содержащаяся в клетках, тканях и полостях растительных и животных организмов // напиток из жидкости, отжимаемой из ягод, фруктов, овощей.

Например: Берёзовый сок. Желудочный сок.

Дедушка и Сергей поочерёдно макали в соль спелые помидоры, из которых тек по их губам и рукам красный, как кровь, сок. (Куприн. Белый пудель)

Соки деревьев, согретые весенним солнцем, двинутся от корней к набухающим почкам. (С. Огнев. Жизнь леса) // Фруктово-ягодные соки. Томатный сок.

2) (перен., устар.) лучшая часть кого-либо, чего-либо // основное, главное в чём-либо.

Например: (Репетилов): С какими я тебя сведу людьми ... .. Сок умной молодёжи (Грибоедов. Горе от ума).

Опишите мне подробнейшим образом всю вашу встречу. Давеча я, впопыхах, обратила только внимание на главное дело, тогда как все эти мелочи, мелочи и составляют, так сказать, настоящий сок! (Ф. М. Достоевский. Дядюшкин сон).

Думается, что в приведённых примерах перенос осуществляется по признаку «основной, лучший компонент», при этом чётко прослеживается положительная коннотация.

Выражение в самом (полном) соку означает в полном расцвете физических сил. Вероятно, данная метафора связана с тем, что самое большое количество сока содержится внутри плода или растения в оптимальной фазой его биологического развития, а процесс увядания обусловлен потерей внутренней жидкости.

Выжимать (жать, тянуть, сосать) сок (соки) из кого-либо означает лишать сил, доводить до изнеможения, мучая, изводя или поработывая, эксплуатируя кого-либо. В данном случае метафорический перенос происходит по признаку «лишать необходимого компонента биологического существования организма».

Лексема сочный в русском языке имеет следующие значения:

1) содержащий много сока.

Например: Осенние жирные кряквы ... имеют отличный вкус: они мягки, сочны, отзываются дичиной (С. Аксаков. Записки ружейного охотника). Обед. Хрустят на зубах редиска, огурцы и пучки сочного лука (Песков. Шаги по росе).

свежий, полный, ярко окрашенный (о губах, рте).

Например: Несвицкий, пережёвывая что-то сочным ртом и махая руками, звал его к себе. (Л. Толстой. Война и мир) Нос у него был прямой, антично правильный, губы красные, сочные (М. Горький. Каин и Артём).

Можно предположить, что перенос происходит на основе аналогии с плодом, находящимся в оптимальной фазе своего развития и имеющим выпуклую форму вследствие скопления большого количества внутренней жидкости. Признак переноса - «содержащий большое количество внутренней жидкости».

(перен.) яркий, глубоких, чистых тонов (о цвете, красках и т. п.).

Например: Живопись портрета действительно крепкая, по-кончаловски сочная, ядрёная (Л. Мочалов. Неповторимость таланта).

Вероятно, метафорический перенос происходит по признаку «яркий цвет», поскольку спелые, а следовательно, сочные плоды имеют яркую окраску.

(перен.) выразительный, образный, яркий (о языке, литературном произведении, сценической игре).

Например: В новой повести всё просто, и в этом немалое её достоинство. Прост сюжет, просты, но сочны описания героев, прост и не надуман их язык (Михалков. С доброй смешинкой).

Думается, что это ассоциативно-признаковая метафора. В данном случае метафорический перенос происходит по признакам «яркий», «выделяющийся».

(перен.) звучный (о голосе, звуках).

Например: - Здравствуй, батюшка, милости просим, - медленно раздался за моей спиной сочный и приятный голос (Тургенев. Лебедянь).

Вероятно, это ассоциативно-психологическая метафора. В данном случае метафорический перенос происходит по признакам «насыщенность», «густота».

Таким образом, в русском языке метафорический перенос данных лексем происходит по следующим признакам:

- 1) «содержащий большое количество внутренней жидкости», 2) «цвет», 3) «яркий», 4) «выделяющийся», 5) «насыщенность», 6) «густота».

Лексема *juice* (сок) имеет несколько значений:

- 1) сущность, основа чего-либо.
- 2) (амер. сленг) электрический ток, электроэнергия.

Например: *juice road* (электрическая железная дорога, электричка.)

Думается, что в данном случае метафорический перенос осуществляется по признакам «находящийся внутри» и «движение», так как сок находится внутри растения и движется.

- 3) (сленг) бензин, горючее.

Например: *Step on the juice!* (Дай газ!)

Это тоже ассоциативно-признаковая метафора, перенос происходит по признакам «жидкость» и «движение», так как бензин (или другое горючее) является жидкостью, необходимой для существования (работы) чего-либо, в данном случае – мотора.

Лексема *juicy* (сочный) тоже имеет несколько значений:

- 1) (разг.) сырой, дождливый (о погоде);
- 2) (разг.) колоритный, сочный;



3) (разг.) прекрасный, превосходный, первоклассный.

Вероятно, метафорический перенос произошёл по следующим признакам: в первом случае это – «влажная субстанция», во втором – «яркий цвет» и в третьем – «яркий, выделяющийся».

Таким образом, при сопоставлении метафорических значений исследуемых лексем в русском и английском языках можно выделить как общие, так и национально-специфичные значения.

Для обоих языков общность образования метафорических значений проявляется в следующих признаках: 1) «цвет», 2) «яркий», 3) «выделяющийся на общем фоне», 4) «жидкость».

Национально-специфичными признаками метафорического переноса в английском языке являются:

- 1) «находящийся внутри»,
- 2) «движение жидкости»,
- 3) «влажная субстанция».

Национально-специфичными признаками метафорического переноса в русском языке являются:

- 1) «содержащий большое количество внутренней жидкости»,
- 2) «насыщенность»,
- 3) «густота».

Следовательно, при сопоставлении метафорических значений исследуемых лексем в русском и английском языках можно говорить о том, что существует как нечто общее, так и различное в способе и частоте их образования и обусловленности их спецификой системы конкретного языка.

Д. В. Пенталь

### **Лексема *ночь* в испанской языковой картине мира**

Все возрастающий интерес ученых к изучению репрезентации концептов в языковых картинах мира различных этносов обусловлен необходимостью исследования как отдельных концептов в рамках более обширных (например, концепт *ночь* относительно языковой картины времени), так и моделирования картин мира на базе исследований отдельных концептов. Поэтому при исследовании отдельных концептов должны учитываться их связи с языковой картиной мира, культурой, историей этноса и т. д.

Ночь как феномен культуры на протяжении всей истории человечества занимала одно из важных мест в системе временных координат человека. С ночью неразрывно были связаны отправления различных религиозных культов. В современном мире ночь стала традиционным временем проведения различного рода развлекательных мероприятий (феномен

ночной жизни). Ночь мыслится как противоположная дню, но такая же необходимая составная часть суточного цикла.

В испанском цикле суток ночь включает в себя и первые часы нового дня, обозначаемые *mañana* или *madrugada*.

*La noche se cierra, al filo de una y media o de las dos de la madrugada, sobre el extraño corazón de la ciudad. (Cela)*

Традиционно ночь аккумулирует в себе отрицательные смыслы: страх, смерть, темнота, невежество и т. д. Ночь – время гнетущего ожидания. Смерть сравнивается с наступлением вечной, неминуемой ночи.

*Así pasó una hora, dos, la noche, un siglo, porque la noche aquella pareció eterna a Beatriz. (Becquer)*

*Entonces llega de pronto la noche irremediable, y antes de hundirse en ella comprende que esta vez será eterna. (Reverte)*

Ночь также олицетворяет собой грусть, тоску.

*No veo más que noche a mi alrededor (Moliner)*

Помимо отрицательных смыслов (страх, грусть, угроза) ночь содержит и положительные (волшебство, красота).

*Y como necesito desahogo, vamos fuera; la noche está muy hermosa, te lo contaré (Unamuno)*

Как замечает М. Зуева, «ночь чаще всего рождает творчество» (Зуева 2005, с. 198). Ночь находится за пределами человеческого познания. Это время хаоса, но хаоса, имеющего способность порождать различные сущности. Как говорили древние галлы, ночь старше дня ибо «короткий преходящий день рожден необъятной ночью» (Зуева 2005, с. 198). В суточном цикле ночь олицетворяет женское начало. По-видимому, не случайно и то обстоятельство, что во многих языках слова со значением ночь (исп. *noche*, нем. *nacht*, лат. *nox*, греч. *νύχτα*) – женского рода, тогда как противоположный ей день – мужского.

*En aquellas largas noches de poético insomnio exclamaba: -Si es verdad, como el prior de la Peña me ha dicho, que es posible que esos puntos de luz sean mundos. (Becquer)*

Оппозиция дня и ночи используется некоторыми исследователями для противопоставления так называемых «ночных» и «дневных» эпох. Для «ночной» эпохи характерны иррациональное, чувственное, интуитивное, трансцендентные смыслы и религиозная вера, повышенная семиотичность повседневности, замкнутое пространство и обратная направленность вектора культурного времени, т.е. в прошлое, в котором черпаются социокультурные образцы для настоящего, коллективное, свое, круг, низ (в том числе подземный), природа, естественное (Николаева 2005, с. 46).

Все вышеперечисленные характеристики вполне справедливо можно приложить и к испанской ночи. Ночные эпохи традиционно относятся исследователями к глубокому прошлому. Поэтому ночь также может использоваться в качестве синонима глубокого прошлого, древности.

*El I Ching o Libro de los Cambios nos transmite, desde la más profunda noche de los tiempos, leyes universales muy sencillas acerca del Cambio y aplicables a cualquier momento o época de la vida. (И. А. Дышлевая)*

*Sus orígenes se pierden en la noche de los tiempos (Moline)*

Характерной чертой ночи становится частичное смещение в сторону материализации и специализации. Помимо чисто временных характеристик, атрибутами ночи становятся такие «материальные» качества, как темнота, густота, глубина и т. д.

Ночь одна из немногих единиц времени способная специализироваться не только по «горизонтальной» линии времени (долгая, длинная, muy avanzada и т. д.) но и по условной «вертикальной» (a altas horas de la noche).

*Largo rato anduvieron dando vueltas a través de las calles de Toledo, buscando un lugar a propósito para terminar sus diferencias; pero la oscuridad de la noche era tan profunda, que el duelo parecía imposible. (Bécquer)*

Особенности специализации испанской ночи также проявляется в следующем устойчивом выражении: cerrar la noche.

*La calle, al cerrar de la noche, va tomando un aire entre hambriento y misterioso... (Cela)*

*La noche había cerrado sombría y amenazadora; el cielo estaba cubierto de nubes de color de plomo. (Becquer)*

Противоположную тенденцию мы наблюдаем, когда ночь представляется как нечто расширяющееся, поглощающее.

*Los ojos de Quico se iban empequeñeciendo a medida que se ensanchaba la noche. (Delibes)*

Испанские загадки и пословицы предоставляют собой богатый источник материала для исследования концептов времени, так как именно в народном творчестве ярко и образно отражается наивная картина мира.

Ночь, будучи отражением женского начала в суточном цикле, сравнивается с женщиной.

*?Quién es una mujer triste  
muy secreta y reposada,  
de cuerpo y alma privada  
que de negro siempre viste? (adivinazero)*

Ночь также сравнивается в испанских загадках с различными животными: курицей, коровой, быком. В загадках животное, с которым сравнивается ночь, непременно оказывается в море. Вот как предстает ночь в испанских загадках:

*Una gallina negra pasó por el mar; una vaquita negra cayó al mar; un toro cayó en el mar (adivinacero)*

Анимализация ночи характерна и для испанской поэзии:

*Se va la noche, negro toro*

*plena carne de luto, de espanto y de misterio — ;*

*que ha bramado terrible, inmensamente,  
al temor sudoroso de todos los caídos (Jiménez)*

Итак, феномен ночи в языковой картине времени многогранен и во многом противоречив. Лексема «ночь» репрезентирует сочетание различных, порой противоположных черт и значений (верх – низ; страх – красота; замкнутое – расширяющееся и т. д.). Богатств и разнообразие значений слова *ночь* свидетельствует о том, что репрезентируемый данной лексемой концепт по праву занимает одно из важнейших мест во временной картине мира человека.

---

Дышлевая И. А. Испанский язык. Практикум по разговорной речи: Учебное пособие. – СПб.: ООО «ИнЪязиздат», 2006.

Зуева М. Ночи черные... // От заката до рассвета. Ночь как культурологический феномен сборник статей. – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2005.

Николаева Е. Фрагменты «ночной» эпохи в культуре XX века. // От заката до рассвета. Ночь как культурологический феномен сборник статей. – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2005.

Becquer Gustavo Adolfo. Leyendas. – М.: «Радуга», 2002.

Cela Camilo José Caminos inciertos. La colmena. - Editorial noguer, S. A. Barcelona-Madrid-México, 1965.

Delibes Miguel. Cinco horas con Mario. - Moscó, editorial Progreso, 1979.

Gárfer José Luis, Fernández Concepción. Adivinacero popular español II. – Madrid, 1983.

Jiménez Juan Ramón. Eternidades: Стихотворный сборник. - СПб.: Северо-Запад, 1994.

Moliner María, Diccionario de uso del español. - Editorial Gredos, S. A., Madrid, 1998, II tomo – I-Z.

Pérez-Reverte Arturo. El club de Dumas [www.franklang.ru]

Unamuno Miguel de. Niebla. – М.: Цитадель, 2001.

Е.П.Черногрудова

### **Лесть, клевета и ложь в русских народных пословицах**

В пословицах заключена мудрость, накопленная народом в течение многовековой истории развития его культуры, быта, философии. Пословицы, по сути, представляют собой свод правил, регламентирующих практически все стороны жизни человека в обществе.

Пожалуй, важнейшей составляющей жизни любого человека являются его взаимоотношения с другими членами общества. Сам процесс общения и его результаты оказывают постоянное и сильное влияние на человека и

его жизнь. Поэтому неудивительно, что в народе издавна складывались неписанные правила общения, которые формировались в лаконичной, но ёмкой пословичной форме.

Общение вообще и любую речь, любое сообщение (как составляющую общения) можно в частности охарактеризовать с точки зрения многих критериев. Одним из них является правдивость/неправдивость сообщаемого. Причём неправда может быть обличена в различные формы, самыми очевидными из которых являются лезть, клевета и ложь.

Лезть – лицемерие, угодливое, лживое восхваление.

Клевета – порочащая кого- или что-нибудь ложь.

Ложь – намеренное искажение истины, неправда, обман.

Словарные толкования данных понятий имеют общую сему – «неправда», поэтому пословицы (высказывания) о лести, клевете и лжи в целом могут быть противопоставлены пословицам (высказываниям) о правде.

В пословицах отражено отношение народа к лести, клевете и лжи, которые часто характеризуют межличностное общение людей. И ложь, и клевета, и лезть – социально осуждаемые явления; очевидна их негативность. По поводу лести пословица даёт чёткое наставление:

*В глаза не лести, а за глаза не брани.*

Предостерегают пословицы не только самих льстецов, но и людей, которые склонны им верить:

*На языке медок, а на сердце ледок; Речи как мёд, а дела как полынь; Ножки с подходом, ручки с подносом, сердце с покором, голова с поклоном, а язык с приговором.*

*Лезтью и душу вынимают; Лстец под словами – змей под цветами; Лезть без зубов, а с костями съест.*

И тем не менее пословицы с сожалением констатируют:

*Падок соловей на таракана, а человек – на лстивые речи.*

Если на удочку лстеца человек попадает сам, по собственной воле, желая поверить его похвалам, то клевета настигает его вопреки желанию и неотвратимо:

*Землю обойдёшь, а от клеветы не уйдёшь.*

Неизбежны также и неприятные последствия клеветы, которая может навредить в большей или меньшей степени:

*Клевета что уголь: не обожжёт, так замарает.*

Итак, пословицы явно осуждают лстецов и клеветников за то, что они говорят неправду со злым умыслом, желая извлечь какую-либо выгоду для себя.

О лжи и вранье русские народные пословицы говорят в основном, не осуждая, как бы просто констатируя факт:

*Врёт, что блины печёт: только шипит; Врёт, как ветряная мельница; Врёт – и глазом не моргнёт.*

Лишь иногда, когда степень неправды превышает все разумные пределы (*Врёт – себя не помнит/людей не видит*), пословица советует:

*Ври, да знай меру/да не завирайся.*

*Ври тому, кто не знает Фому, а я брат ему.*

Однако советы, которые дают пословицы на этот счёт, неоднозначны:

*Ври, дурак, что хочешь: со вранья пошлин не берут.*

И даже: *Ври больше – вперёд пригодится*, потому что: *Не бывает поля безо ржи, а слова безо лжи и Красно поле рожью, а речь – ложью.*

Итак, ложь, неправда в русских народных пословицах, видимо, трактуется широко – как вымысел, который не причиняет вреда другим людям, т.к. говорящий не имеет злого умысла, а врёт из-за желания приукрасить, что иногда бывает даже необходимо. Правда же, с точки зрения русских народных пословиц, не всегда бывает уместна, не всегда нужна и безопасна, т.к.:

*Правда глаза колет; Правду говорить – никому не угодить; Говорить правду – дружбу терять.*

И тем не менее нельзя сказать, что в пословицах недооценивается, принижается значение правды:

*Всё минется, одна правда останется; Варвара мне тётка, а правда – сестра.*

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в русских народных пословицах отражено суждение русского народа о том, что в общении важнее всего бесконфликтность; произнесённые слова не должны приносить вред и несчастье другому человеку. Поэтому «плохи», осуждаемы не только лести и клевета, «плоха» бывает и правда, поскольку она бывает обидна. А обида разрушает отношения, отдаляет людей друг от друга. Поэтому правда и ложь не противопоставляются в пословицах как положительное и отрицательное. По поводу же клеветы и лести пословицы выражают однозначное мнение – это зло, а льстецы и клеветники – непорядочные, подлые люди, поскольку в лести и клевете ложь, неправда – лишь способ достижения цели, средство причинить вред другому человеку.

Итак, для русского человека важно в общении скорее «не навреди», чем «не соври».

## **Когнитивная картина мира**

М.С. Досимова

### **Концепт «женщина» в объективации русской фразеологией**

Проблема вербализации или языкового овнешнения концептов является одной из ключевых в современных лингвокогнитивных исследованиях. Известно, что концепт объективируется в языке лексическими, фразеологическими, паремиологическими и другими

языковыми единицами. В данной работе рассматриваются фразеологические единицы как один из способов языковой репрезентации концепта «женщина» в русском языке.

Источником материала послужили фразеологические словари русского языка. В ходе лексикографического исследования были выявлены следующие когнитивные признаки концепта «женщина».

Женщина внешне привлекательна. Красная девица, прекрасная половина (рода человеческого / человечества / общества), девица-красавица, краса ненаглядная, писаная красавица.

Женщина обаятельная. Венерин пояс (устар., поэт.) употребляется как символ женского обаяния и очарования.

Женщина должна быть обаятельной и привлекательной. Женщину, лишенную обаяния, привлекательности, полностью поглощенную книжными, научными, служебными интересами, пренебрежительно называют синим чулком или серой мышкой.

Женщина слабая. Слабый пол, слабая половина рода человеческого.

Женщина нежная. Нежный пол. Фразеологизм девичья кожа свидетельствует о нежной коже молодой девушки.

Женщина капризная. Дамский, женский каприз; разборчивая невеста, принцесса на горошине (капризная, изнеженная девушка), кисейная барышня.

Женщина все умеет делать, хорошо справляется с домашним хозяйством. Мастерница на все руки, мастерница своего дела. Женский (хозяйский) глаз.

Женщина – предмет мужского внимания, поклонения, обожания и любви: дама / владычица сердца; царица дум / души / сердца; дражайшая (моя) половина.

Женщина - человек, который сопровождает мужчину, помогает ему всегда и во всем. Спутница / подруга жизни. Однако отношение к женщине неоднозначно. Женщину-жену называют шутливо и с иронией старая боевая лошадь.

Женщина сварливая. Сварливую и строгую жену называют грубым, неодобрительным выражением ежовая маруха. Вообще, скандальность и сварливость считаются исключительно женскими характеристиками, что подтверждается сочетанием бабий язык, поэтому вздорного, грубого и крикливого человека называют базарной бабой.

Женщина создает много шума. Кутерьма, неорганизованность и беспорядок отличают женщину. Выражение бабьи сборы свидетельствует о шуме, суете и хаотичности в поведении женщин.

Женщина энергична. Энергичной, бойкой, решительной женщине было дано определение бой-баба / бой-девка, кулак-баба.

Женщина должна быть замужем и рожать детей. О замужней женщине уважительно говорят замужняя дама, мужняя жена, несвободная женщина (девушка), тогда как женщину, временно оставшуюся без мужа или не живущую с ним, шутливо называют соломенной вдовой, разведенную

женщину – разводной женой. По евангельской легенде бездетная женщина была названа бесплодной смоковницей. Незамужнюю преимущественно немолодую женщину, не бывшую никогда замужем, пренебрежительно и с иронией называют старой девой (девицей); Христовой / вековой / божьей невестой; бессемейной бобылкой. Такое же значение имеют следующие выражения: в девках, в девушках, в девицах, в невестах засидеться; остаться девой. Женщину с женщиной в одной паре, обычно из-за отсутствия мужчин, называют шерочка с машерочкой (шутл.).

Утверждения женщины принято считать неточными. Во фразеосочетании бабушка <еще> надвое сказала (гадала) растолковывается следующий смысл: неизвестно еще, будет так или нет, удастся ли, осуществится ли. О неточно, плохо измеренных больших расстояниях говорят: мерила баба клюкой.

Поэтому высказывания женщины презрительно называют вздором и вымыслом, что подтверждается фразеологизмами: бабьи сказки (или рассказы) или бабушкины сказки.

Отличительным признаком женщины считается эмоциональность. Например, для женщины характерны плаксивость и привычка жаловаться, что представлено фразеологизмом бабьи слезы и устойчивыми сочетаниями реветь / ныть / плакать как баба (как девчонка).

Поведение женщины лишено логики. О поступках, основанных на чувстве, а не на доводах рассудка, пренебрежительно и неодобрительно говорят женская или бабья логика.

Женщина доверчива. Из сочетаний рассказывай это (своей) бабушке и скажи это бабке в красных кедах, которые означают «этого не может быть; это невероятно» и выражают недоверие, следует, что женщина доверчива, так что может поверить даже самым невероятным вещам. Это же подтверждается жаргонным выражением парить бабку в красных кедах – обманывать, говорить ерунду.

Женщина сплетничает. Важным отличием женщины считается распространение слухов и известий, основанных на неточных, заведомо неверных, ложных сведениях, потому глупые, ничем не обоснованные слухи называют бабьими сплетнями, одна бабка сказала.

У женщин свои секреты и тайны, в которые мужчин не посвящают. Женщины имеют привычку говорить о своих женских секретах, поясняя правило нераспространения тайны выражением между нами девочками.

В ряде фразеологизмов подчеркиваются исключительно женские качества: застенчивость, стеснительность и (баба – о робком, слабохарактерном мужчине (разг. ирон.); как девица на выданье – о робком, нерешительном поведении человека (особ. мужчины).

Женщина склонна к разврату. Для обозначения непристойного, неприличного, развратного поведения женщины используется огромное количество фразеологизмов, в частности легкое поведение, которое послужило основой для выражения женщина (девушка / девица / дама / особа) легкого поведения. Женщина, которая ведет себя развратно, или



проститутка, может быть охарактеризована посредством следующих фразеологических единиц: вавилонская блудница, дама из Амстердама, дама полусвета, ночная бабочка, падшая / уличная / публичная / продажная / бесстыдная / беспутная / распутная женщина (девка / девица), жертва общественного темперамента; погибшее, но милое создание и многими другими. Выражение трепать юбки (хвост(ы)) (с кем-л.) означает «вести распутную жизнь, распутничать».

Женщина злая. Фразеологизмы сушая, настоящая ведьма, Киевская ведьма характеризуют злую женщину.

Женщина – причина бед и несчастий мужчин. Дочь дьявола. Нередко женщину шутливо называют дочерью Евы или ребром Адама, иронически ссылаясь на библейскую версию происхождения женщины и ее роль в судьбе человечества. Зачастую подобные выражения употребляются мужчинами для обвинения женщин во всех своих неудачах и несчастиях.

О поре расцвета, зрелости в жизни женщины (возраст от 30 до 40 лет) шутливо говорят бабий век или бальзаковский возраст.

Старая женщина непривлекательна. В русском языке существует целый ряд фразеологизмов, номинирующих непривлекательную старую женщину. Среди них бранные, просторечные сочетания старая скворечница / скворечня; старая карга, чертова перечница, старая гримза, которые употребляются в значении «старая злая женщина». Глубокая старуха – выражение, называющее очень старую женщину, божий одуванчик (о старом, дряхлом, тихом и беззащитном человеке (обычно о женщине)), драная кошка (ободранная кошка) (груб., простореч.) – худая, изможденная женщина; о женщине, имеющей жалкий, неопрятный вид.

Следующие сочетания, называющие женщин (собр.), часто отражают маскулинное отношение к женскому полу в целом: ваша сестра; женская половина; женская порода; женское общество; бабье, женское и т.п. сословие.

В результате сплошной выборки из фразеологических словарей русского языка были выявлены 192 фразеологические единицы, номинирующие концепт «женщина». Фразеологизмы русского языка представляют обширный материал для объективации когнитивных признаков рассматриваемого концепта.

Словарь фразеологических синонимов русского языка. Под ред. доктора филологических наук, профессора В.П. Жукова, М.: «Русский язык». 1987.

Фразеологический словарь русского языка/ Под ред. А.И. Молоткова. Изд-е 4-е, стереотипное. М.: «Русский язык». 1986.

Фразеологический словарь современного русского литературного языка/ Под ред. проф. А.Н. Тихонова / Сост.: А.Н. Тихонов, А.Г. Ломов, А.В. Королькова. Справочное издание: В 2 т. Т.1. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 832с.

Фразеологический словарь современного русского литературного языка/ Под ред. проф. А.Н. Тихонова / Сост.: А.Н. Тихонов, А.Г. Ломов, А.В. Королькова. Справочное издание: В 2 т. Т.2. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 832с.

Яранцев Р.И. Русская фразеология. Словарь-справочник. М.: «Русский язык». 1997.

О.А.Зиновьева

### **Концепт «Италия» в поэтической концептосфере А.С.Пушкина**

Географические имена составляют часть ономастического пространства и являются основными знаковыми показателями «пространственного конструирования мира в сознании человека» (Лотман 2004, с.297). Как известно, пространственный образ, эксплицирующий значение онима, связан с определённой долей информации: социальной, культурно-исторической, географической и др., следовательно, значение имени будет зависеть от характера среды, в условиях которой реализуется его употребление. В контексте реальности значение онима имеет когнитивную природу, в художественном контексте когнитивный аспект имени рассматривается через пространство индивидуально-авторских концептов.

По мнению А.В. Суперанской, имя собственное, «переходя в язык как систему знаков, должно обрести некоторую долю интеллектуальной информации» (Имя нарицательное и собственное 1978, с.7). Иными словами, имя не может быть привнесено в язык вне связи с реалиями уже известными человеку, оно детерминировано внешней реальностью, входит в языковую и физическую картины мира. Исследование значений собственных имён в художественных текстах (поэзии, в частности) не может обойтись без учёта коннотации имени. Будучи ассоциативно связанной с первичным значением слова, коннотация имени вносит в его основное значение ряд имплицитных смыслов, которые преобразуются в когнитивные признаки индивидуально-авторского концепта (концептов). Индивидуально-авторские концепты А.С.Пушкина во многом определили содержание аналогичных концептов в творчестве последующих русских писателей.

Данная статья посвящена анализу пушкинских коннотаций собственных имён, относящихся к территории современной Италии. Образ Италии представлен у Пушкина в основном лексемой Рим, имеющей следующие значения:

1. Рим – Древний Рим, Священная Римская империя.

Коннотативными признаками данной семемы в пушкинской поэзии являются: громкая держава, державный, великий, гордый край, и в то же время страна разврата, злодеянья. Поэт рассматривает Древний Рим, с

одной стороны, как великое, сильное государство, а с другой - как пространство греха, рабства.

«Куда ж ты, наш мудрец, друг истины, Дамет!  
Куда – не знаю сам; давно молчу и вижу;  
Навек оставлю Рим: я рабство ненавижу» (Лицинию, 1815).  
Так вот судьба твоих сынов,  
О Рим, о громкая держава!..(Цыганы, 1824).

Антиномия свобода – рабство, как и добро – зло, зиждется на праве выбора: уход из мира рабства, беззакония – художественное решение социальной проблемы. «Оставить Рим» значит «уйти с совета нечестивых», остаться свободным человеком. Но то, что не в силах изменить человек, изменяет время, высшая правда: к Риму со временем придёт возмездие, наказание за греховность:

Исчезнет Рим; его покроет мрак глубокий.  
(Лицинию, 1815)  
О Рим, о гордый край разврата, злодеянья!  
Придёт ужасный день, день мщенья, наказания  
(Лицинию, 1815)

А.С.Пушкин, как указывал В.Непомнящий, рассматривает проблему нравственного выбора отдельного человека как представителя любого народа с опорой на категории высшего порядка и делает определённый вывод: «образ мира – образ Творения в его соотнесённости с человеком как духовным и нравственным существом – мироздания, глубоко в себя принимающего действия человека и отвечающего на них так, как они заслуживают: мироздания, которое служит человеку как существу «сверхъестественному», духовному – и не служит ему, и извергает его из себя в область хаоса и смерти, когда он опускается до уровня своего животного «естества» (Непомнящий 2001, с.306). Образ мира соотносим и с нацией, несоответствие ему — приводит к «ужасному дню».

2. Рим – религиозный центр мира.  
О Вольтер! О муж единственный!  
Ты, которого во Франции  
Почитали богом неким,  
В Риме дьяволом, антихристом,  
Обезьяною в Саксонии!  
(Бова, 1814)

Историко-географическая информация о «чужом» пространстве вводится в контекст при помощи указания на собственные имена. Они вызывают ассоциации с накопленным ранее знанием, организующим когнитивный уровень поэтического сознания. В художественной картине

мира поэта находят своё отражение национально обусловленные результаты восприятия личности Вольтера в различных пространствах: Франция, Рим, Саксония. Образ Рима в данном контексте строится на противопоставлении религиозной картины мира (католицизм) и философской догматики (Вольтер). Рим – образ сакрального пространства, средоточие католического мира.

Ю.М.Лотман рассматривал конфликт светского и духовного мировоззрения в XVIII в следующим образом: «с распространением ньютоновской физики, главным пропагандистом которой на континенте был Вольтер, вольтерьянского деизма и руссоистской религии Природы между культом божественного Разума и церковным Богом пролегло глубокое различие, сводившееся к принципиальному разногласию в отношении к откровению, с одной стороны, догматике, церковному преданию, традиции и обряду – с другой» (Лотман 2001, с.761).

3. Ватикан (Рим) – резиденция римского папы.

И вдруг толпой все черти поднялись,  
По воздуху на крыльях понеслись –  
Иной в Париж к плешивым картезьянцам  
С копейками, с червонцами полез,  
Тот в Ватикан к брюхатым итальянцам  
Бургонского и макарони нес...

(Монах, 1813)

4. Ватикан (Рим) – собор Св. Петра.

Гений и злодейство -  
Две вещи несовместные. Неправда:  
А Бонаротти? Иль это сказка  
Тупой, бессмысленной толпы – и не был  
Убийцею создатель Ватикана?

(Моцарт и Сальери, 1830)

В этом контексте собственное имя метонимически обозначает архитектурное сооружение, а перифраза (создатель Ватикана) называет Микеланджело, автора архитектуры купола собора Св. Петра в Ватикане (А.С.Пушкин об искусстве 1990, с.216). В данном примере, как и в других, накопление именем «интеллектуальной информации» интерпретируется художественным мышлением в целях создания противоречивого образа гения – «святого» и одновременно «грешного». В Примечаниях к книге «А.С.Пушкин об искусстве» есть небольшое пояснение к контексту : речь идёт о легенде, в которой говорится о том, «будто бы Микеланджело Буанаротти заколол привязанного к кресту натурщика, чтобы вернее изобразить муки распятия» (А.С.Пушкин об искусстве 1990, с.216).

5. Рим – люди, населяющие город Рим.

Себя как в зеркале я вижу,  
Но это зеркало мне льстит.  
Оно гласит, что не унижу  
Пристрастья важных аонид.

Так Риму, Дрездену, Парижу  
Известен впредь мой будет вид.  
(Кипренскому, 1827)

6. Рим – центр притяжения. Так называл А.С.Пушкин поместье, в котором жил украинский поэт А.Г. Родзянко.

Твой Рим – деревня; ты мой папа,  
Благослови ж меня, певец!  
(Из письма к Родзянке, 1824)

Образ Рима вмещает в себя достаточно ёмкое культурное и историческое содержание. Рим у Пушкина почти во всех примерах осмысливается как Древний Рим, пространство античной культуры, древней цивилизации. При переносе наименования Рим на поместье А.Г.Родзянко на Украине, актуализируется сема «центр притяжения», которая заключена в образе античной цивилизации. Ср. критическое замечание, сделанное рецензентом Н.И.Надеждиным к «Вечерам» Н.В.Гоголя. Надеждин назвал Украину «славянской Авзонией», т.е. славянским Древним Римом, далее поясняется, что это «заветный ковчег», в коем сохраняются живейшие черты славянской физиономии и лучшие воспоминания славянской жизни (Русские писатели 1996, с.281).

Рим в восприятии Пушкина получает коннотации центра вселенского масштаба (мудрость мысли, атмосфера роскоши и красоты, священные образы и др.) В то же время поэт видит в образе древней цивилизации и отрицательные стороны: позорное рабство, царство греха, беззакония и тирании. Можно сказать, что античность в сознании поэта раскрывается в противоречивых образах. Использует А.С. Пушкин и древнее поэтическое название Италии — Авзония.

При блеске фонарей и звёзд,  
Сыны Авзонии счастливой  
Слегка поют мотив игривый...

(Путешествие Онегина, 1825)

Это поэтическое имя Италии — Авзония — имеет дополнительные коннотативные семы: «счастливая», «весёлая».

Наряду с онимом Рим, А.С. Пушкин использует и современное название этой страны:

1. Италия – родина римского поэта Овидия Назона.  
Златой Италии роскошный гражданин,  
В отчизне варваров безвестен и один,  
Ты звуков родины вокруг себя не слышишь...  
(Наполеон, 1821)

В данном контексте Италии присвоен признак «златая», который обогащает значение имени индивидуальным авторским смыслом. Как известно, само определение несёт позитивный эмоциональный смысл, связанный с понятиями «богатый», «ценный», «красивый». Такой представлялась ссыльному поэту его родина.

2. Италия — государство в южной Европе периода наполеоновских войн.

Когда ж твой ум он поражает  
Своею чудною звездой?  
Тогда ль, как с Альпов он взирает  
На дно Италии святой...

(Герой, 1830)

Италия в этом контексте предстаёт как «католическая страна» («святая»). Исторический образ страны воссоздаётся в связи с другим словесным образом — Наполеона, героя этого стихотворения.

В других примерах поэт называет Италию «счастливой» (ср. «златая», «прекрасная»):

В одном из городов Италии счастливой  
Когда-то властвовал предобрый, старый Дук...

(Анджело, 1833)

Из городов Италии Пушкин упоминает Неаполь и Венецию: Неаполь имеет коннотацию «воинствующий», «грозный», а Венеция — «пространство, доставляющее эстетическое удовольствие», мир красоты и искусства.

Тряслися грозно Пиренеи,  
Близ мест, где царствует Венеция златая,  
Волкан Неаполя пылал,  
Один, ночной гребец, гондолой управляя,  
Безрукий князь друзьям Мореи  
При свете Веспера по взморию плывёт,  
Из Кишинёва уж мигал.  
Ринальда, Годфреда, Эрминию поёт.

(Путешествие Онегина, 1825)

(Близ мест, где царствует..., 1827)

Таким образом, проанализировав значения лексем Италия, Рим, можно установить их семемы:

Рим — Священная Римская империя;

Рим — античное государство;

Италия — государство периода наполеоновских войн;

Авзония — поэтическое именование страны.

Лексическая сочетаемость названий Италии позволяет выявить коннотативные признаки в концепте Италия. Дополнительными когнитивными признаками, относящимися к дальней периферии значения, стали «греховное пространство», «отсутствие свободы», «центр притяжения».

Лотман Ю.М. Семиосфера // С.- Петербург: Искусство, 2004. — 704с.

Непомнящий В.С. Пушкин. Избранные работы 1960-х — 1990-х гг. т.1 Поэзия и судьба. — М.: Жизнь и мысль, 2001г. — 496с.

Пушкин А.С об искусстве. т.2. — М.: Искусство, 1990. — 351с.

Русские писатели, XIX в. Библиографический словарь. т.1. — М.: Просвещение, 1996. — 448с.

Суперанская А.В. Аппелятив — онома // Имя нарицательное и собственное. М.: Наука, 1978. — 207с.

Т.М. Крючкова

### **Вербализованные концепты русской массовой культуры (по произведениям русских писателей конца XX – начала XXI вв.)**

В конце XX века становится заметным стремление писателей к поиску новых средств художественного изображения. Художественный текст становится более экспрессивным, броским, насыщенным реалиями массовой культуры. Современная массовая культура предлагает широкий выбор образцов, которые активно используют современные писатели в своих произведениях. Феномены культуры могут быть представлены в языке посредством фразеологизмов, крылатых слов, высказываний известных людей, афоризмов, строчек из песен, стихотворений.

Писатели, используя прецедентные тексты, рассчитывают на духовный опыт читателя, сформированный массовой культурой. Оторвавшись от исходного текста или ситуации, такие выражения начинают жить самостоятельно, включаются в системные отношения языковых знаков, обрастают традициями употребления. Употребление подобных выражений в современных художественных текстах в какой-то мере отражает их «присутствие» в языковом сознании читателя. Посредством таких устойчивых словосочетаний фиксируются вербализованные концепты культуры.

В.И. Карасик характеризует концепты как «ментальные образования, которые представляют собой хранящиеся в памяти человека значимые осознаваемые типизируемые фрагменты опыта» (Введение в когнитивную лингвистику 2004, с. 59), а отдельный концепт как «многомерное ментальное образование, в составе которого выделяются образно-перцептивная, понятийная и ценностная стороны» (Введение в когнитивную лингвистику 2004, с.71), «фрагмент жизненного опыта человека» (Карасик 2004, с.3), «переживаемая информация» (Карасик 2004, с.128). М.В. Пименова отмечает: «Что человек знает, считает, представляет об объектах внешнего и внутреннего мира и есть то, что называется концептом. Концепт – это представление о фрагменте мира» (Пименова. Предисловие 2004, с.8).

Прецедентные тексты из художественной литературы, репрезентирующие концепты русской массовой культуры, являются одним

из источников образования современными авторами неожиданных сочетаний лексических единиц с целью создания экспрессии. Это могут быть тексты как русской, например:

*... я поняла, что я как та неудачница из «Бесприданницы», всего-навсего красивая безделушка (Анашкевич. Елена Прекрасная или Иван Царевич и серый волк); Я медленно и таинственно, совсем как Незнакомка Блока, проходила меж столиков, неся на себе свое распрекрасное лицо и очередной наряд (Анашкевич. Елена Прекрасная или Иван Царевич и серый волк),*

так и зарубежной литературы:

*Ну, ни одна живая душа меня не понимает в этой стране, живу, как Робинзон на необитаемом острове, только без Пятницы, кошек и попугая (Пьецух. Я и сны); Его бизнес расцветал, словно гадкий утенок из сказки Андерсена, который незаметно превращался в лебедя (Пелевин. ДПП (нн)).*

Как показывают примеры, в основном, в качестве прецедентных текстов используются те произведения, которые изучаются в средней школе или являются популярным детским чтением.

Очень часто современные писатели обыгрывают литературные штампы:

*Бомж и достоинство – вещи несовместные, как гений и злодейство (Козлов. Реформатор); Я и бухгалтерия – две вещи несовместные, как гений и злодейство (Вильмонт. Хочу бабу на роликах); Схватился за фонарик – осветил. Так и есть: взломано. Да и чего там ломать, толкни рукой посильнее – сезам, блин, и откроется (Беньковский. Анахрон).*

Еще одним источником являются пословицы и поговорки. Их обыгрывание современными авторами создает эффект обманутого ожидания:

*«Тигров бояться, в горы не ходить, подумала я, - будь, что будет» (Пелевин. Священная книга оборотня); «Не догоню, так согреюсь», - говорит петух, преследуя курицу. Вот и я не заработаю, зато получу интересное занятие (Донцова. Хождение под мухой); Доброе слово и ящерице приятно (Донцова. Хождение под мухой).*

Для создания ярких образов современные писатели используют экспрессивные фразеологизмы:

*В конце мая я самозабвенно нюхала продукцию этого японца и не купила только потому, что задушила жаба (Донцова. Фиговый листочек от кутюр); Здорово же я их напугала, если всем коллективом ждут, что я опять тапки отброшу (Донцова. Эта горькая сладкая месть); ... да, именно Вавила, причем, когда самогонкой по самые брови нальется (Беньковский. Анахрон); Он еще раз яростно позвонил. Аж лестничную площадку копытом рыть стал (Беньковский. Анахрон).*

Третьим источником используемых современными авторами новых лексических сочетаний, создающих экспрессивные образы, в последнее время является реклама:



*Николай Николаевич покрылся толстым, как шоколад на «Сникерсе», слоем пота (Курицын. Акварель для Матадора); Юля ослепительно улыбнулась, обнажив зубы, пригодные для рекламы фирмы «Блендамед» (Донцова. Эта горькая сладкая месь); - Начинай тогда, - велела бабенка и показала глазами на бутылочку «Ферри», - давай, в Вилларибо уже танцуют, а в Виллабаджио никак не отмоют противни (Донцова. Хождение под мухой).*

Многие высказывания, которые пока оригинальны, завтра могут войти в стандартный фонд русского языка, благодаря частотности и повторяемости в текстах и в речи.

Введение в когнитивную лингвистику / Под ред. М.В. Пименовой. Вып.4. Кемерово, 2004.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004.

Пименова М.В. Предисловие. / Введение в когнитивную лингвистику. Под ред. М.В. Пименовой. Вып.4. Кемерово, 2004.

Н.И.Курилова

### **Концепт *нищий* в русской когнитивной картине мира (по данным словарей и экспериментальных исследований)**

Предметом нашего анализа являются языковые средства объективации концепта *нищий* в русском языке.

В «**Кратком этимологическом словаре русского языка**» Н.М. Шанского и др. слово «нищий» определяется как общеславянское. Образовано с помощью суффикса -j- от \*nistъ, как считают, родственного др.-инд. *nisyas* – «чужой» (Шанский и др. 1971, с.189)

Таким образом, с точки зрения этимологии слово «нищий» общеславянское, имеет древний индоевропейский корень.

Обратимся к характеристике словарных дефиниций лексемы «нищий». Смысловое содержание слова «нищий», установившееся к первой половине XIX века, зафиксировано **словарем В.И.Даля**:

**Нищета** – крайняя бедность, убожество, скудость, нужда и недостаток;

**Нищать** – приходить в нищету, становиться убогим, беднеть;

**Нищаться** – притворяться бедным, прикидываться нищим, побираться без нужды.

**Нищенство** – нищета, состоянье нищего, бедность, скудость, убожество; побирательство, прошение подаяния, сбор милостыни;

**Нищенствовать** – побираться, идти в мир, ходить по миру, просить милостыни, собирать подаянье, ходить с сумою, христарadniчать, стоять под окнами, петь Лазаря.

нищевродничать укорно – скитаться побираясь, странничать с сумою.

**Нищеврод, -бродка** – шатуший нищий, побирушка, попрошайка.

**Нищелюбие** – забота о нищей братии, о калеках.

**Нищелюбивый** – призревающий нищих.

**Нищий** – до крайности бедный, убогий, неимущий, скудный; побирающийся, живущий Христовым именем, питающийся подаянием, ходящий по миру, просящий милостыни.

### **Словарь русского языка в 4-х т. / под редакцией А. П. Евгеньевой:**

**Нищать** 1. впадать в нищету; беднеть;

2. перен. Оскудевать, приходить в упадок;

**Нищеврод** - нищий, попрошайка;

**Нищенка** – женщина, живущая подаянием, занимающаяся нищенством;

**Нищенский** 1. свойственный, принадлежащий нищему; такой, как у нищего;

2. перен. Ничтожно малый; скудный, крайне бедный чем-либо;

**Нищенство** 1. соби́рание милостыни как средство к существованию;

2. крайняя бедность, нищета;

**Нищенствовать** 1. заниматься нищенством;

2. жить в крайней бедности, в нищете;

**Нищета** 1. крайняя бедность, нужда;

2. собир. Нищие люди;

**Нищий** 1. живущий подаянием, милостыней;

2. неимущий, крайне бедный;

3. перен.; испытывающий острый недостаток в чем-либо, скудный, бедный;

### **С.И.Ожегов. Толковый словарь русского языка.**

**Нищать** – беднеть, впадать в нищету;

**Нищенка** – (разг.) женщина-нищая;

**Нищенский** 1. такой, как у нищего, свойственный, принадлежащий нищему; 2. перен. Крайне малый, ничтожный;

**Нищенство** – соби́рание милостыни как средство к существованию;

**Нищенствовать** 1. жить, собирая милостыню, подаяние. 2. жить в нищете.

**Нищета** 1. крайняя бедность 2. перен. Убожество (чувств, мыслей), упадок духа 3. собир. Нищие люди.

**Нищий** – очень бедный, неимущий, живущий подаянием;

### **«Большой толковый словарь русского языка»**

**под ред. С.А.Кузнецова**

**Нищеврод** – нищий, попрошайка;

**Нищенка** – женщина, живущая подаянием, занимающаяся нищенством;

**Нищенский** 1. свойственный, принадлежащий нищему; такой, как у нищего; очень бедный; 2. крайне малый, ничтожный; скудный, убогий (физически и духовно);

**Нищенство** 1. собирать милостыню, подаяние, делая из этого средство к существованию и ведя соответствующий образ жизни. 2. крайняя бедность, нищета.

**Нищенствовать** 1. собирать милостыню, подаяние, делая из этого средство к существованию и ведя соответствующий образ жизни. 2. жить в крайней бедности, в нищете;

**Нищета** 1. крайняя бедность, нужда; 2. скудость, убожество (чувств, мыслей и т. п.) 3. *собир.* Нищие люди.

**1.Нищий** – 1. живущий подаянием, милостыней; 2. неимущий, крайне бедный; отличающийся нищетой; 3. испытывающий острый недостаток в чем-либо, скудный, бедный;

**2.Нищий** – человек, который живёт подаянием, нищенствует;

Анализ толковых словарей показывает, что в состав семантемы *нищий* в русском языке входят три семемы, которые в той или форме фиксируются во всех проанализированных лексикографических источниках:

1. Лицо, живущее на подаяние, милостыню;

2. Неимущий, крайне бедный, испытывающий острый недостаток в чем-либо;

3. перен. Скудный, убогий (нищие поля, нищие деревни, нищий духом).

Когнитивная интерпретация семантических компонентов слова *нищий*, представленных в словарных дефинициях, позволяет выявить следующие когнитивные признаки исследуемого концепта:

*лицо*

*живет на подаяние*

*просит милостыню*

*испытывает крайний недостаток материальных средств*

*убогое*

Было также проведено экспериментальное исследование концепта *нищий*.

Были проведены ассоциативные эксперименты со словом-стимулом *нищий*. В качестве испытуемых выступили учащиеся Волгоградского муниципального образовательного учреждения средней общеобразовательной школы № 112, а также их родители, учителя МОУ СОШ №112, воспитатели ДОУ № 368, продавцы, менеджеры, бухгалтеры и жители населенного пункта Цаца.

В экспериментах приняло участие 200 человек – 112 женщин и 88 мужчин. Из числа опрошенных – 56 информантов в возрасте от 15 до 28 лет; 76 человек в возрасте 29 – 45 лет и 76 человек в возрасте 46 – 70 лет.

### Свободный ассоциативный эксперимент

Был проведен свободный ассоциативный эксперимент - информанты напротив предложенного слова-стимула должны были записать первое слово, которое придет им в голову. Полученные ответы были обработаны и построено ассоциативное поле стимула «нищий»:

*Нищий* 200 - попрошайка 32, бродяга 27, беспризорник 23, дед 21, человек 20, существо 17, бедняк, бомж 12, оборванец 11, старик 7, учитель 6, мужчина 3, нищета 2, кот, врач, пенсионер, ночлежка, аграрий, король, пустышка, лентяй 1.

### Направленный ассоциативный эксперимент

Испытуемым необходимо было закончить фразу (НИЩИЙ – какой?...), предложив не менее 3 определений.

В результате эксперимента от 200 испытуемых было получено 579 реакций:

**Нищий – какой? 579** бедный -84, бездомный – 61, грязный – 48, безработный – 45, старый – 44, голодный – 38, жалкий – 26, несчастный – 25, беспомощный – 24, больной – 22, убогий – 21, злой –19, униженный – 16, обиженный –15, замученный –14, печальный –14, одинокий, обездоленный – 13, беззаботный, малообеспеченный – 12, дряхлый –11, безнадёжный – 10, оборванный –9, хромой –8, обреченный –7, страшный –6, счастливый –4, искалеченный –4, свободный –3, рванный, умный –2, бесправный, пьяный, раздетый –1.

Результаты обоих экспериментов были объединены и осуществлена когнитивная интерпретация результатов ассоциативных экспериментов, которая позволила сформулировать следующие когнитивные признаки исследуемого концепта, которые дополняют список когнитивных признаков, полученный из анализа словарных дефиниций:

- материально нуждается
- не имеет постоянного жилья
- просит средства к существованию
- вызывает жалость
- внешне неопрятный
- обречен на убогое существование
- уклоняется от труда
- пожилой
- физически немощный
- по профессии «бюджетник» или крестьянин
- счастливый
- независимый

Дальнейшее исследование концепта *нищий* предполагает исследование объективирующих данный концепт фразеологизмов, паремий, устойчивых

сравнений и контекстов объективации концепта в текстах разных типов и жанров.

---

Н.М. Шанский и др. Краткий этимологический словарь русского языка. М., 1971.

М.С.Онищенко

### **Концепт «свободная страна» в русском, немецком и американском дискурсе**

Концепт «свободная страна», несмотря на кажущуюся узко-политическую направленность, достаточно часто упоминается в повседневном дискурсе, не ограниченном рамками политической сферы.

Более того, было замечено, что предложению «У нас свободная страна / англ.: It's a free country/ нем.: Es ist ein freies Land» свойственна национальная специфика, степень которой варьируется от языка к языку. Мы поставили перед собой цель рассмотреть дискурсивные особенности вербализации концепта «свободная страна» на примере ряда текстов, содержащих данное словосочетание. Была использована поисковая интернет-система Google, с помощью которой были отобраны первые 120 употреблений по каждому языку. Для исследования объективации концепта в немецком языке использовались сайты Германии, в английском языке - сайты Америки.

При проведении среза функционирования исследуемого концепта в дискурсе были учтены следующие особенности: тип дискурса и жанр текстов; контекст; имплицатуры, извлекаемые при интерпретации предложений, содержащих номинацию концепта «свободная страна».

В ходе анализа американских высказываний выявлены следующие имплицатуры:

1) утверждение права любого человека на какое-либо действие («Пусть делает, как хочет: у нас свободная страна») - 26,83% всех высказываний;

2) ироническая критика стереотипного мышления о США («свободная страна» - это пустой штамп, потерявший смысл из-за частоты употребления, мнение о том, что США – свободная страна – это стереотип. Факты доказывают обратное) - 20,33% всех высказываний;

3) агрессивное оправдание своих действий, которые кому-то могут не понравиться («свободная страна» подразумевает свободу действий, поэтому каждый может делать, что пожелает, и никто не вправе возражать) - 20,32% всех высказываний;

4) рассуждение о США как о свободной стране, чаще всего восхваление («свободная страна» - это синоним «США») - 15,45% всех высказываний;

5) размышление о содержании понятия «свободная страна» и переосмысление его как штампа - 5,69% всех высказываний;

6) критическая оценка свобод в других странах - 4,07% всех высказываний;

7) рассуждение с попыткой понять, является ли США свободной страной) - 2,44% всех высказываний;

Словосочетание «a free country» было обнаружено в двух американских интерактивных словарях [www.allwords.com](http://www.allwords.com) и <http://idioms.thefreedictionary.com> в составе идиомы «It's a free country» и имело следующие толкования: 1) У меня нет никаких возражений относительно того, что ты собрался делать; 2) Я имею право делать что-либо, даже если меня за это будут критиковать.

Следует обратить особое внимание на частоту употребления словосочетания «свободная страна» также в заголовках к текстам, в которых оно встречалось (24,39% случаев), и случаи использования словосочетания для торговых брэндов и слоганов (4,07%), что свидетельствует о сформированности и символичности концепта в американском национальном сознании.

В ходе анализа русских высказываний, содержащих словосочетание «свободная страна», выяснилось, что чаще всего оно употребляется в следующих контекстах:

1) утверждение права любого человека на какое-либо действие («свободная страна» подразумевает свободу действий, поэтому каждый может делать, что пожелает) - 36,67% всех высказываний;

2) агрессивная реакция на критику собственных слов и лишение оппонента возможности возражать («Мне безразлично, что ты думаешь о моих словах. У нас свободная страна, тебя не заставляют слушать, ты волен уйти, если тебе не нравится то, что я говорю») - 13,33% всех высказываний;

3) приведение доказательств того, что Россия – свободная страна («У нас есть все то, что должно быть в свободной стране») - 10,83% всех высказываний);

4) ироническая критика стереотипного суждения о других странах (например, «США – не такая свободная страна, какой ее представляют») - 10,00% всех высказываний;

5) предоставление собеседнику права выбора в ситуации наличия альтернатив («У нас свободная страна. Ты имеешь право на выбор») - 7,50% всех высказываний;

6) рассуждение о свободах в других странах - 6,67% всех высказываний;

7) критика России как несвободной страны - 4,17% всех высказываний;

8) политическая пропаганда и описание политических митингов, лозунги которых содержали словосочетание «свободная страна» - 3,33% всех высказываний;

9) размышление о содержании понятия «свободная страна» - 3,33% всех высказываний.

Как и в случае с американским словосочетанием, русское -многократно встречалось в заголовках (2,5%). В отличие от американского, оно употреблялось также с ироническим оттенком в подписях к фотографиям (1,66% всех высказываний), содержащим противоположные понятию свободы символы или демонстрирующим отрицательные стороны свободы в стране, что свидетельствует о некоторой степени критичности суждения русского человека в отношении свободной страны.

В ходе анализа немецких высказываний, содержащих словосочетание «свободная страна», выяснилось, что чаще всего оно употребляется в следующих контекстах:

1) подтверждение чужого права на какое-либо действие или напоминание о наличии такого права («Делай, как хочешь, никто не будет возражать, потому что у нас свободная страна») - 47,93% всех высказываний;

2) рассуждение о свободах в Германии - 12,40% всех высказываний;

3) критика по поводу отсутствия свободы в Германии («Как можно назвать Германию свободной страной, если...?») - 8,27% всех высказываний;

4) размышление о содержании понятия «свободная страна» - 8,26% всех высказываний;

5) утверждение своего права на какое-либо действие или напоминание о наличии такого права («Я могу это сделать, потому что у нас свободная страна») - 11,56% всех высказываний;

6) размышление о применимости понятия «свободная страна» к США - 4,96% всех высказываний;

7) агрессивная реакция на критику собственных слов и лишение оппонента возможности возражать («Мне безразлично, что ты думаешь о моих словах.. У нас свободная страна, тебя не заставляют слушать, ты волен уйти, если тебе не нравится то, что я говорю») - 3,31% всех высказываний.

В слоганах немецкое словосочетание употребляется в 1,65% случаев.

Полученные результаты свидетельствуют о наличии ряда общих особенностей употребления словосочетания «свободная страна» в русском, американском и немецком дискурсе, которые вскрывают такой отчетливый когнитивный признак соответствующего концепта, как «вседозволенность»: свободная страна – такая страна, в которой никому ничто не запрещено. «У нас свободная страна» - зачастую первый аргумент с оттенком агрессии, который используют для оправдания деяния, не устраивающего собеседника/собеседников (нередко с добавлением нецензурной лексики), что свидетельствует о ярком эмоциональном фоне таких высказываний.

Примечательно, что в американском дискурсе словосочетание «свободная страна» все чаще подвергается критике как «символ» Америки, клише, потерявшее смысл и использующееся по привычке, привитой американским гражданам с детства (ср.: Paul Hein,

<http://www.lewrockwell.com/hein/hein76.html>). Причем в ряде текстов клише используется в том своем смысле, который высмеивается в вышеописанных текстах.

Немецкие тексты, в которых встречалось соответствующее словосочетание, в целом отличаются более спокойным эмоциональным фоном и содержат попытки выявления содержания понятия «свободная страна». Лишь 3,31% высказываний агрессивны.

Предпринятое исследование дискурсивных объективаций концепта «свободная страна» демонстрирует важность «сотрудничества» дискурс-анализа с лингвоконцептологией и необходимость использования дискурс-анализа для описания содержания и структуры концепта.

---

Paul Hein. Confusions and Delusions. - LewRockwell.com, 2004. - <http://www.lewrockwell.com/hein/hein76.html>

Л.В.Павлюк

### **Языковые концепты в когнитивной картине мира (экспериментальное исследование)**

Когнитивное сознание имеет концептуальную природу. В рамках когнитивного сознания следует различать языковое и коммуникативное сознание, и соответственно языковые и коммуникативные концепты.

Языковое сознание описывается в настоящее время как новый объект психолингвистики, сформировавшийся в последние 15 лет (Языковое сознание и образ мира 2000, с.24). Языковое сознание – это часть сознания, обеспечивающая механизмы языковой (речевой) деятельности: порождение речи, восприятие речи и хранение языка в сознании.

Языковое сознание - компонент когнитивного сознания, «заведующий» механизмами речевой деятельности человека; это один из видов когнитивного сознания, обеспечивающий такой вид деятельности, как оперирование речью. Оно формируется у человека в процессе усвоения языка и совершенствуется всю жизнь, по мере пополнения им знаний о правилах и нормах языка, новых словах, значениях, по мере совершенствования навыков коммуникации в различных сферах. Языковое сознание носителя русского языка - это, прежде всего, совокупность сведений о том, *какие единицы есть в русском языке, каково их значение и каковы правила их использования в процессе общения на русском языке.*

Если человек владеет иностранными языками, то соответствующие сведения об этих языках тоже принадлежат его языковому сознанию.

Однако речевая деятельность человека сама является компонентом более широкого понятия – коммуникативной деятельности человека. В



связи с этим возникает проблема разграничения языкового и коммуникативного сознания.

*Коммуникативное сознание* – это совокупность коммуникативных знаний и коммуникативных механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека. Это коммуникативные установки сознания, совокупность ментальных коммуникативных категорий, а также набор принятых в обществе норм и правил коммуникации. Для русского человека *это совокупность знаний о том, как надо вести общение в России.*

Приведем пример разграничения языкового и коммуникативного сознания:

*языковое сознание* содержит информацию о *формулах приветствия* (то есть об имеющихся языковых единицах для обозначения некоторого концепта): *здравствуйте, добрый день, доброе утро, привет* и др., а также об их *дифференцированных значениях* – приветствие утром, вечером и т.д., вежливое, разговорное и др.; это информация, которая является принадлежностью языкового сознания русского человека;

*коммуникативному сознанию* принадлежит информация о том, как надо приветствовать - с каким лицом, с какой интонацией, на какой дистанции, когда и кого можно не приветствовать, кого надо приветствовать вежливо, на *вы*, а кого можно попроще и т.д., в каких ситуациях обязательно приветствовать, в каких – нет, надо ли повторно приветствовать в течение дня и т.д.

Таким образом, коммуникативное сознание *включает* языковое (понимаемое в рассмотренном выше смысле) как составную часть, но *не исчерпывается* им (Попова, Стернин 2006).

Изучение коммуникативного сознания народа предполагает как изучение его языкового сознания, так и изучение чисто коммуникативных аспектов, правил и закономерностей, входящих в сознание данной этнической общности. Подчеркнем, что коммуникативное сознание народа в целом, в единстве его языкового и чисто коммуникативного аспектов, входит интегральной составной частью в когнитивное сознание нации, являясь компонентом общего когнитивного сознания народа.

Предметом исследования в данной статье являются обыденные концепты языкового сознания рядового носителя русского языка.

Языковое сознание человека, представляющее собой часть сознания, определяющую его речевую деятельность, имеет концептуальную структуру (то есть состоит из концептов) и включает концепты, отражающие представления носителя языка о структуре, устройстве, единицах и функциях языка, о нормах языка, а также о нормах и правилах общения.

Языковое сознание обыкновенного носителя языка отличается от представлений о языке, свойственных научному сознанию филологов (т.е. представлений о языке, отраженных в научной и учебной литературе), хотя и то, и другое принадлежит когнитивному сознанию.

Данная тема выросла из нашей практики обучения культуре речи и основам языкознания нефилологов в Московском государственном университете сервиса. Они очень своеобразно трактуют многие языковые понятия. Например, на вопрос «Что такое *язык*» студенты отвечают: «Правила орфографии и пунктуации». Про языкознание они тоже говорят - «Правила орфографии и пунктуации». Интересно изучить соотношение их понимания языковых концептов и научного понимания этих концептов.

В результате будут получены данные о содержании основных языковых и коммуникативных концептов в обыденном сознании нефилологов, что позволит оптимизировать обучение русскому языку, культуре речи и культуре общения широких слоев населения.

Подобное описание языковых и коммуникативных концептов в обыденном языковом сознании необходимо в силу следующих причин:

- необходимо знать реальные представления обыденного сознания о языке, чтобы представлять исходный уровень студентов, которые должны изучать русский язык и культуру речи;
- в обучении и пропаганде культуры речи необходимо опираться на тот реальный уровень представлений обычного человека о языке, языковых явлениях и происходящих в языке процессах, чтобы обеспечить понятность лингвистической информации в процессе обучения;
- необходимо знать представления обыденного сознания о языке и общении, чтобы адекватно мотивировать рядовых носителей языка к изучению родного языка, пополнению языковых знаний, коррекции своего речевого поведения и т.д.

Основные задачи исследования:

1. выделить наиболее важные для обыденного языкового сознания языковые и коммуникативные концепты;
2. на основе анализа современной научной литературы научное определить содержание этих концептов;
3. применив совокупность экспериментальных методик, определить содержание этих концептов в обыденном языковом сознании студентов-нефилологов;
4. сопоставить соответствующие концепты в научном и обыденном сознании, установить сходства и различия;
5. сделать выводы о сходствах и различиях научного и обыденного языкового сознания;
6. предложить рекомендации по обучению студентов-нефилологов русскому языку и культуре речи, деловому общению, эффективной коммуникации с учетом уровня и содержания их языкового сознания.

Концепты, избираемые для экспериментального анализа, отобраны по принципу их важности для формирования культуры речи и культуры общения рядовых носителей языка.

В нашем исследовании ставится задача выяснить:

в сфере языковых концептов -

как представляет обыденное языковое сознание науку о языке (концепты *лингвистика, орфография, пунктуация*);

как представляет обыденное языковое сознание язык и его единицы (концепты *жаргон, иностранное слово, литературный язык, мат, разговорная речь, речь, сленг, стиль языка, язык*);

как представляет обыденное языковое сознание развитие языка и изменения в языке (концепты *изменения в языке, модное слово*);

как представляет обыденное языковое сознание культуру речи (концепты *богатство речи, грамотный, культура речи, нормы языка, правильная речь, речевая ошибка, хорошая речь*);

как представляет обыденное языковое сознание родной и иностранный языки (концепты *родной язык, русский язык, иностранный язык, английский язык, немецкий язык, французский язык, испанский язык*);

в сфере коммуникативных концептов -

как представляет обыденное языковое сознание правила общения (концепты *вежливость, речевой этикет, светское общение, толерантность, эффективное общение*);

как представляет обыденное языковое сознание коммуникативный идеал (идеальный собеседник, хороший оратор).

Наиболее эффективным способом выявления содержания концептов в обыденном сознании является эксперимент.

Языковое сознание обычного носителя языка может быть описано свободным, направленным ассоциативным экспериментами, методикой субъективных дефиниций, с использованием методики ранжирования когнитивных признаков, методом анкетирования и др.

Для достижения поставленных целей предлагается экспериментальная методика, включающая взаимодополняющие процедуры:

направленный ассоциативный эксперимент (русский язык – какой? грамотность – для чего нужна? к чему ведет? что дает?);

метод субъективных дефиниций (русский язык – это...);

метод анкетирования с ответом в свободной форме (Хотели бы вы повысить свой уровень владения русским языком? Для чего сегодня надо хорошо владеть русским языком? и т.д.).

Выдвигается гипотеза, что данная совокупность методик позволит описать содержание и структуру исследуемых концептов в обыденном сознании носителя языка.

При этом предполагаем, что:

направленный ассоциативный эксперимент с ответом в атрибутивной форме (КАКОЙ?) позволит выявить оценочные характеристики и наиболее яркие когнитивные признаки концепта, ср. исследование Л.А.Тавдгиридзе;

направленный ассоциативный эксперимент с ответами на конкретные функциональные вопросы (ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН? К ЧЕМУ ВЕДЕТ? ЧТО ДАЕТ?) позволит установить утилитарные признаки концепта;

метод субъективных дефиниций (...ЭТО) позволит выявить субъективные представления о сущностных признаках концепта;

метод анкетирования с ответом в свободной форме позволит информантам ответить на интересующие исследователя вопросы в субъективно выбранной ими форме, что облегчит информантам выражение мысли и дополнит результаты более «строгих» экспериментов.

Приведем в качестве примера предварительные результаты обработки материалов одного из экспериментов – направленного ассоциативного эксперимента с концептом *русский язык*.

### Русский язык – какой?

Предлагалось предложить три варианта ответа, все ответы обрабатывались.

Испытуемыми были студенты 1 курса, обучающиеся по специальностям «музейно-выставочный сервис» – 16 чел. и «бухучет» - 27 чел., всего 41 испытуемый: 8 мужчин, 33 женщины.

Приведем ответы испытуемых с учетом признака пола:

Когнитивный признак	Всего	Муж. пол	Женск. пол
Богатый	19	4	15
Родной	17	4	13
Красивый	13	1	12
Великий	12		12
могучий, сильный	12		12
Сложный, тяжелый	12	4	8
Интересный	6	3	3
обширный, огромный	4		4
выразительный	2	1	1
Гибкий	2		1
Грамотный	2		2
Литературный	2		2
Насыщенный	2	1	1
Певучий	2		2
Важный	1		1
Единственный	1		1
Живой	1		1
Загадочный	1		1
Звучный	1		1
Красноречивый	1		1
Лаконичный	1		1
Легкий	1		1
Любимый	1		1
международный	1	1	
Мелодичный	1	1	
Многогранный	1		1

Мудрый	1	1	
Неохватываемый	1		1
нужный	1	1	
Правильный	1	1	1
Прекрасный	1		1
Разнообразный	1		1
Точный	1	1	
Уникальный	1		1
Четкий	1		1

Таким образом, основу содержания концепта *русский язык* в обыденном языковом сознании составляют когнитивные признаки *богатый, родной, красивый, великий, могучий, сильный, сложный, интересный, обширный*.

Содержательный анализ этих признаков показывает, что в обыденном сознании преобладает положительное эмоционально-оценочное отношение к языку в сочетании с прагматическим признаком *сложный* - обыденное языковое сознание отражает любовь носителей русского языка к своему языку при осознании его значительной трудности для изучения. Данное обстоятельство объясняет отношение к русскому языку значительной части учащихся и студентов – абстрактно они его любят, а напрягаться в его изучении не склонны, поскольку он «трудный», «сложный».

Существенной гендерной специфики в содержании концепта не выявлено, кроме когнитивного признака *сложный* – этот признак указала половина мужчин и только четверть женщин.

Таким образом, освоение языка дается мужчинам труднее, чем женщинам.

Полученные данные должны учитываться в преподавании русского языка нефилологам.

Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. Изд.2, перераб и доп. Воронеж, 2007.

Тавдгиридзе Л.А. Языковые средства объективации концепта русский язык. Автореф. дисс. ...канд. филол наук. Воронеж, 2005.

Языковое сознание и образ мира.- М., 2000.

О.А.Сычева

### **Концепт *убеждать* в современной русской картине мира (по данным лексикографических источников)**

В современной лингвистике важно разграничить понятия *языковая картина мира* и семантическое пространство языка.

З.Д.Попова и И.А.Стернин пишут, что *концептосфера* – «это чисто мыслительная сфера, состоящая из концептов, существующих в виде мыслительных картинок, схем, понятий, фреймов, сценариев, гештальтов (более или менее сложных комплексных образов внешнего мира), абстрактных сущностей, обобщающих разнообразные признаки внешнего мира. Концептосфере принадлежат и когнитивные классификаторы, способствующие определенной, хотя и нежесткой организации концептосферы» (Попова, Стернин 2007, с.43-44).

*Семантическое пространство языка*, по З.Д.Поповой и И.А.Стернину - «это та часть концептосферы, которая получила выражение с помощью языковых знаков, совокупность значений, передаваемых языковыми знаками данного языка» (там же, с.44).

Значительная часть концептосферы народа представлена в семантическом пространстве его языка, что и делает семантическое пространство языка предметом изучения когнитивной лингвистики.

Выстраивая семантические пространства разных языков, лингвисты получают сведения об особенностях когнитивной деятельности человека, т.к. удастся конкретизировать содержание и структуры знаний, находящихся в концептосфере людей. Между концептами как единицами мыслительной деятельности существуют связи - по концептуальным признакам. Их можно проследить через языковые значения, через единицы, объективирующие концепты в языке, поскольку эти связи в языке маркированы - общностью морфем, просодем, фонетических сегментов, фоносемантически, а значит, могут быть обнаружены и описаны лингвистом (Попова, Стернин 2007, с.44).

Концептосферы разных народов, как показывает изучение семантического пространства разных языков, различаются по составу концептов и по принципам их структурирования. Лингвисты установили эти различия, занимаясь теорией перевода, типологией языков мира, контрастивным изучением двух языков в процессе преподавания иностранного языка.

Национальная специфика концептосферы находит свое отражение и в национальной специфике семантических пространств языков. Сходные концепты у разных народов могут быть сгруппированы по разным признакам.

З.Д.Попова и И.А.Стернин считают, что «как семантическое пространство языка, так и концептосфера однородны по своей природе, это мыслительные сущности. Разница между языковым значением и концептом состоит лишь в том, что языковое значение – квант семантического пространства – прикреплено к языковому знаку, а концепт как элемент концептосферы с конкретным языковым знаком не связан. Он может выражаться многими языковыми знаками, их совокупностью, а может и не иметь представленности в системе языка; концепт может овнешняться на основе альтернативных знаковых систем, таких как жесты

и мимика, музыка и живопись, скульптура и танец и др.» (Попова, Стернин 2007, с.45).

Итак, «концептосфера – область мыслительных образов, единиц универсального предметного кода представляющих собой структурированное знание людей, их информационную базу, а семантическое пространство языка – часть концептосферы, получившая выражение (вербализацию, объективацию) в системе языковых знаков – слов, фразеосочетаний, синтаксических структур и образуемое значениями языковых единиц» (там же, с.44).

Следовательно, *семантическое пространство языка* оказывается синонимичным понятию *языковая картина мира*, а описание семантического пространства языка представляет собой описание языковой картины мира.

Языковая картина мира создается: номинативными средствами языка; национальными паремиями; функциональными средствами языка; образными средствами языка (национально-специфической образностью); и фоносемантикой языка.

В.И.Карасик (Карасик 2004, с.109) выделяет ряд онтологических характеристик языковой картины мира, которые могут быть выявлены на разных участках лексико-фразеологической системы языка и по которым можно осуществить сопоставление одноименных участков языковой картины мира в разных языках:

наличие имен концептов (хотя у некоторых концептов имена могут отсутствовать);

неравномерная концептуализация (разная номинативная плотность одноименных участков лексических систем);

специфическая комбинаторика ассоциативных признаков концептов (например, различие внутренней формы лексем, называющих одно и то же в разных языках);

специфика классификации определенных предметных областей (на Востоке принято преуменьшать себя в номинации, в Европе – нет);

специальная ориентация предметных областей на ту или иную сферу общения (много разговорных номинаций бесцельного передвижения в русском языке, много высоких наименований путешественников в Китае).

Описание языковой картины мира включает в себя:

описание «членения действительности», отраженного языком в языковых парадигмах (лексико-семантических, лексико-фразеологических и структурно-синтаксических группах и полях);

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 (выявляющихся только в одном из сравниваемых языков) единиц.

Изучение языковой картины мира имеет 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, с полной уверенностью можно говорить о том, что исследование системных отношений в языке и исследование его национального семантического пространства – это моделирование вторичной языковой картины мира. Важным элементом выявления языковой картины мира является сопоставление языка с другими языками.

З.Д.Попова и И.А.Стернин приходят к выводу, что «когнитивная интерпретация результатов исследования языковой картины мира, описания национального семантического пространства позволяет перейти от языковой картины мира к когнитивной, к описанию национальной концептосферы» (Попова, Стернин 2007, с.44).

Концепт может быть описан разными способами, обеспечивающими разную полноту описания. Исходным этапом когнитивного описания является анализ словарных дефиниций единиц номинативного поля исследуемого концепта. Покажем возможности данного типа анализа на материале концепта «убеждать» в русском языке.

У В.И.Даля выделяются следующие значения слова *убедить*:

1. посадить в беду, т.е. крайне огорчить;
2. удостоверить, заставить понять или поверить;
3. упрашивать, умолять.

С.А.Кузнецов (БТС) определяет *убедить* как:

1. заставить поверить;
2. уговаривая, склонить к чему-либо;
3. заставить сделать что-либо.

С.И.Ожегов:

1. заставить поверить чему-нибудь;
2. уговаривая, склонить к чему-нибудь;
3. заставить сделать что-нибудь.

В Толковом словаре современного русского языка под ред. Быстровой Е.А., Окунева А.П. *убедить* значит:

1. заставить поверить чему-либо;
2. уговаривая, склонить к чему-либо;
3. заставить сделать что-либо.

Д.Н.Ушаков:



1. заставить поверить чему-нибудь;
2. уверить в чем-нибудь;
3. склонить к чему-нибудь;
4. заставить согласиться на что-нибудь.

Обобщая результаты описания в словарях, можно прийти к выводу, что глагол *убеждать* высоко многозначен и имеет в общей сложности следующие значения:

заставить поверить

заставить понять

заставить сделать

заставить согласиться

крайне огорчить (неупотр.)

уверить (заставить поверить)

уговаривая, склонить к чему-либо

удостоверить (доказать)

упросить (убедить просьбами, склонить к согласию, побудить сделать)

умолить (очень эмоционально просить; склонить униженными просьбами, мольбой (горячей страстной просьбой))

сильно просить (обращаться, усиленно склоняя к исполнению желаемого, добиваться чего-н.)

Методом когнитивной интерпретации семантики слова получаем следующие когнитивные признаки концепта «убеждать» (синоним «склонять»):

заставлять принять за истину без доказательств,

принуждать признать;

принуждать выразить согласие;

заставлять признать что-либо правильным;

очень сильно просить,

воздействовать на логику или эмоции;

принуждать поступить определенным образом;

сильно огорчать (опечаливать);

доказывать, приводя доводы;

воздействовать просьбами,

воздействовать мольбой,

усиленно добиваться чего-н.

Эти признаки составляют основу когнитивного содержания концепта, но не исчерпывают его. Для описания содержания исследуемого концепта необходимо дополнить данное описание экспериментальными процедурами, анализом текстов (специальных и художественных, публицистических), анализом фразеологии, пословиц и поговорок и др.

- Большой толковый словарь. / Под ред. Кузнецова С.А. – СПб., 2003.
- Залевская А.А. Слово. Текст. М., 2005.
- Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М., 2004.
- Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. / Под ред. Ожегова С.И., Шведова Н.Ю. – 4-е изд., доп. – М., 1997.
- Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. – Воронеж, 2007.
- Толковый словарь живого великорусского языка. / Под ред. Даля В.И. – М., 2002. – Т.4 – С.444.
- Толковый словарь современной лексики русского языка. / Под ред. Скорлуповской Е.В., Снетовой Г.П. – М., 2003 .
- Толковый словарь русского языка. / Под ред. Ушакова Д.Н. – М., 1939. – Т.3.

А.С. Трущинская

### **Актуализация концепта *родители* в русском и английском художественном тексте**

Содержание концепта образуют многочисленные дифференциальные когнитивные признаки (отдельные элементы содержания концепта). В процессе мыслительной деятельности актуализируются разные признаки концепта и их совокупности (Попова 2006, с. 89 – 90). Так, отдельные признаки концепта можно выявить в текстах публицистической и художественной литературы.

Были проанализированы следующие произведения современной русской литературы: *Альтист Данилов* (Орлов В.), *Веселые похороны* (Улицкая Л.), *Второе лицо* (Улицкая Л.), *Закон обратного волшебства* (Устинова Т. В.), *Замыслил я побег...* (Поляков Ю.), *Зимой в Афганистане* (Ермаков О.), *Кавказский пленный* (Маканин С. В.), *Казенная сказка* (Павлов О.), *Козленок в молоке* (Поляков Ю.), *Конец века* (Павлов О.), *Пикник* (Курчаткин А.), *Роковая ошибка* (Рощин М.), *Сквозная линия* (Улицкая Л.), повести и рассказы из сборников Д. Рубиной *Астральный полет души на уроке физики*, *Когда выпадет снег*, В. С. Токаревой *Маша и Феликс*, Щербакова Г. *Отчаянная осень*, Общее количество словоупотреблений составляет около 1000000.

Проанализированы следующие произведения на английском языке: *Bridge across forever* (R. Bach), *Bridget Jones's Diary* (Helen Fielding), *Chocolat* (Joanne Harris), *Cover of Night* (Linda Howard), *How to be good* (N. Hornby), *The Secret Dreamworld of a Shopaholica* (Sophie Kinsella), *The Known World* (Edward P. Jones), *Mercy* (Julie Garwood), *Success* (M. Amis). Количество слов составляет около 1000000.

В русском художественном тексте актуализированы следующие когнитивные признаки исследуемого концепта:

1. От родителей дети скрывают подробности личной жизни (5 примеров).

- Не боишься? Родители узнают... (*Ю. Поляков*).

2. Родители ответственны за воспитание детей (4 примера).

- Это кошмар... воровать! - наконец сказала она. - Куда смотрят твои родители... Ты ведь, наверное, везде воруешь? (*Д. Рубина*).

3. Родители определяют судьбу детей (4 примера).

Родители ...тебя хватают за шиворот, суют в общий вагон, и всех в одном направлении: сначала октябрятская звездочка, потом дружный коллектив класса, потом комсомольская ячейка института, и так до конца жизни... (*Д. Рубина*).

4. Родители восхищаются, гордятся своими детьми (3 примера).

По пути я просто утомился принимать бесконечные поздравления от встречных писателей, точно я был счастливым родителем скрипичного вундеркинда, выигравшего международный конкурс (*Ю. Поляков*).

5. Родители ранимы, чувствительны к проблемам детей (2 примера).

— Ну а твои родители, их что, не беспокоит? Подумай, что с ними будет, если они об этом узнают? — пытается зайти Женя с другой стороны (*Л. Улицкая*).

6. Родители – типичная тема разговора с молодыми людьми (2 примера).

Наконец его вызвали на собеседование, и посольский юноша с лицом утонченного вырожденца подробнейшим образом расспрашивал Борьку о житье-бытье, родителях, работе, политических взглядах (*Ю. Поляков*).

7. Дети в случаях жизненных трудностей возвращаются к родителям (2 примера).

Но был и второй слой, глубинный: Башмаков абсолютно не представлял себе, как станет жить без жены и дочери, как переедет назад к родителям (*Ю. Поляков*).

8. Родители помогают детям в трудную минуту жизни (1 пример).

Если бы хоть один из их школы пришел в подобных случаях собирать макулатуру, его бы изъязвили так, что родителям не хватило бы зарплаты вылечить его, бедолагу (*Г. Щербакова*).

9. Родители консервативны в своих взглядах (1 пример).

Женя радовалась, что отношения ее с детьми так мало походили на ее собственные отношения с родителями, при которых даже слово «проститутка» произнести было невозможно (*Л. Улицкая*).

10. От родителей дети скрывают вредные привычки (1 пример).

Юра поднял голову, обнаружил Анфису перед самым своим носом и неловко вскочил, неловко скатал журнал в трубку и неловко же засунул его за спину, как подросток свою первую сигарету при виде грозного родителя (*Т. Устинова*).

11. Смерть родителей дети тяжело переживают (1 пример).

Так потихоньку философствовала Анфиса Коржикова, и ее машинка летела по пустынной дороге, и закатное солнце уже было золотым и даже

грело немного, и впервые после потери родителей она вдруг подумала, что ничего не кончилось (*Т. Устинова*).

12. Дети просят родителей покупать им вещи (1 пример).

Сычуаньским вином

Я развеял бы грустные думы –

Только нет ни гроша,

А взаймы мне никто не даст, -

Читал он, и это выходило как-то плоско и обыденно, как если бы подросток жаловался товарищу на родителей, которые отказываются купить ему джинсы или магнитофон (*О. Ермаков*).

13. Родители любят своих детей (1 пример).

Они переносили свою родительскую любовь на кота и на Машу (*В. Токарева*).

14. Родителями дети могут манипулировать (1 пример).

Обаяние, слезы и упрямство – вот три рычага, которыми она переворачивала весь дом, устанавливала свою диктатуру (*В. Токарева*).

15. Родители не находят общего языка с детьми (1 пример).

Какое-то время все сидели молча, и Месяцев видел, что Алик тяготится присутствием родителей (*В. Токарева*).

16. Родители нуждаются в материальной помощи детей (1 пример).

Твоим родителям-пенсионерам хорошо бы создать человеческие условия под старость лет (*В. Токарева*).

17. К мнению родителей взрослые дети не прислушиваются (1 пример).

Все это надо было выжигать коленным железом и гнать с порога, гнать, но уже наступило время, когда никто не слушал родителей и никто ни за кого не отвечал (*Г. Щербакова*).

18. Иметь родителей – счастье (1 пример).

Главные – это здоровье, дружба, работа, любовь, родители, дети (*Г. Щербакова*).

19. Родители кажутся старыми (1 пример).

- Вот вам, наверное, родители кажутся престарелыми, а ведь по сравнению со мною, например, - совсем сопляки... (*Д. Рубина*).

20. Родители наказывают детей за плохую учебу (1 пример).

А выпороть и усадить меня за алгебру было совершенно некому, потому что на родителей вид моей шкодливой физиономии на страницах центральной печати действовал парализующе (*Д. Рубина*).

21. Родителей посвящают в свою личную жизнь (1 пример).

Тревожное ожидание исчезло, когда Башмаков - после исторического объяснения с Петром Никифоровичем - сделал Кате предложение и познакомил ее со своими родителями (*Ю. Поляков*).

22. С мнением родителей дети должны считаться (1 пример).

Нельзя же в самом деле совершенно не считаться с родительским мнением! (*Ю. Поляков*).

23. Дети разрывают отношения с родителями ради карьеры (1 пример).

Всех их он звал зайками и кисками. Большинство их приехали с двадцатью килограммами груза и двадцатью английскими словами в придачу и совершили ради этого перемещения сотни крупных и мелких разрывов: с родителями, профессией, улицей и двором, воздухом и водой и, наконец, что осознавалось медленнее всего, - с родной речью, которая с годами становилась все более инструментальной и утилитарной (*Л. Улицкая*).

24. Дети разочаровывают родителей (1 пример).

Катя, узнав о случившемся, ничего не сказала, а только посмотрела на мужа так, как смотрят на мальчика, которого родители объявили уже совсем взрослым и даже переодели в брючки вместо коротких штанишек, а он вдруг на глазах у гостей эти брючки взял да и обмочил (*Ю. Поляков*).

25. Родители – самые близкие детям люди (1 пример).

Здесь оставались его родители и друзья, то, что называется родные и близкие, охота и рыбалка, работа и вечера, люди и земля, кусок земли. Вне этого он – ничто (*В. Токарева*).

26. Больные родители становятся детям обузой (1 пример).

Мрачная обреченность означает одно: человек решил просить квартиру и уже подготовил прочувствованный монолог о том, что писать полновесные художественные произведения в одной комнате с орущим младенцем или парализованным родителем просто невозможно (*Ю. Поляков*).

27. Родители заботятся об удачном браке детей (1 пример).

Наконец Борька, собравшись с силами, получив согласие Бориса Исааковича и наплевав на письменно-телефонные проклятия родителей, присмотревших ему на исторической родине в жены еще одну дальнюю родственницу, предложил своей Валькирии руку и сердце вкупе с нажитыми дедом материальными ценностями, включавшими дачу в Перхушково и двадцать первую «Волгу», томившуюся без дела в теплом гараже под домом (*Ю. Поляков*).

28. Родители материально обеспечивают детей по своим возможностям (1 пример).

Башмакову родители выдавали на все про все полтинник в день (*Ю. Поляков*).

29. Посторонние люди не должны вмешиваться в отношения родителей и детей (1 пример).

Она так подумала: говорить главное не должна. Это же его родители (*Г. Щербакова*).

Полевая организация концепта *родители* по материал русского художественного текстам выглядит следующим образом:

Ядро – *от родителей дети скрывают подробности личной жизни* 5.

Ближняя периферия – *родители ответственны за воспитание детей; родители подчиняют себе детей* 4; *родители восхищаются, гордятся своими детьми* 3.

Дальняя периферия – *родители заботятся о детях, родители ранимы, чувствительны к проблемам детей; родители – типичная тема разговора; дети в случаях жизненных трудностей возвращаются к родителям* 2.

Остальные признаки составляют крайнюю периферию концепта.

В английских художественных произведениях объективируются следующие признаки исследуемого концепта:

1. Родители заботятся о детях (9 примеров).

I suddenly realize everything has shifted and now I am looking after my parents instead of them looking after me, which seems unnatural and wrong (*H. Fielding*).

2. Родители нуждаются в заботе детей (3 примера).

Obviously your aged parents give you pause for thought, but that's all it is - a pause, and a brief one, too (*N. Hornby*).

3. За благополучие родителей дети переживают (3 примера).

No-one made the connection between the burning and the changes in the Reynaud fortunes, the parents' separation, the boy's departure for a select school in the North... (*J. Harris*).

4. Родители осознают свою ответственность за детей (3 примера).

A child would have been lost and so parents do what must be done (*Edward P. Jones*).

5. Родители интересуются всем, что происходит с их детьми (2 примера).

He listens to Ursula's directionless and interminable commentary on her day (the one that can only end: Then I came here. Now I'm talking to you about it) with the air of a preoccupied parent (*M. Amis*).

6. Между родителями и детьми возникают конфликты (2 примера).

All the obvious things, too dull to go into here, and much too familiar to anyone who has ever been a parent or a child (*N. Hornby*).

7. У детей есть чувство долга перед родителями (2 примера).

Number three: my parents. I never call them. I never go to see them (*N. Hornby*).

8. Родители помогают детям в трудную минуту жизни (2 примера).

I know there are loads and loads of replies to this, but for a moment they seem fundamentally untruthful, and I can't bring myself to play the requisite parental consolation game (*N. Hornby*).

9. Для родителей собственная личная жизнь может быть на первом месте (2 примера).

Part of the arrogance of youth (well, I say 'youth') is the assumption that your parents will drop whatever they are doing and welcome you with open arms the second you decide to turn up (*H. Fielding*).

10. Дети переживают за взаимоотношения между родителями (2 примера).

They were shaken by my outburst, and I have had to talk to them about my boyfriend, and they watch their parents with panic-filled eyes each time we eat, or go out together anywhere (*N. Hornby*).

11. Родители выбирают детям имена (2 примера).

'Hello. I'm Hope.' Hope. My God. The almost supernatural inappropriateness of Hope's name is an awful warning to all parents everywhere. 'I've come to play with Molly. We're playing cards. It's my turn.' She places a card carefully on a pile (*N. Hornby*).

12. Родители и дети могут жить вместе (2 примера).

‘OK, so five out of the forty are used as offices.’

‘And what about if people have their parents to stay?’

‘God, you’re literal-minded.’

‘What’s literal-minded about saying that people have parents?’ (*N. Hornby*).

13. Родители гордятся своими детьми (2 примера).

Nicknamed “Miss Frisky” by her maternal uncle, the baby Melanie—her parents bragged to any soul who would listen—had the spirit of three babies and would crawl and crawl all over the world until someone picked her up to stop her or until her hands and knees wore out (*Edward P. Jones*).

14. Дети навещают родителей, уделяют им внимание (2 примера).

Oh God, now I feel guilty for not visiting my parents more often (*S. Kinsella*).

15. Дети скрывают от родителей правду (2 примера).

If I’m going to be a secret winner, I can’t tell anyone I’ve bought a ticket. Not even my parents (*S. Kinsella*).

16. Родителям необходимо иметь навыки воспитания детей (1 пример).

‘I just came to check up on your parenting skills when I’m not around. I’m impressed. You’re last up, the kids get their own breakfast, the telly’s on...’ (*N. Hornby*).

17. Родителям ни при каких обстоятельствах нельзя причинить вред (1 пример).

What if I’ve murdered ten people? Including my parents and, I don’t know, my baby twins? (*N. Hornby*).

18. Родители бережно относятся к детям (1 пример).

Which might not have been parental, but it was at least practical (*N. Hornby*).

19. Родители имеют детей-любимчиков (1 пример).

But parents must have favourite kids, right? (*N. Hornby*).

20. Родители балуют своих детей (1 пример).

A foolish, sly grin, like that of a child caught out by an indulgent parent (*J. Harris*).

21. Родители терпеливы к маленьким детям (1 пример).

‘My good, clever boy,’ she repeats caressingly, and they walk off together, arm-in-arm, the boy already taller than his mother and looking across at her with the attentive look of a tolerant parent to a volatile infant (*J. Harris*).

22. Родители и взрослые дети должны жить раздельно (1 пример).

Cannot quite believe I am once again starting the year in a single bed in my parents’ house (*H. Fielding*).

23. Дети разочаровывают своих родителей (1 пример).

Tom has a theory that homosexuals and single women in their thirties have natural bonding: both being accustomed to disappointing their parents and being treated as freaks by society (*H. Fielding*).

24. У родителей и детей есть постоянные темы разговоров (1 пример).

Luckily, my parents aren’t the sort who want to make conversation about politics or talk about books (*S. Kinsella*).

25. Дети могут обвинять своих родителей (1 пример).

It's all my parents' fault (*S. Kinsella*).

26. Дети стараются не разочаровать родителей (1 пример).

I can't do it. I simply can't tell my kind, loving parents that their so-called successful daughter with her so-called top job is in fact a disorganized, deceitful mess, up to her eyeballs in debt (*S. Kinsella*).

27. Перед родителями у детей есть чувство ответственности (1 пример).

I've hurt my best friend, I've lied to my parents – and now I've mined my neighbours (*S. Kinsella*).

28. Родители могут сурово наказывать детей (1 пример).

No one had to take my word, anyone could see it in their own lives: parents battering children, shouting how they love them; wives and husbands who murder each other verbally, physically in knife-edge arguments, loving each other (*R. Bach*).

29. Родители стремятся быть в дружеских отношениях с детьми (1 пример).

Disrespect for parents who have done nothing apart from attempt to stay close to me (*N. Hornby*).

30. Родители ответственны за воспитание детей (1 пример).

Parents who only beget suicidal daughters are likely to end up feeling pretty dark about the whole child-raising scene (*N. Hornby*).

31. Родители устанавливают нормы поведения детей (1 пример).

But if government, religious bodies, parents, tradition, etc., insist on Christmas Gift Tax to ruin everything why not make it that everyone must go out and spend £500 on themselves then distribute the items among their relatives and friends to wrap up and give to them instead of this psychic-failure torment? (*H. Fielding*).

32. Родители дают детям советы (1 пример).

My parents are always on at me to buy a flat (*S. Kinsella*).

33. Родители – типичная тема разговора с молодыми людьми (1 пример).

"What about your parents? They still around?" (*J. Garwood*).

30. Дети рядом с родителями чувствуют себя в безопасности (1 пример).

She felt safe, just because she was a kid with parents, so she kept walking and walking and walking until she walked off a cliff or into the desert or off to Texas with her mechanic (*N. Hornby*).

34. С родителями дети чувствуют себя комфортно (1 пример).

Sometimes I stay at their house, admiring the crisp sheets and many storage jars full of different kinds of pasta, imagining that they are my parents (*H. Fielding*).

35. Родители – самые близкие люди (1 пример).

There in the dark he realized that he did not even remember his parents' names (*Edward P. Jones*).

Полевая организация концепта *родители*, объективируемого английским художественным текстом, выглядит следующим образом:

Ядро – *родители заботятся о детях* 9.



Ближняя периферия – *родители нуждаются в заботе детей; за благополучие родителей дети переживают; родители осознают свою ответственность за детей* 3.

Дальняя периферия – *родители интересуются всем, что происходит с их детьми; между родителями и детьми возникают конфликты; у детей есть чувство долга перед родителями; родители помогают детям в трудную минуту жизни; для родителей собственная личная жизнь может быть на первом месте; дети переживают за взаимоотношения между родителями; родители выбирают детям имена; родители и дети могут жить вместе; родители гордятся своими детьми; дети навещают родителей, уделяют им внимание; дети скрывают от родителей правду* 2.

Остальные признаки составляют крайнюю периферию.

Итак, в русских произведениях объективированы 29 когнитивных признаков, в английских произведениях – 35.

Национальная специфика обнаруживается в следующем.

В целом 84 % объективированных в художественных текстах когнитивных признаков не совпадают, лишь 16 % когнитивных признаков являются одинаковыми. Однако одинаковые признаки могут иметь разный уровень яркости. Например, признак *родители гордятся своими детьми* в русском художественном тексте имеет индекс яркости 10%, а в английском – 6%.

Можно также говорить о разной полевой организации одноименных концептов. К ядру концепта *parents* относится признак *родители заботятся о детях*. Этот признак имеет индекс яркости 26%. Ядерным признаком концепта *родители* оказался признак *от родителей дети скрывают подробности личной жизни*. Данный признак имеет индекс яркости 17 %. Интересно отметить, что признак *родители заботятся о детях* в русском концепте относится к дальней периферии и имеет степень яркости всего 7 %.

В ближней периферии нет совпадений когнитивных признаков. В дальней периферии совпадает один признак – *родители и дети живут вместе*. В крайней периферии совпадают 4 признака (*дети разочаровывают своих родителей; родители ругают, наказывают детей; родители устанавливают нормы поведения детей; родители – самые близкие люди*).

Несовпадения близких концептов могут быть очень существенны для межкультурной коммуникации (Попова, Стернин 2007, с.100). По данным художественной объективации концепты *родители* и *parents* существенно не совпадают по своему содержанию и структуре.

## Художественный текст

Е.М.Болдырева

### Понятие autofiction: проблемно-методологический аспект

Термин «автофикция» - неологизм, созданный в 1977 году французским писателем Сержем Дубровским в четвертой части его романа «Сын». Этот неологизм довольно быстро приобрел большую популярность и стал активно использоваться критиками. Понятие автофикции оказалось направленным против так называемой «наивной практики» автобиографии, когда сама возможность правдивости автобиографии оказалась радикально поставленной под сомнение. В 1996 году теоретическое обоснование автофикции было дано писательницей и преподавателем университета Марией Дарриесек.<sup>1</sup>

В. Колонна в работе «Автофикция и другие виды литературной мифомании» встраивает автобиографическую литературу в парадигму различных фикциональных традиций – от фантастической до биографической – и утверждает: «La généalogie de cet art de la mythomanie littéraire, né dans l'Antiquité et remis en lumière de manière partielle et ambiguë avec l'autofiction, restait à entreprendre».<sup>2</sup> Ф Гаспарини в своей статье «Est-il je? Roman autobiographique et autofiction» заявляет: «Cette stratégie de l'ambiguïté est constitutive d'un genre littéraire mal connu qui fut d'abord nommé roman personnel, puis roman autobiographique, avant d'être rebaptisé récemment, et hâtivement, autofiction. Si le lecteur se pose la question "Est-il je?", c'est que le romancier la lui souffle en combinant délibérément deux registres incompatibles: la fiction et l'autobiographie»<sup>3</sup>

Начнем с того, что прежде всего автофикция, если учитывать словообразовательную форму, представляет собой синтез автобиографии и фикции. Но природу данного синтеза можно интерпретировать по-разному. Это своего рода мутация автобиографии под воздействием вымысла. Указанная трансформация может быть рассмотрена в двух

<sup>1</sup> Darrieusecq, Marie (1996). L'autofiction, un genre pas sérieux, Poétique n°107, septembre 1996.

<sup>2</sup> Vincent Colonna, Autofiction et autres mythomanies littéraires, Paris, Tristram, 2004, 252 p. 21. «Генеалогия этого искусства литературной мифомании, рожденного в Древности и представшего в двусмысленном свете в связи с автофикцией, до сих пор недостаточно изучена» (перевод здесь и далее мой – Е.Б.)

<sup>3</sup> Philippe Gasparini, Est-il je ? Roman autobiographique et autofiction, Le Seuil, coll. " Poétique ", 2004. 398 p. 26. «Эта стратегия двусмысленности – неотъемлемое свойство еще плохо изученного литературного рода, названного сначала личным романом, затем автобиографическим романом и, наконец, автофикцией. Если у читателя возникает вопрос, тождественны ли автор и повествователь автобиографического романа, это значит, что данный вопрос навязан ему писателем, сознательно соединившим два несовместимых регистра: фикция и автобиография».

аспектах. В плане стилистики эта метаморфоза автобиографии в автофикцию есть изменение типа языка, точнее рассмотрение автобиографии прежде всего как языкового феномена. Референциальный же подход постулирует процесс трансформации в плане изменения соотношения текстовой и экстратекстовой реальности.

Если рассматривать автофикцию как феномен исключительно языковой, можно заключить, что автофикция – это автобиография, подчиненная не законам реальности, а законам языка. Еще А.Роб-Грийе высказывал свои претензии по отношению к формам и способам организации автобиографического материала, которыми вынужденно пользуется любой автор данного жанра, определяя автобиографическое письмо как фальсификацию. Повествовательный стиль автобиографии приводит к определенной редукции бытия. Автобиографическое письмо неизбежно изменяет реально прожитые события в силу наличия автобиографической селекции, разрушающей абсолютную линейность речи, возводящей некоторые факты на пьедестал и придающей им вес, не свойственный ранее. Ретроспективное видение и письмо, таким образом, неизбежно предстает перед нами как деформированное.

Характеры и символы, упрощенные любой референциальной речью, выявляют мнимость автобиографической референции. Автобиографический рассказ не только отбирает необходимые элементы, но выстраивает прошлое согласно жесткой причинной логике, которая не существовала естественно во время событий, а была привнесена в материю извне. Именно в этом же направлении Дубровский критикует так называемый *beau style*, который используется в автобиографии для презентации эстетизированной версии своего бытия. Дубровский подвергает деконструкции «лживость» автобиографического письма, причем одновременно и его моделирование некоего жизненного образца-мифа, и выбираемые автором стилистические модусы. Автобиография – это всегда осознание тотальной условности вербализации, и создать автофикцию – значит отдалиться логике языка, свободному лингвистическому приключению, вне романной логики и законов. Стилистически детерминированная автофикция – это свободное письмо, принципиально отказывающееся от существующих литературных условностей стиля. Но это отвержение формы влечет за собой проблемы с содержанием. Ассоциативное письмо с многочисленными бифуркациями не может воспроизвести упорядоченный, связный рассказ о жизни автора, и напротив, языковые формы определенного прошлого, имперфекты, неспособны воссоздать все богатство и разнообразие психической жизни индивида с его заблуждениями и внутренними противоречиями.

Обозначенная Дубровским оппозиция стиля автобиографии и автофикции проявляется и в двух антитетичных стратегиях повествующего субъекта. Если в автобиографии история своей жизни оказывается под контролем сознания, то автофикция, по сути, есть автобиография бессознательного, где автор отказывается от собственных намерений

выстроить свою жизнь и позволяет говорить об этом бессознательному голосу: «...le mouvement et la forme même de la scription sont la seule inscription de soi possible. La vraie trace, indélébile et arbitraire, entièrement fabriquée et authentiquement fidèle».<sup>4</sup>

Между тем концепция автофикции, разрабатываемая в последние годы, существенно отличается от той, которую предложил Дубровский. Французский литературовед Венсан Колонна представил автофикцию как фикционализацию прожитого опыта, не прибегая к стилистическим критериям, подобно Дубровскому. Автофикция играет своим сходством с романом от 1-го лица, который никогда не заявляет о своей фикциональности, поскольку она есть априорное свойство жанра, автофикция же при этом представляется реальной историей, а не воображаемой, фактическим, а не фикциональным рассказом. Более точно было бы сказать, что автофикция – это автобиография, в которой автобиографический пакт искажен референциальными неточностями, которые касаются и событий реальной жизни автора, и нарративного тождества «автор – повествователь – персонаж», определенного Ф.Леженом в книге «Le pacte autobiographique». Можно выявить несколько типов автофикций в соответствии с теми инстанциями автобиографического пакта, которые подвергаются фикционализации.

Прежде всего фикционализации может подвергаться тождество автор – рассказчик-персонаж. В этом типе автобиографии персонаж-рассказчик дистанцируется от автора некоторыми аспектами истории своей жизни. Так, эпопею М.Пруста «В поисках утраченного времени» принято называть романом, но, согласно определению Колонна, его жанр мог бы быть определен как автофикция. Однажды произнесенное имя персонажа – Марсель – идентично имени автора – Пруста. Существование триады «автор – нарратор – персонаж», на первый взгляд, неоспоримо. Кроме того, имеется значительное сходство между Прустом – автором и его персонажем: оба учились профессии писателя, посетили аналогичные места в Иль-де-Франс и на нормандском берегу, обоим свойственен особый тип чувствительности и эмоциональной неустойчивости, аналогичен и круг семьи (несмотря на то, что в романе, вопреки реальности, у Марселя нет брата).

Но Пруст и не пытается убедить читателя в референциальности своего повествования. Напротив, ему нравится изменять имена реальных мест, заменяя их вымышленными именами (Cabourg стал Balbec, а Illiers – Combray), в отсутствии которых на географической карте несложно убедиться. Пруст намеренно импортировал таким образом фикциональные элементы в реальную автобиографическую историю. Иногда становится

---

<sup>4</sup> Doubrovsky, Serge. *Parcours critique*. Paris: Galilée. 1980. P. 188. Движение и форма самого письма есть единственная запись самого себя, настоящий след, нестираемый и подлинно верный.

очевидным, что Марсель – персонаж-рассказчик не может быть идентичным Марселю – автору в силу различных анахронизмов. Действие последнего романа проходит во время войны 1914 – 1918, в это время Марсель-персонаж еще не начал писать, а Марсель-автор уже опубликовал свой роман «По направлению к Свану» в 1913 году.

Французский литературовед Лоран Женни приводит в качестве примера подобной фикционализации и роман Пьера Лоти «Азияде», написанный в 1879 году и представляющий собой записи и письма лейтенанта английского флота, направленного на службу в Турцию 10 мая 1876 года и убитого 27 октября 1877 года. Имя героя – Пьер Лоти. После его смерти его друг Плюмке собирает воедино его заметки и письма, повествующие о любовной идиллии с турчанкой Азияде. Реальный Пьер Лоти действительно был морской офицер, но не в английском флоте. Он так же, как и его персонаж, оказался на фрегате *La Couronne* на рейде в *Salonique*. Как свой персонаж, он влюбился в женщину, встреченную им в мусульманском квартале, и прожил с ней в течение десяти месяцев. Но ее звали *Hatidjé* и не *Aziyadé*. Вместо же друга Плюмке для настоящего Пьера Лоти другом и доверенным лицом был некто Люсьен Жусселен. Рассказ Лоти приобретает таким образом автобиографические черты. Но одновременно он разбивает все аспекты автобиографического договора. Поскольку рассказчик мертв, то он, по сути, является мнимым рассказчиком, функции которого берет на себя издатель Плюмке, объединивший письма и заметки Лоти. Что касается тождества автора и персонажа, то, хотя они носят одно и то же имя, но, несомненно, различны, принимая во внимание, что персонаж умер.

Кроме того, фикционализации может подвергаться тождество автора-персонажа и рассказчика. Можно обнаружить незначительное количество примеров данного типа, когда фикционализации подвергается фигура рассказчика. В 1933 году Гертруда Стайн опубликовала книгу под заглавием «Автобиография Эллис Би Токлас». Название представляет текст как автобиографический, однако имя автора – Гертруды Стайн, отличное от рассказчицы, явно опровергает автобиографический статус текста. Эллис Би Токлас действительно существовала. Она была доверенным лицом и подругой Гертруды Стайн. Создавая автобиографию своей подруги, Гертруда Стайн за счет использования приёма мнимой внешней точки зрения воссоздала свою собственную. Мы видим, что здесь автофикция не манипулирует мнимыми событиями, воспроизводя их довольно точно: фикционализации подвергается не история, а именно повествовательная перспектива.

Наконец, фикционализация может затрагивать тождество персонажа и автора-рассказчика. В 1878 году Жюль Валлэ публикует книгу, озаглавленную «Жак Венгтра» (в позднейшей редакции «Ребенок»). Речь идет об автобиографии, ограниченной детством Жюля Валлэ, и большей частью книга сообщает подлинные воспоминания Жюля Валлэ, но персонаж имеет вымышленное имя. В случае рассказа Жюля Валлэ автофикция, изменяя имя персонажа, появляется как стратегия автоцензуры автобиографии, которая не осмеливается называть имя автора и героя ввиду слишком большого критического потенциала текста.

Таким образом, референциальная автофикция оказывается своего рода эстетизацией автобиографии: признаваясь в собственной

фикциональности, она утверждается в своем литературном статусе, поскольку фикция есть уже достаточный критерий литературности текста. Иначе говоря, ценой нескольких изменений или перестановок мы поднимаем автобиографию, зачастую считавшуюся нарциссическим и незначительным жанром, в сферу настоящего искусства. Введение понятия автофикции ставит под сомнение наивную правду автобиографии, поскольку, как справедливо заметил профессор Женевского университета Лоран Женни, «Il plaide pour le caractère indécidable de la vérité d'une vie, qui se laisse peut-être mieux saisir dans les détours de la transposition fictionnelle ou dans les relâchements de l'écriture associative que dans la maîtrise d'un récit ordonné et prétendument fidèle»<sup>5</sup>.

Л.М.Борисова

### **Метакоммуникативный комментарий как способ организации повествования**

(на примере рассказа Ангелы Стаховой «Рассказать вам о моей подруге Рези?» Перевод Т. Холодовой)

Повествование в рассказе А. Стаховой строится в интерактивном режиме в форме активного диалога с потенциальным читателем во многом за счет метакоммуникативных организующих, профилактических, а также комментирующих речевых действий повествователя (Firle 1987, с. 70-71), часто тесно сплетающихся с так называемыми текстоорганизующими речевыми действиями: парафразами, уточнениями, коррекциями, то есть так называемыми реформулирующими речевыми действиями, соотносящимися с предложенной первоначально формулировкой и являющими собой в той или иной степени ревизию уже предпринятой формулировки.

Повествование начинается с интеракционального речевого действия, то есть с прямого обращения к потенциальному читателю, содержащего оценку на предмет достоверности сообщаемого, затем следует метакоммуникативный комментарий, инициирующий собственно рассказ подруги Рези и содержащий имплицитную оценку интенции данного повествования, переходящую в прямое обращение к читателю, содержащее антиципацию дальнейших действий читателя, в результате чего создается определенное напряжение предвосхищения возможного хода событий. Следующая затем метакоммуникативно тематизированная коррекция

---

<sup>5</sup> [Laurent Jenny](#) «L'autofiction» - Edition: Ambroise Barras, 2003-2004, p.38. «Неопределенный, сомнительный характер понятия «правда жизни» лучше постигается и запечатлевается именно в фикциональных перестановках или свободном ассоциативном письме, нежели в повествовании упорядоченном, жестко структурированном и потому относительно верном».

намерений повествовательницы способствует усилению интереса к повествованию, которое началось с тематизированного на метаакциональном уровне отрицания якобы уже известной фиктивному читателю информации:

1. *По правде говоря*, никакая она не Рези, кто это в наши дни носит имя Рези. Нет, её имя красиво и приятно ласкает слух - одно из тех имен, что на всех языках звучат одинаково и означают небожителей.

Итак, Рези. *Знала бы я только, что меня толкает рассказать о Рези*, она, во всяком случае, не уполномочивала меня, нет, но я надеюсь, что она не узнает себя *в моём рассказе*.

Рези – это то, что называют молодой незамужней женщиной.

*Благосклонный читатель прервет в этом месте чтение и начнёт перелистывать страницы*. Ведь историй о молодых одиноких женщинах что песка на берегу моря, может быть, не столь изящных, не столь чистых и отшлифованных, - но уже вошло в моду презрительно кривить рот, скучающе зевать или морщить лоб, когда предлагают историю о молодых одиноких женщинах.

*Сразу оговорюсь: я не собираюсь рассказывать историю о молодых одиноких женщинах, я немного посудачу о моей подруге Рези, только и всего*.

Одни находят её красивой - *в правильном смысле слова, то есть не миловидной*; другие - привлекательной, что, я думаю, основано на недоразумении; многие утверждают, что она маленькая и хорошенькая, кому-то из приятелей она кажется язвительной и чересчур прямой, *чтобы не сказать бестактной* (с. 398);

Пассажи, связанные с оценкой внешности героини повествования в выше приведенном фрагменте текста, изобилуют метакоммуникативными оценками предпринятых формулировок. И если одну из оценок на метаакциональном уровне повествования рассказчица рассматривает как нуждающуюся в дальнейшей дополнительной интерпретации с целью оптимизации восприятия читателя, выполняющего в режиме данного повествования роль фиктивного собеседника, и выполняет коррекцию, тематизируемую лексическим индикатором *то есть*, то в другом случае она прибегает к метакоммуникативно тематизированной более жесткой оценке, нежели предложенной в предыдущей формулировке.

В следующем примере в структуру повествования интегрированы три метакоммуникативных речевых действия. С их помощью моделируется ситуация непосредственного общения и, соответственно, выстраивается уровень коммуникации между фиктивным повествователем и фиктивным читателем:

Интерактивное оценочное *можно сказать*, включено в структуру повествования и служит для привлечения внимания собеседника; следующее метакоммуникативное речевое действие, выполняемое как паратентическое включение с соответствующим графическим оформлением на ином уровне, нежели повествовательный (Antos 1982, с.

57), носит профилактический характер, являясь прямым обращением к читателю. Более того, фраза, в которую интегрировано данное метакоммуникативное речевое действие, рассматривается повествовательницей как нуждающаяся в дальнейшей интерпретации, с тем чтобы исключить возможное неверное толкование предложенной формулировки: *но возраст обязывает*. Предпринимается повторное формулирование-парафраза, индицируемая эксплицитно на метаакциональном уровне с помощью лексического индикатора *другими словами*.

2. Когда Рези была совсем худенькой, она носила, *можно сказать*, исключительно брюки, а поверх блузу или жакет, предпочтительно с карманами. ...Никакой теории относительно брюк у неё не было, она просто носила их, и всё. Но возраст (*а Рези, напомним, перевалило за тридцать*) обязывает. *Другими словами*: бывают случаи, когда приличие требует платья. Рези осваивает и платья. В них она выглядит очень неплохо. Но в брюках все же лучше (с. 399).

В следующем примере в структуру повествования также включается метакоммуникативное речевое действие, обнародующее намерения рассказчицы и предваряющее её оценку на уровне повествования: *надо сказать*. Данное речевое действие выполняется в расчете на кооперативное взаимодействие с фиктивным читателем, моделируемым как заинтересованный собеседник. Оно дополняется оценочным метакоммуникативным комментарием, формирующим также уровень коммуникации между повествователем и читателем, что отражено в соответствующей пунктуации. Данное речевое действие призвано привлечь внимание читателя и акцентировать определенные аспекты самого повествования.

3. А ещё Рези открыла в себе любовь к вечерним платьям. *Надо сказать*, они ей тоже к лицу. *Но что интереснее и важнее* – у каждого из её вечерних платьев своя история (с. 399).

Следующее метакоммуникативное речевое действие выполняет организующую функцию и подчеркивает устный характер манеры повествования. Оценивается уже стиль изложения истории:

4. *Ну и разговор я развела. Столько подробностей о Рези, и всё внешнего свойства. Боюсь*, что Рези это пришлось бы не по нутру (с.399).

Оценочный метакоммуникативный каскадный комментарий имеет место в следующем примере:

5. *На мой взгляд*, Рези ущербный человек. *Не в том смысле, какой вкладывают в это слово в наши дни. И надеюсь, меня не сочтут бестактной за то, что я позволяю себе такое выражение*. Но оно напрашивается (с. 400).

Ревизии подвергается предложенная повествователем (*на мой взгляд*) на уровне нарратива формулировка. Предпринятая коррекция, однако, не содержит в себе иной интерпретации предложенной формулировки, оцениваемой повествовательницей как требующей определенной



коррекции, а перерастает в следующее метакоммуникативное речевое действие, оценивающее изначально предпринятую формулировку в целом: *что я позволяю себе такое выражение*. Такое, то есть заведомо негативное, выражение при характеристике человека и вынуждает к прямому обращению к читателю с целью заручиться его поддержкой и кооперативным поведением при восприятии данной информации. Предпринятые оценочные метакоммуникативные комментарии способствуют созданию высокой степени напряжения предвосхищения истинной интерпретации, так интенсивно обыгрываемой повествовательницей:

6. Душевно ущербный. *Я охотно написала бы что-нибудь о племени Азра*, но уже вижу протестующий, неодобрительный жест. Который делает Рези, - избави бог! никакого пафоса, относящегося на счет её персоны, Рези не терпит. *Но скажу по секрету*: что-то общее с племенем Азра, кажется мне, есть у моей Рези.

Специфика данного фрагмента в том, что после тематизации своего намерения *написать* что-либо о племени Азра, повествовательница вновь переходит к стилю устного общения с помощью метакоммуникативного организующего действия: *но скажу по секрету*, актуализирующего время повествования на уровне коммуникации с фиктивным читателем-слушателем. Далее следует пространный пассаж о личной жизни Рези и о её негативном травматичном опыте общения с женатыми мужчинами.

Следующее интеракциональное речевое действие являет собой классический пример организующего метакоммуникативного речевого действия, управляющего вниманием читателя:

7. **Опытный читатель заметит, быть может:** *мы приближаемся к сути дела. Хотя ни о чем подобном и речи быть не может*. По воле Рези. А она долгие годы считала себя человеком сильной воли ... (с. 400-401).

Тематизация намерений повествовательницы имеет место и в следующих примерах, являющих собой метакоммуникативные организующие речевые действия, в том числе и метакоммуникативное действие, предваряющее и оценивающее последующую формулировку:

8. *Тему ответственности я затрагиваю здесь только вскользь, речь идет о дочери Рези, **как говорится**, от первого брака*.

*Не будем замалчивать в этом месте*: Рези, вполне радостный и жизнелюбивый человек, не испытывает недостатка в предложениях мужчин, и совсем молодых, и более зрелого возраста. (И она бы огорчалась, будь это не так. **Я уже говорила о тщеславии Рези.**) (с.401).

Завершающее данный фрагмент повествования метакоммуникативное речевое действие, носящее профилактический характер и являющее собой ретроспективную ссылку, выделено соответствующим образом графически, в результате чего маркируется иной уровень повествования и, соответственно, коммуникации.

Следующий метакоммуникативный комментарий имплицитно не только организующее метакоммуникативное речевое действие: *но ближе,*

ближе к делу, но и носящий ярко выраженный оценочный характер предпринимаемой формулировки комментариев, переходящий в прямое обращение к читателю и заканчивающийся оценкой предпринимаемой формулировки:

8. ***Но ближе, ближе к делу, и как бы это выразиться потоньше, поделикатнее - чтобы удовлетворить желание Рези*** (ведь она не терпит никакого пафоса, зачем это в обычной жизни и в обыденной речи), ***но и не поранить по возможности чересчур тонкую душу какого-нибудь читателя... И однако же, как ни крути ни верти, остается сказать одно, просто и прямо:*** Рези, не стремясь к тому, не думая о том и, главное, не желая того, а просто так - из радости и жизнелюбия, начала всех начал, ввязалась в очередной раз в одну из тех историй, что до сих пор именovala (и мысли не допуская, что подобное может с нею случиться) *банальными комедиями с тремя действующими лицами* (с. 401).

Оценочный комментарий, репрезентирующий одновременно и уровень коммуникации фиктивного повествователя с фиктивным читателем, предваряет и следующий пример. Использование лексемы *словечко*, соотнесенной с лексемой *мамочка*, имеет прагматическую нагрузку негативной оценки предпринятой на уровне повествования формулировки, являющейся ключевой и для последующего повествования:

9. ***Что говорить***, Рези не без злорадства называет про себя и, конечно, в разговоре со мной (*реже с кем-то ещё, ибо она не любит посвящать в свою личную жизнь*) ту, вторую, чужую женщину *мамочкой*. В особенности после того, как мужчина сам употребил это *словечко* однажды в пылу разговора. Справедливости ради, однако, хотелось бы добавить, что Рези и себя, и своего первого законного супруга не раз ловила в последний год их совместной жизни на том, что они называли друг друга *мамочка и папочка*... Не это ли была не называемая, но самая сильная причина развода? (с. 401-402).

Наряду с организующим речевым действием, актуализирующим процесс повествования и фокусирующим внимание читателя на уже прокомментированной выше лексеме ***итак, мамочка***, следующий пример содержит и метакоммуникативный, эксплицитно оценочный комментарий в отличие от выше приведенных примеров уже предпринятой формулировки. Являясь по сути коррекцией предложенной формулировки, этот комментарий представляет собой в структурно-семантическом плане редукцию развернутого словосочетания, но имеет свое каскадное продолжение в форме ещё одного предпринимаемого усилия относительно самого процесса формулирования : ***одним словом***, сигнализирующего более сжатый характер предпринимаемой формулировки, но на самом деле ещё раз репрезентирующего развёрнутое уточнение: *в те самые три выходных* ( ср. Вепрева 2002, с.82, где данное выражение квалифицируется как «речевой стереотип критики речи»).

10. **Итак, мамочка.** В те три проведенных в одиночестве выходных - **но не лучше ли сказать: пустых?** (ведь не напрасно же утверждают, что любовь другой, мужской, половины по меньшей мере столь же сильная, и большая, и настоящая, как и любовь Рези), - **одним словом**, в те самые три выходных Рези перевернула в голове массу мыслей и теорий о мамочках (с.402).

Тематизированные на метакоммуникативном уровне интенции повествовательницы относительно процесса формулирования представлены и в следующем текстовом фрагменте.

При этом вторая метакоммуникативная тематизация представляет собой коррекцию, выполненную на метаакциональном уровне и оформленную соответствующим образом графически. Её прагматическая функция заключается в намерении оптимизации коммуникации в результате антиципации возможного неверного толкования предыдущих речевых действий на уровне повествования истории.

11. К чему только мамочка не приучила мужа (*даже в мыслях Рези не решается называть его папочкой*, ведь до сих пор он покидал её только на три выходных). **Назовём это вспомогательными функциями.** Ибо по истечении первых лет любви, а также ухода за двумя детьми пришлось-таки признать, что нет никакой возможности оставлять мамочку и дальше в её должности экономиста по снабжению и сбыту. Тут они были единодушны: так ли уж много это давало? Тем более если муж все-таки хотел продолжать заниматься своей исследовательской деятельностью. *А отчего ему было не хотеть?*

Ведь этого хотела и мамочка. При всех обстоятельствах. В конце концов она могла бы потом гордиться им. (***Я говорю не о курице, несущей золотые яйца.***) Денег хватало. А дальше стало бы ещё лучше. Это видели оба уже тогда (с. 402) .

В результате следующего интеракционального речевого действия, выполняемого на метаакциональном уровне, эксплицируется прямое риторическое обращение к фиктивному читателю, индицируемому в структуру повествования с помощью выше проанализированных метакоммуникативных речевых действий как фиктивный собеседник.

12. Мамочка приучила мужа. Прежде всего к мысли, что она принесла себя в жертву. Пожертвовала собой ради него. Что, естественно, должно было бы вызывать у него угрызения совести. Мамочку в её мысли о жертве поддерживают обе её сестры. Мать мужа умерла несколько лет назад, кроме неё, у него никого не было.

**Нужны ли дальнейшие разъяснения?** Разве лишь одно: Рези, конечно же, несправедлива. Просто несправедлива (с. 403).

Таким образом, согласно интенции автора повествовательница предпринимает в данном рассказе серию оценочных метакоммуникативных комментариев, предваряющих последующую формулировку и репрезентирующих таким образом эксплицитно поиск коммуникативно адекватной формулировки. В ряде случаев они

имплицитно полифункциональный прагматический потенциал, в частности, в комбинации с организующим метакоммуникативным речевым действием.

Имеют место и метакоммуникативные комментарии, являющие собой оценку уже предложенной формулировки, которая, будучи самоинициированной автокоррекцией или уточнением по сути, часто репрезентирует ревизию предпринятой формулировки. В сочетании с множественными метакоммуникативными организующими и профилактическими речевыми действиями оценочные метакоммуникативные комментарии, эксплицитно соотносящиеся с процессом формулирования, репрезентируют уровень коммуникации между фиктивным повествователем и фиктивным читателем-собеседником, то есть фиктивную ситуацию непосредственного общения, что позволяет говорить об особой стилистической организации повествования, характеризующейся согласно интенции автора высокой степенью интенсивности диалогизации повествования и антиципируемым повествователем высоким уровнем кооперативности читателя в процессе художественного восприятия. Это обуславливает создание неповторимой тональности доверительного повествования в расчете на очень заинтересованного и понимающего читателя.

Antos, G. Grundlagen einer Theorie des Formulierens. Textherstellung in geschriebener und gesprochener Sprache.- Tuebingen: Max Niemeyer, 1982.- 216S.

Firle M. Erzaehlen als Sprachhandlung in der poetischen Kommunikation// LS/ZISW, R.A.Arbeitsberichte 167.-Berlin, 1987.-128S.

Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху.- Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2002.-380с.

#### Источники

Ангела Стахова. Рассказать вам о моей подруге Рези? Неожиданный визит. Рассказы и повести писательниц ГДР: Сборник. Пер. с нем.- М.: Радуга, 1988. - С. 398 - 404.

М.И.Голяндина

### **Интерпретация темы фашизма в романе Мишеля Турнье «Лесной царь»**

Роман Мишеля Турнье «Лесной царь» заставляет нас по-новому отнестись к феномену фашизма. Главный герой романа, Авель Тиффож, прозванный Людоедом, направляемый как будто неведомой силой,

проявляющейся в знаках, символах, определяющих его судьбу с самого раннего детства, в 1940 году попадает в плен и вместе с другими военнопленными оказывается в Восточной Пруссии.

То, что для других кажется непосильным бременем, для Авеля – свободой, на вражеской стороне он обретает покой, долгожданную обитель, которая, становится как бы местом исполнения его миссии, предназначенной ему с рождения – «фории», миссии Детоносца, которая воплощает истинное общение взрослого с ребенком. В заповедных лесах Германии он становится свидетелем кровавых деяний двух главных Людоедов – Геринга, Людоеда из Роминтена, виновника массового истребления оленей ради наживы, и Гитлера, Людоеда из Растенбурга. Тиффож сам впоследствии становится Людоедом из Кальтенборнского замка, куда он доставляет местных детей для воспитания в школах юных нацистов.

Тема фашизма является одной из основных в романе. Новый смысл, который автор вкладывает в сущность фашизма, мы прослеживаем в следующих аспектах.

#### 1. Связь фашизма с религией и мифологией.

Автор сообщает и подчеркивает мифологическую и магическую природу фашизма, истоки которого он черпает в древнегерманских мифах, в истории Германии. Уже в названии романа прослеживается мифологический смысл фашизма. Название «Лесной царь» отсылает нас к древним мифам о Лесном царе, похитителе детей, по мотивам которого был написан «Лесной царь» Гете (в дословном переводе – «Ольховый король»). В интерпретации Турнье «лесным царем» становится Людоед из Растенбурга, Гитлер, требовавший к своему дню рождения «пятьсот тысяч мальчиков и пятьсот тысяч девочек, чтобы потом превратить их в пушечное мясо» (Турнье, с. 2005).

Говоря об истреблении фашистами евреев и цыган, автор приводит пример из Библии об убийстве Авеля Каином, которое породило борьбу между оседлыми и кочевниками, не прекращающуюся до наших дней.

#### 2. Придание героям мифологических черт.

Фельдмаршал Герман Геринг, первый охотник Рейха, практикует культ убийства священных животных Германии - оленей, рога которых представляют огромную ценность. «Тот факт, что олени рога являли собою буквально фаллический символ, придавал охоте, искусству охоты, почти пугающий смысл» (там же, с.258). Относясь с нечеловеческой жестокостью к животным, он и вправду воплощает в себе образ Людоеда, персонажа древних мифов, охоты которого напоминают древние обряды жертвоприношения.

Даже в самом имени главного героя можно обнаружить скрытый, определяющий его судьбу смысл. Тиффож (Tiffoge – фр.) – название замка, принадлежавшего Жилью де Рэ – спутнику Жанны д'Арк и маршалу Франции. После смерти Жанны д'Арк он был обвинен в колдовстве,

массовых похищениях и убийствах детей, после чего был повешен и сожжен.

3. Предопределенность неизбежности падения фашизма, связанная с символикой, апокалиптичность фашизма.

В романе автор обращается к знакам, предопределившим падение фашизма. Так, Командор, генерал немецкой армии, говорит о том, что падение Рейха началось в 1919 году, когда рейхстаг отказался от тевтонского черно-бело-красного флага, «открыв эру позора и падения Германии» (там же, с.377). Предопределенность падения фашизма видится ему и в инфляции 1923 года, когда Гитлер потерпел поражение, намереваясь свергнуть правительство Баварии, и в том, что свастика есть «явная антитеза мальтийскому кресту, олицетворению безмятежного, умиротворяющего покоя» (там же, с.379). Кроме того, голова прусского орла на государственной эмблеме повернута влево, что противоречит законам геральдики. Генерал убеждает главного героя, а через него читателя, что символы и знаки обладают силой, и они могут обернуться против того, кто с ними неправильно обращается.

Автор, возвеличивая фашизм до уровня мифологии, даже религии, тем самым низвергает его, предвидит его падение. Раскрывая перед нами всю ужасающую природу фашизма, вовлекая нас в мир многочисленных символов, знаков, наполняющих Восточную Пруссию, автор дает нам возможность проникнуть в сущность этого явления, понять причину его масштабности.

Мы попадаем под очарование таинственной природы края, с его великолепными лесами, замками, историей, но, как и главный герой, вскоре убеждаемся, что на самом деле она скрывает. Для понимания романа важное значение имеет эпизод, когда Авель Тиффож спасает еврейского мальчика и узнает от него о жизни в концлагере. Тиффож, удивленный и пораженный существованием подобных Городов Смерти, еще более поражается сходством описаний мальчика с собственными деяниями в Кальтенборнском замке. Мы можем предположить, интерпретируя данный эпизод, каково было заблуждение последователей фашизма. Сказочная теория оборачивается ужасом деяний фашистских «лесных царей».

---

Лесной царь: [роман]/ Мишель Турнье; [пер. с фр. И. Волевич, А. Давыдова]. – СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2005.

### **Сборник новелл Л.Хьюза «Пути белого народа» через призму межрасовых отношений**

Творчество американского поэта, писателя, публициста Лэнгстона Хьюза (1902-1967) – неотъемлемая часть культуры Гарлемского ренессанса. Так называют расцвет в 1920-х годах афроамериканской литературы, искусства, социальной мысли, для которого характерны активный интерес к африканскому наследию, африканские мотивы во всех видах искусства. В эти годы в обществе меняется представление о тех, кого позднее стали называть афроамериканцами: если до Гарлемского возрождения негр – это инфантильное, безвольное существо («старый негр»), то теперь складывается образ «нового негра», личности, уверенной в себе, гордой за свою расу.

Сборник рассказов Лэнгстона Хьюза «Пути белого народа» (1934) создан в трудный для писателя жизненный период и основан на впечатлениях от пребывания в Кармеле (штат Калифорния). Исследователь творчества писателя Ханс Остром назвал эту книгу «одной из самых значительных и совершенных работ Хьюза».

Хотя сборник называется «Пути белого народа», книга начинается и заканчивается новеллами, в которых главные герои – в первую очередь чернокожие персонажи. Большинство рассказов сборника – о трудных и неравных взаимоотношениях афроамериканцев и белых американцев.

Хьюз нигде не дает прямых авторских оценок происходящему и по-разному показывает взаимоотношения героев в рассказах. Отношение представителей белой расы к чернокожим выражается в тексте следующими лингвистическими средствами:

- насыщенностью речи белых императивами. Уже в первом рассказе сборника «Бесстрашная Кора» все разговоры в семье Студевантов, обращенные к служанке, сводятся к указаниям: «Кора, приготовь...» «подойди сюда», «возьми», «погладь», «убери...». Императивы окружают чернокожего повсюду – в доме, на улице, в любом заведении, транспорте. Их можно прочесть не только на табличках при входах, но и во взглядах, интонациях.

- использованием по отношению к чернокожим притяжательных местоимений, глаголов со значением обладания. «Ни один из моих черных не страдал», – заявляет Бертю полковник Норвуд в новелле «Отец и сын», хотя рабство в США официально отменили ещё в 1865-м году;

- нелицеприятными сравнениями: «Студеваны третировали её как собаку»;

- обилием часто повторяющихся определений, сводящимся к «навешиванию ярлыков». Один из рассказов называется «Бедный маленький темнокожий парень» – так без конца зовут белые главного

героя, темнокожего мальчика, пока он маленький. Вырастающий Арни уже не может быть куклой для любования и сострадания окружающих: всё меняется, «когда его голос становится низким и мужественным». Приемные родители с ужасом отмечают, что Арни стал *«слишком большим»*. Полковник в рассказе «Отец и сын» видит «проблему в том, что мальчик *слишком* сообразительный», подгоняя живого человека под какие-то мерки.

«Он выглядел очень чистым и хорошо одетым, совсем *как белый человек*».

В рассказе «Раб на подставке» супруги Карравэйс являются носителями модного в 1920-е годы взгляда на чернокожих как на наивных, диких, нецивилизованных существ - ведь это так увлекательно и очень удобно. Энн Карравэйс откровенно считает, что «это так просто и естественно для негров – заниматься любовью», будто бы люди с темным цветом кожи чем-то отличаются в своих потребностях от белых. Темнокожие герои в рассказах сборника и в самом деле часть природы. Но не та часть, что отвели им белые, напоминающая резервацию, а органичная, полноценная часть окружающего мира. Не случайно поэтому переживаниям черных у Хьюза сопутствуют природные явления, сравнения с объектами природы: весной, водой, рассветом, растениями, лунный светом.

Будучи художницей, Энн Карравэйс видит в темнокожем юноше лишь объект своего творчества, он для неё «раб, который выставлен на продажу», модель для картины. Энн бесконечно «сострадает» Лютеру, которого они с мужем любезно приютили, словами: «бедный мальчик, бедный милый мальчик», что не мешает супругам выставить «беднягу» на улицу без одежды, только бы не потревожить душевное спокойствие капризной свекрови.

Белые сами выбирают, как им относиться к чернокожему: «когда люди хотели быть вежливыми, они относились к Коре, как к «Negress», когда желали быть грубыми – обращались с ней как с «nigger», иногда добавляя «проститутка» без видимой причины» («Бесстрашная Кора»). Патронесса из рассказа «Блюз, который я играю» видит в своих юных протеже не людей, которые нуждаются в покровительстве, а всего лишь средство заполнения собственного одиночества.

Чернокожие герои рассказов Хьюза по-разному ведут себя перед лицом активного воздействия на них белых.

Некоторые, теряя самих себя, мирятся с бесчеловечным к себе отношением и подстраиваются под то место, которое им отвели белые в мире. Они либо подчиняются роли рабов и животных, как прислуга в доме Норвудов, либо, являясь метисами, пытаются вписаться в жизнь белых. Не случайно рассказ, полностью посвященный отречению молодого человека от своей семьи ради жизни в «белом» мире, называется «Проходящий» («Passing»): одно из значений названия в английском варианте – «смерть».

Другие герои стойко выносят все лишения и в трудных ситуациях сохраняют чувство собственного достоинства. Кора в рассказе



«Бесстрашная Кора» «смирятся перед лицом жизни», в этом её мудрость, но не покоряется несправедливости. «Она выстояла. Она вынуждена была выстоять». Хьюз сравнивает её непоколебимость с деревом, которое однажды посадили, и теперь уже никакая непогода не сможет сломить его.

Среди лишенных прав и поддержки темнокожих встречаются и бунтари, открыто не принимающие тот мир, который белые построили «под себя». Таких отличает ясный взгляд на людей и их истинные намерения. Красавица Паулина из рассказа «Хорошая работа потеряна» пользуется расположением к себе богатого белого, но при этом оставляет свой собственный мир нетронутым. Когда Мистер Ллойд претендует на её личную жизнь, она чрезвычайно активно и безбоязненно защищает её неприкосновенность. «Бедный» мальчик Лютер не раздумывает, отвечая дерзостью на дерзость Миссис Каравэй, и не боится оказаться на улице. Бунт другого героя – полукровки Берта из рассказа «Отец и сын» – заканчивается гораздо более трагично.

Поднимая характерные для всей культуры Гарлемского возрождения темы расовой гордости, социального и политического равноправия, пограничного положения черных в обществе, Лэнгстон Хьюз обличает обманную дружбу, которую белые предлагают черным, покорность некоторых черных перед жестокостью белых, показывает стену, в которую в конечном счете упирается афроамериканец, каким бы талантливым, энергичным, умным он ни был: весь сборник отмечен пессимистическим взглядом на перспективы взаимоотношения рас.

Тем не менее писатель принципиально ломает традиционную оппозицию белого и черного (где белое – чистое, лучшее, темное – грязное, злое). В его рассказах вызревают новые полюса, иные точки отсчета плохого и хорошего, меняется привычная картина мира.

---

Langston Hughes. [The Ways of White Folks: Stories \(Vintage Classics\)](#). 1990.

Т.Г. Кучина

### Слово и тело: идиолект телесности в романе Н.Кононова «Нежный театр»

Особая «овеществленность, плотскость, гиперболизм телесности» (Елистратов 2005, с.167) в прозе Николая Кононова – одна из сквозных тем литературно-критических работ, посвященных «Похоронам кузнечика» и «Нежному театру». Вариаций у этой темы немало – укажем лишь на несколько самых характерных замечаний. «Его книга – о любви к миру, пытающейся преодолеть... мучительное отвращение, вызванное

поэтической телесной чувствительностью» (Шубинский 2000, с. 205); по замечанию М.Кучерской, основной предмет изображения в романах Н.Кононова – «бесконечный, путаный ответ *души*... на всю эту оглушительную телесную жизнь, а затем на ожидаемый, но все равно такой резкий ее обрыв» (Кучерская 2000, с.203).

Интимная связанность слова и тела, способность их взаимно продолжаться друг другом многократно манифестируется в повествовании. Собственное тело «читается» героем Кононова как высказывание на моментально создаваемом и тут же исчезающем языке – и уловлению той главной реплики, которая обозначит его «я», подчинено напряженное вслушивание и всматривание – вовне, внутрь себя самого, в наличный космос и в «вещество существования». «Я... был сам для себя загадкой. Почти не различал себя... будто был написан на бумаге печатными литерами <...> В зоне исчезновений, куда я попадал, время вытирало неумолимым ластиком целые карандашные абзацы, написанные печатными буквами» (Кононов 2004, с.17).

Зияния и пустоты в ткани бытия, в «веществе существования» не позволяют человеку «собрать» себя в единое и связанное целое; свою «продырявленность» отсутствием уехавшего отца и умершей матери герой ощущает постоянно. И в «литерном» образе, которым выговорено его «я», доминирующими фигурами становятся, метафорически говоря, эллипс, зевгма и парцелляция. Именно на преодоление дискретности и неполноты онтологической формулы «я» и направлены все внутренние усилия героя «Нежного театра».

Человеческое тело в «Нежном театре» становится точкой концентрации «вещества существования». Подобно тому как в прозе А.Платонова самые абстрактные категории (например, счастья и истины) достижимы только в чувственно-осознательном выражении («истина заключалась на свете в ближнем к нему теле человека» [Платонов 1989, с. 78]; «погладил забвенные всеми тесины отвыкшей от счастья рукой» [Платонов 1989, с.105]), так и в романе Кононова «истина», «подлинность» (прежде всего человеческого «я») удостоверяются не рациональным, а исключительно сенсорным путем: «...в меня проникал керамический привкус хрупкости и жалкости, будто бы теснившийся в ней (любовнице героя Бусе. – Т.К.). Что за истину я в ней промышлял?» (Кононов 2004, с. 284).

Обращает на себя внимание и множество отчетливых «точечных» реминисценций из прозы А.Платонова: бесконечная тоска, ветхость изжитых чувств, терпение и жалость, изначальное человеческое сиротство и печаль времени – это та часть романного лексикона Н.Кононова, которая явно унаследована от создателя «Котлована» и «Чевенгура». Однако платоновского универсализма («Всё живет и терпит на свете, ничего не сознавая» [Платонов 1989, с.73]) Н.Кононов не разделяет: его вселенная целиком сосредоточена в герое, и прежде всего в его теле – изучаемом, «читаемом» – глазами и пальцами, воспринимаемом на вес, запах и цвет, понимаемом как откровение.

Последнее особенно важно: переживание тела как «вести», «сообщения» – один из лейтмотивов романа. Так, описание последней перед прощанием ночи, проведенной с отцом и давшей герою-подростку ощущение не повторившейся больше никогда и ни с кем близости и понимания, строится на реализации метафоры «тело-текст»: «Я понял себя как цитату, возведенную им и продолжающую его. Ведь кто я? Извещение о себе самом и о нем, о моем отце, одновременно» (Кононов 2004, с.66). Вновь к тому же образному ряду прибегнет «я»-повествователь и чуть дальше: «И я снова, лежа с ним, вытянувшись струною, ощущал его не как корпус, бедра и голени, а иначе – как извещение о самом себе, и я всю ночь нарождался <...> Будто меня уже нельзя было прочесть, так как моя поверхность, мое тело перестали что-либо означать» (Кононов 2004, с.72).

Однако очерченные природой контуры человеческого тела – это не только messages судьбы, но и материальные границы «я», те пределы, в которые человек навсегда заперт. Желанная близость с другим человеком – отцом, матерью, любимой женщиной – ограничена естественными телесными границами. Квазиинцестуальные наклонности героя «Нежного театра» – всего лишь последняя попытка приникнуть к «другому» настолько тесно, чтобы разорвать, или, точнее, прорвать границы собственного «я». Напрашивающаяся аналогия – стихотворение Анны Ахматовой «Есть в близости людей заветная черта...»: экзистенциальная непреодолимость последнего «рубежа» – это та данность, согласиться с которой отказывается сознание человека («Стремящиеся к ней безумны, а ее достигшие – поражены тоскою» (Ахматова 2001, с.109).

В нарративных категориях Н.Кононова ахматовская «заветная черта» обозначается как «асимптота мировой дуги» (Кононов 2004, с.22). В мире Н.Кононова духовный путь героя есть бесконечное приближение «я» к «другому» – и редчайшими исключениями, вопреки законам математики, оказываются быстротечные совпадения, мгновенные схождения «я» и «не-я» – в уже упоминавшейся сцене ночевки с отцом в дорожном домике и в финальном эпизоде романа, когда реализуется метафора «беременности» как совпадения двоих в одном теле: детский смех сопоставлен с золотым светом, «от которого зачинали в архаической древности <...> и, удаляясь, я почуял, что тяжелею, словно тоже понес от этого вездесущего светящегося звука. И я чуял свое отяжелевшее лоно не дольше пяти минут... Беременный мужчина. На что это похоже? На разрешение апории Зенона. Когда Ахилл выращивает черепаху внутри самого себя» (Кононов 2004, с.382).

Тончайшей границей между «я» и «другим» – но границей, преодоление которой дается сверхусилием, – остается контур тела, его физическая завершенность. Адекватно воссоздать образ давно умершей матери герой пытается всю свою жизнь. Поскольку он был слишком мал, чтобы запомнить ее лицо, ожидать эмпирического сходства невозможно; однако на грани яви и галлюцинации мать вновь входит в его жизнь – точнее, выходит из зеркала, в котором он разглядывал себя. «Правильный овал

чуть одутловатого лица, пухлые губы, обведенные жирной помадой... На меня из-за глубокого стекла смотрела женщина. Я ни мгновения не сомневался в том, что она, которую мое зрение пронизало насквозь, не задерживаясь на ней, – моя мать... У этого зеркала не было амальгамы, и я понимал, что прошлое, мое прошлое, моя мать – становится моей эпидермой... Руки мои, испачканные дешевой помадой, опалены» (Кононов 2004, с.326).

Человеческое «я», по Н.Кононову, текуче, трудноуловимо, эфирно; ни в одно мгновение оно не равно самому себе. Телесная локализация имеет следствием одновременно и сужение, и расширение человеческих возможностей. Онтологическое осознание себя и своего «я» невозможно в изоляции, в «непроницаемой фольге» (Кононов 2004, с.17) отчуждения от других, от мира, от жизни. Подлинное «я» обнаруживает себя в точке контакта с «не-я» – в «другом» и через «другого».

Однако принципиальная «асимптотичность» человеческого существования – сокращение дистанции между собой и другим до бесконечно малых величин и фактическая невозможность свести их к нулю – делает подобные контакты одиночными вспышками, дающимися не каждому. В мучительных поисках себя герой Н.Кононова приходит к осознанию того, что последней возможностью прикрепить «я» к реальности, причем так, чтобы оно сумело вместить в себя генеалогическую память, но не застыло слепым оттиском, «мертвым следом» на «памятном листке», остается слово: слово как продолжение тела.

Остановимся лишь на двух самых значимых в опыте героя Н.Кононова эпизодах. После второй попытки самоубийства герой «Нежного театра» беседует с медсестрой – и внезапно ловит себя на том, что «достиг такого места языка», где его и ее словарь «делается общим, единым, мизерным и страшным». И наконец – мгновенное и пронзающее его открытие: «Слова, произносимые мной, рождаются моим телом, они – продолжение меня, как рука, как член» (Кононов 2004, с.336). Телесность слова – тот невидимый маркер, что соединяет лексемы в окказиональный словарь, который и удостоверяет подлинность и реальность «я».

В «литерной» метафорике описывается в романе и первый сексуальный опыт героя. Буся, подруга матери (а в сознании героя она и есть субститут матери), вносит в его ощущения те, что подобны пережитым в ночь перед расставанием с отцом: «Я рождался ею. Я изымался ею из мира смутности и неотчетливости, где пребывал... Все ссыпалось за мои пределы, как буквы из старых наборных касс... Я оставался только тем, чем касался ее» (Кононов 2004, с.260). Цикличность взаимопревращений слова в тело и тела в слово – решающий довод в противостоянии героя небытию.

На заданный почти век назад Осипом Мандельштамом вопрос: «Дано мне тело – что мне делать с ним, таким единым и таким моим?» (Мандельштам 1995, с.91) – Н.Кононов дает недвусмысленный ответ: учиться его «читать» как единственно достоверное известие о самом себе.

- 
- Ахматова А. Избранное. СПб., 2001.  
 Елистратов В. Николай Кононов. Нежный театр// Знамя. 2005. №3.  
 Кононов Н. Нежный театр. М.: Вагриус, 2004.  
 Кучерская М. Внутренности кузнечика// Новый мир. 2000. №11.  
 Мандельштам О. Полное собрание стихотворений. СПб., 1995.  
 Платонов А. Живя главной жизнью. М., 1989.  
 Шубинский В. Незримая граница любви// Новый мир. 2000. №11.

М.М.Литвинова

### **Стилистические свойства глаголов движения (на материале романа Михаила Булгакова «Мастер и Маргарита»)**

Лексика движения, являясь важным компонентом в системе образных средств текста, способна дать ценную информацию в плане изучения ее художественно-изобразительного назначения, репрезентации особенностей индивидуально стиля писателя. Однако «авторский стиль, - подчеркивал Б.А.Ларин, - проявляется не только в выборе слов и словоупотреблении, но еще более в компоновке слов, распорядке и композиции словесных цепей, в эффектах смысловой двуплановости, в лейтмотивах, обогащенных повторах, рефренах, параллелизмах большого контекста»<sup>6</sup>. Это положение приобретает особую значимость при анализе языка произведений Михаила Афанасьевича Булгакова, чье литературное наследие – «самое крупное достояние русского литературного процесса»<sup>7</sup> истекшего XX столетия.

Движение является основным свойством, основным признаком жизни – и в философском, семиотическом, историческом, и во вполне обыденном «человеческом» смысле<sup>8</sup>. Важность данной ЛСГ в организации семантического пространства романа «Мастер и Маргарита» определяется уже тем, что булгаковский герой постоянно находится в движении. Это и физическое движение, перемещение в пространстве и времени, и движение

---

<sup>6</sup> Ларин Б.А. Эстетика слова и язык писателя. – Л.: «Художественная литература», 1974. – С.31.

<sup>7</sup> Творчество Михаила Булгакова: Сборник научных статей. К 100-летию со дня рождения писателя / Томский государственный университет. Томск, 1991. – 160с. - С.3).

<sup>8</sup> Ср.: *Дворец Ирода Великого не принимал никакого участия в торжестве пасхальной ночи. В подсобных покоях дворца, обращенных на юг, где разместились офицеры римской когорты и легат легиона, светились огни, там чувствовалось какое-то движение и жизнь, передняя же часть, парадная, где был единственный и невольный жилец дворца - прокуратор, - вся она, со своими колоннами и золотыми статуями, как будто ослепла под ярчайшей луной. Тут, внутри дворца, господствовали мрак и тишина.*

души, поднимающейся в небо или спускающейся в инфернальный мир, и движение мысли, направляющей события. Кроме того, значимую роль в жизни героев играют предчувствия, грезы и сны – тоже своего рода движения ментального плана.

Художественно-изобразительные (стилистические) функции лексем, относящихся к ЛСГ со значением ‘перемещения в пространстве’, логично изучать в составе текстовых парадигм. Подобные парадигматические образования (синонимические, антонимические, гиперо-гипонимические и т.д.) включают в себя узуальные и окказиональные лексические единицы, авторский выбор которых призван решать разнообразные эстетические задачи. Построены они на основе повтора.

Система повторов в романе, сформированных на базе анализируемых глаголов, представляется следующей.

1. Полные, а также близкие к ним парадигматические (с изменением грамматической формы слова) и деривационные (изменяющие способ словообразования или частеречную отнесенность) лексические повторы в романе не носят характер тавтологии. Они призваны «настойчиво» донести до читателя определенную мысль, акцентировать существенный смысл слова, указать на стоящий за ним подтекст.

Например, рисуя сцену, в которой Понтий Пилат стремится предотвратить казнь Иешуа, удалив свидетелей компрометирующей их беседы, Булгаков использует повтор глаголов со значением выхода за пределы определенного пространства. Тем самым он останавливает внимание читателя на молчаливой реакции участников этой сцены, подчиняющихся приказу, противоречащему их должностным обязанностям. Тут Пилат вскричал: – Вывести конвой с балкона! – И, повернувшись к секретарю, добавил: – Оставьте меня с преступником наедине, здесь государственное дело. Конвой поднял копыта и, мерно стуча подкованными калигами, вышел с балкона в сад, а за конвоем вышел и секретарь.

Как правило, за полным лексическим повтором стоит некое изменение, усложнение семантики, приращение смысла. Например, в словах Иешуа о Леви Матвее ...ходит, ходит один с козлиным пергаментом и непрерывно пишет точный повтор глагола движения с семантикой длительности, постоянства передает значимую черту поведения этого персонажа.

Типичным также является повтор глаголов этой группы при указании на стадии движения героя, на локализацию его перемещения в пространстве: В сопровождении их повозки выехали с территории дворца через задние ворота, взяли на запад, вышли из ворот в городской стене и пошли по тропинке сперва на Вифлеемскую дорогу, а потом по ней на север, дошли до перекрестка у Хевронских ворот и тогда двинулись по Яффской дороге, по которой днем проходила процессия с осужденными на казнь.

2. Один из регулярных авторских приемов в романе – скопление в пределах неширокого контекста членов ЛСГ, находящихся в отношениях

синонимии, – служит и средством характеристики самого действия (его конкретизации, усиления, уподобления), и средством раскрытия характера его участников. Например, сцена погони Ивана Бездомного за шайкой Воланда<sup>9</sup> рисуется Булгаковым с помощью нескольких рядов синонимичных предикатов. Глаголы двинуться - тронуться - устремиться; оказаться - очутиться; ускользнуть - улизнуть - укатить; вскочить – ввинтиться и др. описывают динамику этой ситуации: решительность, целенаправленность всех ее участников, интенсивность, резкость самого движения, его высокую скорость и, наконец, итог, имеющий налет фантастичности. Данный авторский прием позволяет достичь семантической емкости и многоплановости в описании ситуации преследования, отразить действия героев как реально-ирреальные. На его основе формируется литературный прием монтажа – быстрой смены картин, пропуска отдельных промежуточных, малозначимых моментов. Таким образом, скопление предикатов способно играть текстообразующую и сюжетообразующую роль.

Другой авторский прием – акцентуация развитой глагольной синонимии, стилистической маркированности движенческих предикатов. Например, при обозначении «движения персонажа вниз» в романе используются члены микрогруппы глаголов с доминантой упасть (... а

---

<sup>9</sup> ...Тройка **двинулась** в Патриарший, причем кот **тронулся** на задних лапах.

Иван **устремился** за злодеями вслед и тотчас убедился, что **догнать** их будет очень трудно.

Тройка мигом **проскочила** по переулку и **оказалась** на Спиридоновке. Сколько Иван ни **прибавлял шагу**, расстояние между преследуемыми и им ничуть не сокращалось. И не успел поэт опомниться, как после тихой Спиридоновки **очутился** у Никитских ворот, где положение его ухудшилось. Тут уж была толчея, Иван **налетел** на кой-кого из прохожих, был обруган. Злодейская же шайка к тому же здесь решила применить излюбленный бандитский прием – уходить врассыпную. Регент с великою ловкостью на ходу **ввинтился** в автобус, летящий к Арбатской площади, и **ускользнул**. Потеряв одного из преследуемых, Иван сосредоточил свое внимание на коте и видел, как тот странный кот **подошел** к подножке моторного вагона «А», стоящего на остановке, нагло отсадил взвизгнувшую женщину и даже сделал попытку всучить кондукторше гривенник через открытое по случаю духоты окно...Пропустив мимо себя все три вагона, кот **вскочил** на заднюю дугу последнего, лапой вцепился в какую-то кишку, выходящую из стенки, и **укатил**, сэкономив таким образом гривенник.

Занявшись паскудным котом, Иван едва не потерял самого главного из трех – профессора. Но, по счастью, тот не успел **улизнуть**. Иван увидел серый берет в гуще в начале Большой Никитской, или Герцена. В мгновение ока Иван и сам **оказался** там. Однако удачи не было...

Как ни был расстроен Иван, все же его поражала та сверхъестественная скорость, с которой происходила погоня...

И вот здесь-то Иван Николаевич окончательно потерял того, кто был ему так нужен. Профессор **исчез**.

Иван Николаевич как упал на скамейку, не добежав до турникета), которая представляет собой своеобразную точку отсчета для следующих глаголов: шлепнуться (...и вместе с выстрелом из маузера кот шлепнулся вниз головой с каминной полки), обрушиться (а Варенуха у дверей взвизгнул и обрушился из воздуха на пол), пасть (Аннушка, как змея, выскользнула из-за двери..., пала животом на площадку), повалиться (Маргарита повалилась прямо на пол), рухнуть (Связанный мгновенно рухнул), сорваться (...сорвались с забора), грохнуться (Ослепленный Николай Иванович грохнулся со скамейки на кирпичи дорожки).

Как видим, в данной синонимической парадигме актуализируются не столько дифференциальные семы содержательного характера, сколько семы, связанные с функционально-стилевым употреблением. Как правило, наличие стилевой маркированности характерно для таких слов, которые не являются доминантными в соответствующем ряду синонимов. В нашем случае это глаголы *грохнуться* и *шлепнуться*, имеющие в словаре помету разг., а также глагол *пасть*, в узусе относящийся к книжному стилю, в данном же конкретном высказывании имеющий ироническую окраску.

3. К числу лексических средств, акцентирующих важные для автора действия персонажа, относятся антонимы. Соединение в нешироком контексте контрастных признаков предмета нередко привлекает читателя своей особой выразительностью, образностью.

С семантической функцией антонимов тесно связана их стилистическая функция. На страницах романа она неоднократно находит выражение в такой фигуре речи, как антитеза. Наиболее яркий пример – построенное на ее основе «противоречивое восприятие» одного из центральных персонажей произведения – Воланда<sup>10</sup> (являющееся своеобразной мотивировкой inferнального характера этого героя).

При описании событий, происходящих в волшебном мире, особую роль играют глаголы со значением аннулированного результата движения – своеобразные маркеры таких ситуаций: Тогда Никанор Иванович освободил дверь кабинета от печати, вынул из портфеля складной метр и шагнул в кабинет. Шагнуть-то он шагнул, но остановился в изумлении в дверях и даже вздрогнул. Недоумение, испуг героя, вызванные необъяснимыми, нереальными событиями, происходившими перед его глазами, изображаются также при помощи глаголов эмоционального

---

<sup>10</sup> Впоследствии, когда, откровенно говоря, было уже поздно, разные учреждения представили свои сводки с описанием этого человека. Сличение их не может не вызвать изумления. Так, в первой из них сказано, что человек этот был маленького роста, зубы имел золотые и **хромал на правую ногу**. Во второй – что человек был росту громадного, коронки имел платиновые, **хромал на левую ногу**. Третья лаконически сообщает, что особых примет у человека не было.

*Приходится признать, что ни одна из этих сводок никуда не годится.*

*Раньше всего: **ни на какую ногу** описываемый **не хромал**, и росту был не маленького и не громадного, а просто высокого.*



состояния и его проявления. В подобных парадигмах передаются действия потрясенного человека, наблюдающего за невероятными превращениями, необъяснимыми алогизмами.

В следующем примере точный лексический повтор, а также антонимический повтор грамматического типа (созданный противопоставлением утвердительной и отрицательной форм глагола) призван усилить важную для автора мысль, заключенную в подтексте:

Утром за ним заехала машина, чтобы отвезти его на службу, и отвезла, но назад никого не привезла и сама больше не вернулась.

Коннотативный потенциал антонимичных глаголов также способен указывать на связь с волшебными, фантастическими событиями. Например, рассказывая о приключениях администратора Ивана Савельевича Варенухи, для обозначения перемещения бандитов, напавших на человека в общественной уборной, автор избирает глагол сгннуть, который в узусе имеет устойчивые ассоциации с нечистой силой: Тут оба разбойника сгнули, а вместо них появилась в передней совершенно нагая девица – рыжая, с горящими фосфорическими глазами.

4. Гипер-гипонимический повтор базируется на сближении слов одной языковой парадигмы, находящихся в родо-видовых отношениях. Например, для обозначения перемещения персонажей в пространстве Булгаков часто использует предикат двигаться (двинуться), являющийся гиперонимом рассматриваемой глагольной ЛСГ. Он указывает на самый общий характер движения. Расширяется, развивается текстовая парадигма на основе гипонимов – видовых лексем более конкретного значения. Причем если подобная парадигма встречается в исторических главах, то, как правило, она включает предикаты, объединенные семами ‘медленно’, ‘не быстро’, ‘не суетно’, если же речь идет о движении в современной автору Москве, то предикаты объединены противоположным значением<sup>11</sup>. Так на основе противопоставления движенческих глаголов Булгаков добивается противопоставления исторических и современных глав.

Некоторые глаголы приобретают в тексте романа особую значимость. Можно выделить, например, микрогруппу разнонаправленных глаголов,

<sup>11</sup> Ср. с приведенным отрывком погони Ивана Бездомного за шайкой Воланда следующее описание: *Наконец подошла кентурия под командой Марка Крысобоя. Она шла, растянутая двумя цепями по краям дороги, а между этими цепями, под конвоем тайной стражи, ехали в повозке трое осужденных с белыми досками на шее, на каждой из которых было написано "Разбойник и мятежник" на двух языках - арамейском и греческом. За повозкой осужденных двигались другие, нагруженные свежесотесанными столбами с перекладами, веревками, лопатами, ведрами и топорами. На этих повозках ехали шесть палачей. За ними верхом ехали кентурион Марк, начальник храмовой стражи в Ершалаиме и тот самый человек в капюшоне, с которым Пилат имел мимолетное совещание в затемненной комнате во дворце. Замыкалась процессия солдатской цепью, а за нею уже шло около двух тысяч любопытных, не испугавшихся адской жары и желавших присутствовать при интересном зрелище.*

которые рисуют картину хаотичного метания персонажа в поисках чего-л. Очень часто такой характер движения связан с душевным состоянием субъекта – неприкаянностью, когда он не находит себе места, приспособляясь к обстоятельствам: ...Возле дамы метался какой-то гражданин, сдирающий с себя летнее пальто и от волнения никак не справляющийся с рукавом, в котором застряла рука, или: Малютка зашнырял между взрослыми; Кровь отлила от лица Никанора Ивановича, он, дрожа, крестил воздух, метался к двери и обратно, запел какую-то молитву и, наконец, понес полную околесину. Предикаты маятникового движения передают и ситуацию душевного смятения, испуга, волнения, характерную для булгаковских персонажей, остро реагирующих на события, происходящие в окружающем мире. Кроме того, их употребление во многом связано с авторским восприятием как времени написания романа, так и времени, отраженного в самом произведении – полного противоречий, больших и малых конфликтов.

Весьма важна в романе и активность микрогруппы предикатов, обозначающих несвободное, а порой и насильственное перемещение персонажа. Они составляют основу сцен передвижения Иешуа на допрос и к месту казни, препровождения Ивана Бездомного в клинику Стравинского, исчезновения жильцов «нехорошей квартиры», отлова котов... Их символическая значимость определяется подтекстной ролью – формированием в сознании читателя устойчивых ассоциаций с порядками сталинского времени, времени создания романа Булгакова.

Контексты несколько иного рода – на языковом уровне трактующие несамостоятельность действий персонажа неким вмешательством в его жизнь и судьбу инфернальных, мистических, потусторонних сил (И тотчас рука его скользнула и сорвалась, нога неудержимо, как по льду, поехала по булыжнику, откосом сходящего к рельсам, другую ногу подбросило и Берлиоза выбросило на рельсы) неизбежно возвращают читателя к вопросу: кто подвесил на волосок человеческую жизнь?

Особой экспрессией обладают парадигмы с пропуском глагола «движенческой» семантики: Например, в высказывании Ивана Бездомного: - Взять бы этого Канта, да за такие доказательства года на три в Соловки! – совершенно неожиданно бухнул Иван Николаевич... Но предложение отправить Канта в Соловки не только не поразило иностранца, но даже привело в восторг.

4. Глаголы со значением перемещения персонажей в пространстве могут входить в более широкие текстовые объединения, например, в понятийные поля, сформированные на основе семантической общности. Так, вместе с другими лексическими единицами в следующем отрывке они репрезентируют понятийное поле со значением интенсивности признака: Поэт бросился бежать к турникету, как только услышал первый вопль, и видел, как голова подсакивала на мостовой. От этого он до того обезумел, что, упавши на скамью, укусил себя за руку до крови. Про сумасшедшего немца он, конечно, забыл и старался понять только одно,

как это может быть, что вот только что он говорил с Берлиозом, а через минуту – голова... Другие лексические единицы – это существительное вопль со значением очень громкого звучания, глаголы обезуметь и укусить (себя за руку до крови) с семантикой крайне напряженного эмоционального состояния и его внешнего проявления.

В качестве другого примера семантических сближений слов, формирующих одно лексико-семантическое поле, рассмотрим ситуацию выбора номинации персонажу через присущие ему признаки или занятия.

– Где ты живешь постоянно?

– У меня нет постоянного жилища, – застенчиво ответил арестант, – я путешествую из города в город.

– Это можно выразить короче, одним словом – бродяга, – сказал прокуратор...

Глагол путешествовать актуализирует положительное мировосприятие, сопутствующее такого рода движению, получение удовольствия героем от самого процесса перемещения в пространстве, а существительное бродяга – его вынужденный, не доставляющий радости характер. Тем самым противоположные коннотации выявляют разные точки зрения на жизнь этих двух героев, характеризуют их отношения. Интересно, что в дальнейшем Понтий Пилат называет Иешуа бродячим философом, что тоже говорит об изменении его понимания этого человека<sup>12</sup>.

5. Известно, что человек представлен в языке как физическая, психическая и социальная сущность. Внешний и внутренний мир персонажа неразрывно связаны между собой: «в парадигму регулярной многозначности глаголов движения входят ментальные значения»<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Ср. также: (О Левии Матвее) ...Однако, послушав меня, он стал смягчаться, – продолжал Иешуа, – наконец бросил деньги на дорогу и сказал, что **пойдет** со мной **путешествовать**...

Пилат усмехнулся одною щекой, оскалив желтые зубы, и промолвил, повернувшись всем туловищем к секретарю:

– О, город Ершалаим! Чего только не услышишь в нем. Сборщик податей, вы слышите, бросил деньги на дорогу!..

– А он сказал, что деньги ему отныне стали ненавистны, объяснил Иешуа странные действия Левия Матвея и добавил: – И с тех пор он стал моим **спутником**.

<sup>13</sup> Розина Р.И. Движение в физическом и ментальном пространстве // Логический анализ языка. Языки динамического мира. – Дубна: Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 1999. – С.108.

Ср.: Я советовал бы тебе, игемон, оставить на время дворец и **погулять пешком** где-нибудь в окрестностях, ну хотя бы в садах на Елеонской горе. Гроза начнется, – арестант повернулся, прищурился на солнце, – позже, к вечеру. Прогулка принесла бы тебе большую пользу, а я с удовольствием сопровождал бы тебя. Мне **пришли в голову** кое-какие **новые мысли**, которые могли бы, полагаю, показаться тебе интересными, и я охотно поделился бы ими с тобой, тем более что ты производишь впечатление очень умного человека.

Характерный для Булгакова лексический повтор метафорического или метонимического типа – повтор одного и того же слова в разных его значениях – нередко реализуется употреблением глаголов движения для описания процессов ментального плана. Прежде всего, это узуальные метафоры, например: Ум финдиректора заходил за разум; Однако в то же время неприятное облачко набежало на его душу, и тут же мелькнула змейкой мысль о том, что не прописался ли этот сердечный человек уже в квартире покойного. Но использование метафор движения в художественном тексте отражает авторскую картину мира, идиолект писателя. Булгаков создает и оригинальные тропы, выполняющие функцию транспозиции в другие сферы бытия, особенно в эмоциональную и духовную сферу человека:

*Любовь выскочила перед нами, как из-под земли выскакивает убийца в переулке, и поразила нас сразу обоих.*

Эта же функция выразительно реализуется и при соположении, слиянии мира природы и мира человека. Внешне метафоризация заключается в приписывании такого свойства, как движение, неподвижным природным объектам, однако на самом деле реальными субъектами тропов являются не природные явления, а люди, наблюдающие или соприкасающиеся с этими объектами:

*Через несколько минут грузовик уносил Рюхина в Москву... Вот и лес отвалился, остался где-то сзади, и река ушла куда-то в сторону, навстречу грузовику сыпалась разная разность: какие-то заборы с караульными будками и штабеля дров, высоченные столбы и какие-то мачты, а на мачтах нанизанные катушки, груды щебня, земля, исполосованная каналами, – словом, чувствовалось, что вот-вот она, Москва, тут же, вон за поворотом, и сейчас навалится и охватит;*

*По прошествии нескольких секунд далеко внизу, в земной черноте, вспыхнуло новое озеро электрического света и подвалилось под ноги летящей, но тут же завертелось винтом и провалилось в землю;*

*Печальные леса утонули в земном мраке и увлекли за собою и тусклые лезвия рек. Внизу появились и стали отблескивать валуны, а между ними зачернели провалы, в которые не проникал свет луны; Проклятые скалистые стены упали;*

*Маргарита на скаку обернулась и увидела, что сзади нет не только разноцветных башен с разворачивающимся над ними аэропланом, но нет уже давно и самого города, который ушел в землю и оставил по себе только туман.*

Данные тропы, помимо метафорического, включают и метонимический компонент: описание передвижения летящей героини заменяется описанием движения мира, тех его объектов, которые она наблюдает. Реально через движение природных объектов передается изменение места наблюдателя в пространстве, изменение ракурса видения. Фантастический характер этого экспрессивного описания несет в себе «отзвук мысли во взгляде», это «видение, являющееся как бы эхом мысли» (Л.Витгенштейн)

(14). Сочетание метафорических и метонимических компонентов в тропах Булгакова, замена описания физического (а также душевного) состояния человека характеристикой природы способствует размыванию границ между человеком и природой, их слиянию.

Движение объектов, находящихся вокруг человека, описываемое метафорически, может замещать описание физического состояния персонажа, его чувств и эмоций, таких как страх, усталость, радость: И тогда спальня завертелась вокруг Степы, и он ударился о притолоку головой и, теряя сознание, подумал: "Я умираю..."

Подобные примеры подтверждают мысль о том, что закономерностью булгаковского словоупотребления является обнажение и заострение семантической многоплановости слова в связи с основными чертами булгаковского творчества – присущими ему «мистическими красками» и «фантастикой, корнями вырастающей в быт» (Е.Замятин).

Глаголы анализируемой нами ЛСГ в переносном значении создают сквозные образы романа. Один из них – образ тьмы, обрушившейся на Великий город, связывается как с Ершалаимом, так и с Москвой. Ср.: *Тьма, пришедшая со Средиземного моря, накрыла ненавидимый прокуратором город; Эта тьма, пришедшая с запада, накрыла громадный город.*

Обыгрыванием многозначности Булгаков достигает и сатирического эффекта, говоря о трагическом непонимании современниками речей Иешуа:

Пилат заговорил по-гречески:

– *Так ты собирался разрушить здание храма и призывал к этому народ? ... Записано ясно: подговаривал разрушить храм. Так свидетельствуют люди.*

*Голос отвечавшего, казалось, колот Пилату в висок, был невыразимо мучителен, и этот голос говорил:*

– *Я, ижемон, говорил о том, что рухнет храм старой веры и создастся новый храм истины. Сказал так, чтобы было понятнее.*

Семантика быстрого движения также может передаваться метонимически – без помощи движенческих предикатов через сопутствующие перемещению события, перечисление пространственных ориентиров: Как ни был расстроен Иван, все же его поражала та сверхъестественная скорость, с которой происходила погоня. И двадцати секунд не прошло, как после Никитских ворот Иван Николаевич был уже ослеплен огнями на Арбатской площади. Еще несколько секунд, и вот какой-то темный переулок с покосившимися тротуарами, где Иван Николаевич грохнулся и разбил колено. Опять освещенная магистраль - улица Кропоткина, потом переулок, потом Остоженка и еще переулок, унылый, гадкий и скупое освещенный. И вот здесь-то Иван Николаевич окончательно потерял того, кто был ему так нужен.

<sup>14</sup> Витгенштейн Л. Философские работы. – М, 1994. – С.299 – 300.

Касаясь образной парадигматики, нельзя не отметить того факта, что в романе она часто подкрепляется, усиливается фонетическими (звуковыми) повторами: Вода сплошной пеленой валила за окном. В небе то и дело вспыхивали нити, небо лопалось, комнату больного заливало трепетным пугающим светом; Пилат прогнал эту мысль, и она улетела в одно мгновение, как и прилетела.

Приведем также еще один пример метонимической образности. Реализованное движение предполагает определенные последствия. Понтий Пилат, не добившийся согласия Каифы на отмену казни Иешуа, рисует ему следующую картину:

Вспомни мое слово, первосвященник. Увидишь ты не одну когорту в Ершалаиме, нет! Придет под стены города полностью легион Фульмината, подойдет арабская конница, тогда услышишь ты горький плач и стенания.

Ограничиваясь описанием движения войск, Пилат как бы предлагает своему собеседнику самому живописать сцену расправы (с одной стороны, вызывая ее, а с другой – дистанцируясь от нее).

Таким образом, лексико-семантическая парадигматика, реализованная в романе «Мастер и Маргарита» разноструктурными повторами глаголов, позволяет автору точнее передать его намерения, достичь необходимой конкретизации и акцентуации соответствующей информации.

О. А. Мещерякова

### **Световые лексемы в художественном дискурсе И. А. Бунина**

В современной лингвистике языковая личность в ее конкретной индивидуальной реализации вызывает особый интерес, так как психологические особенности и ценностно-установочные критерии изучаемой личности создают «уникальный, неповторимый эстетический и эмоционально-риторический колорит ее дискурса» (Ю. Н. Караулов). При этом языковая личность характеризуется не только степенью владения языком, но и видением мира, определяемым её языковой картиной.

При рассмотрении языковой личности человека в терминах лингвистической персонологии чаще всего выделяются два основных ее типа: во-первых, стандартная языковая личность, отражающая усредненную литературную норму языка, во-вторых, нестандартная языковая личность, отклоняющаяся от установленных языковых образцов. К типу нестандартной языковой личности, обладающей высшим уровнем речевой культуры, относятся мастера художественного слова, создающие тексты культуры.

Сущностные особенности языковой личности писателя носят диалектический характер, так как, с одной стороны, языковая личность

творца индивидуализирована, с другой стороны, она существует не в вакууме, а в рамках национальной картины мира. Писатель воплощает в своей речевой деятельности характерный для его самосознания идеал, отражающий культуру данной эпохи, данного народа и одновременно имеющий индивидуальные черты.

Исследуя цикл рассказов И. А. Бунина «Темные аллеи», нельзя не отметить, что и целостная структура хронотопа, и контаминированная авторская позиция составляют художественное единство книги, которое позволяет говорить о тексте цикла как о самодостаточном кванте авторского дискурса и вести исследование авторской концептосферы, имеющей внешнее обнаружение в языковых элементах текста. При таком подходе различные субъектные сферы текста (т.е. сфера рассказчика, героя, автора) объединяются и предстают как гетерогенная авторская сфера. Автором осуществляется выбор компонентов передаваемых им художественных ситуаций, в том числе и выбор слова, окончательный их набор, за которым – определяющая и окончательная авторская интенция. В результате каждая структура с чужим высказыванием является носителем ее авторской интерпретации. Ни одно высказывание в чужих устах не свободно от авторского переосмысления и оценки. Это касается не только представлений, относящихся к ключевым концептам культуры (*судьба, свобода, воля* и т.д.), но и понятий, отражающих сенсорный опыт личности.

В художественном тексте восприятие мира, составляющее опыт субъекта, отражается уже в самом факте включения перцептивного слова в ткань произведения, а И. А. Бунин, кроме того, вводит его и в заглавие как отдельного рассказа, так и всего цикла. Это определяет особую стилевую черту книги «Темные аллеи» – «световую» насыщенность - и определяется внутренним качеством писателя-человека. И. А. Бунин отмечал такое качество в самом себе и писал в дневнике о том, что «всегда мир воспринимал через запахи, краски, свет, ветер, вино, еду».

Специфику индивидуально-авторского видения объективного мира через личностное восприятие открывает «набор» световой лексики, характерный для языковой личности. И.А. Бунин обращает внимание на разнообразные световые явления, в том числе и на переход света в темноту, темноты – в свет, выбирая для обозначения этих понятий лексемы, существующие и в быденном языке: *сумерки, полусвет, полутьма*.

В индивидуально-авторской концептосфере Бунина содержание концепта *сумерки* формируется под воздействием общенациональных концептов-лексем *утро, вечер, день, ночь*. Поэтому, с одной стороны, в макротексте цикла рассказов лексема *сумерки* реализует семему 'время суток перед заходом солнца, связанное с определенными видами деятельности', с другой стороны, имеет непосредственное световое значение 'полумрак перед заходом солнца и наступлением ночи, а также перед заходом солнца'. Например: ***В сумерки, перед ужином, когда в***

*поварской жарили пахучие битки с луком и в росистом парке свежело, носились, стоя друг против друга, на качелях в конце аллеи, визжа кольцами, дуя ветром, развевавшим ее подол; Теплые сумерки, лекарственный запах цветущих лип за кухней.* В первом примере актуализируется представление о видах работы и отдыха, которые свойственны людям в то время суток, когда солнце на заходе. Во втором примере в центре внимания не жизнь человека, а жизнь природы в ее «световой» цикличности – когда наступает летний полумрак, начинают особенно чувствоваться запахи.

При реализации первой семемы концепт *сумерки* обогащается представлением об упорядоченности человеческой жизнедеятельности, о связи ритма человеческой жизни и светового ритма природы: *Все шло обычным летним порядком: встречи утром, купанье перед обедом и обед, потом отдых по своим комнатам, потом сад, - они что-нибудь вышивали, сидя в березовой аллее и заставляя меня читать вслух Гончарова, или варили варенье на тенистой полянке под дубами, недалеко от дома, вправо от балкона; в пятом часу чай на другой тенистой поляне, влево, вечером прогулки или крокет на широком дворе перед домом, -- я с Натали против Сони или Соня с Натали против меня, - в сумерки ужин в столовой...* Эту идею особенно ясно выражает используемая автором в речи персонажа лексема *сумерничать* со значением ‘сидеть без огня в сумерках, отдыхая, беседуя и т.п.’: - *Ах, это вы... Входите, входите, пожалуйста... А я, как видите, **сумерничаю**, коротаю вечер без огня...*

При реализации другой семемы концепт *сумерки* обогащается идеей взаимосвязи и взаимозависимости разных сторон жизни природы, в первую очередь – взаимосвязи света и цвета (*Вдруг в полусвете зари, еще похожем на **сумерки**, глянул в конце просеки **темный** вокзал станции*), света, осязательного ощущения и запаха (как в выше приведенном примере, где синтагматически объединены лексемы *теплый, сумерки, запах*), света и звука (***В сумерки прошумел** за окнами короткий майский дождь*).

Семантическое пространство текста ориентирует и на природу (название цикла «Темные аллеи» непосредственно связано с темой природы), и на жизнь человека (сюжет рассказов – история любви). Это определяет авторское стремление к реализации через лексему не отдельной семемы, а семантемы ‘сумерки’, объединяющей разные семемы: о «жизни человека» и о «жизни природы». ***В синие сумерки**, когда до самого Антибского мыса, пепельным призраком таявшего на западе, протянулись изогнутой алмазной цепью несчетные береговые огни, он стоял в одном фраке на балконе своей комнаты в отеле на набережной, думал о том, что в Москве теперь двадцать градусов морозу, и ждал, что сейчас постучат к нему в дверь и подадут телеграмму от Генриха.* Здесь в *сумерки*, выполняя в предложении роль обстоятельства времени, указывают на подчиненность деятельности человека ритму смены дня и ночи (*в сумерки* герой ждет определенных действий со стороны почтовых



служащих) и одновременно указывают на цвето-световые изменения в природе, связанные с наступлением полумрака (*в синие сумерки, пепельным призраком, алмазной цепью, береговые огни*).

Количественную сторону светового излучения представляет лексема *полусвет*, которая имеет языковое значение ‘слабый, недостаточный свет, освещение’. В индивидуально-авторском осмыслении полусвет чаще всего связывается со слабым природным источником света, поэтому лексема включается в описание художественного времени и указывает на определенный период времени – зари, заката или рассвета: *<...>стоит и стоит полусвет запада по неподвижным, тихим лесам*.

Следя за движением света и его изменениями в течение дня, автор видит в полусвете, который сменяет темноту, её противоположность. Поэтому *полусвет* реализует сему ‘противоположный темноте’: *На противоположном берегу было темно от мелкого леса, но за ним всю ночь стоял этот странный полусвет; И стоял и не гас за чернотой низкого леса зеленоватый полусвет, слабо отражавшийся в плоско белеющей воде вдали*. Не случайно синтагматика предложения, где упоминается *полусвет*, включает сочетаемость со словами, обозначающими темное или черное, которым слабый свет противостоит (*было темно, за чернотой*).

В то же время, занимая промежуточное положение между светом и темнотой, полусвет видится и как противоположность светлому. Поэтому полусвет может быть противопоставлен солнечному свету: *Под горячим тентом, натянутом на баке, в неподвижном зное, в горячем полусвете, в блеске зеркальных отражений от воды, сидели и лежали на палубе до пояса голые арестанты с наполовину выбритыми, страшными головами*. Это доказывает, что содержание концепта *полусвет* при его реализации в художественном дискурсе сложнее и богаче, чем семантика лексемы-репрезентанта *полусвет* в отдельно рассматриваемом употреблении.

Если исходить из внутренней формы, то слова, *полутьма* и *полусвет*, обозначают сложное соединение двух противоположных начал: темноты и света, но в *полутьме* акцент делается на преобладании темного, а в *полусвете* – на преобладании светлого. В индивидуально-авторской картине мира *полутьма* обозначает смешение света и темноты не столько в количественном, сколько в качественном отношении. Поэтому *полутьмой* обозначается «смешение» плохой освещенности внутри помещения с освещенностью, поступающей извне, с улицы.

Например: *Лежа рядом с ней, он глядел в полутьму, смешанную с мутным светом с улицы, думая с неразрешающимся недоумением: как это может быть, что она под утро куда-то уйдет?; Приезжая в сумерки, я иногда заставлял ее на диване только в одном шелковом архалуке, отороченном собором, - наследство моей астраханской бабушки, сказала она, - сидел возле нее в полутьме, не зажигая огня, и целовал ее руки, ноги, изумительное в своей гладкости тело...* Тем

самым слово передает сложный световой образ соединения и противоположных, и однородных начал. Такой многомерный образ обусловлен содержанием индивидуально-авторского концепта *полутьма*.

В целом, художественный дискурс определяет возможность реализации через языковые «световые» лексемы художественного концепта, который по своему содержанию, в силу личного и художественного опыта И. А. Бунина, полнее и содержательнее обыденного.

Морозова Т.В., Панкова Т. Н.

### **Приёмы и способы построения картины мира в романах М. Делибеса «Пять часов с Марио» и «Письма шестидесятилетнего жизнелюбца»**

Литература Испании второй половины XX века богата яркими и самобытными писателями, представляющими самые разнообразные течения и направления: от «тремездизма», «объективной прозы» и «гойизма» до «левоопозиционного романа», неоавангардизма и постмодернизма. Однако своеобразие современного литературного процесса в Испании заключается в том, что наряду с поисковыми, обновленческими и бунтарскими литературными течениями продолжает существовать и развиваться традиционный реалистический роман, опирающийся на богатое наследие испанской классической литературы. Именно эту часть современной испанской прозы и представляет Мигель Делибес.

Мигель Делибес – один из наиболее значительных испанских писателей современности. Начало его литературной деятельности пришлось на середину XX века и сложилось вполне удачно: уже первый роман молодого автора получил очень почетную в Испании премию имени Э.Надаля. По оценке самого писателя, первый роман – «слабое произведение с преувеличенно пышной риторикой». Однако он сыграл немалую роль в жизни автора. «Мне дали премию, - вспоминал Делибес, - и я почувствовал себя обязанным стать романистом».

С тех пор ни одна из книг этого автора не проходила незамеченной, им всегда сопутствовал живой интерес критики и читательской общественности. М.Делибес является автором романов (их около двух десятков), нескольких сборников рассказов и репортажей, многочисленных очерков, заметок, книг об охоте, природе и путешествиях. Многие из этих публикаций становились событиями в литературной жизни страны, отмечались высшими премиями издательств. По произведениям писателя ставились театральные спектакли, снимались фильмы. Его романы издавались и за рубежом – они переведены на все основные языки мира.

Успех Делибеса как романиста был неожиданным. Писатель был далёк от новомодных литературных опытов, от популярного в Европе

экзистенциализма и от в какой-то мере родственного ему испанского «тремендизма»; не удовлетворяли Делибеса и художественные возможности «объективной прозы», хотя и сыгравшей исключительно важную роль в литературной и общественной жизни Испании, однако откровенно пренебрегавшей психологией человека, его чувствами, духовным миром и внутриличностными драмами героев.

М. Делибес с первых же шагов в литературе пытается найти свою «точку опоры». Этой «точкой опоры» для него стали поиски духовных ценностей, не абстрактных, а человечески-конкретных. Мироощущение писателя несовместимо с отрицанием веры в светлую судьбу человека. Жизнеутверждение – вот та сила, которая делает всё живое на земле прекрасным и могущественным. Для Делибеса эстетические ценности неразрывно связаны с этическими. Писатель уверен, что нет красоты там, где нет человеколюбия, чуткости, доброты. Свой долг романиста автор видит в том, чтобы помогать читателям эстетически осваивать картину мира в художественном слове. Для этого он ищет новые художественные формы и способы изображения действительности.

Его романы (большей частью незначительного объема, с ограниченным числом персонажей, лишённые внешних эффектов и изысков, острых сюжетных линий, с повествованием, сосредоточенным вокруг отдельных, на первый взгляд, не очень важных событий из жизни самых обычных людей) отличаются жанровым разнообразием, оригинальностью и необычностью построения. Писатель упорно стремится обновить повествовательную структуру, смело экспериментирует с композицией своих романов: разрабатывает особую «систему концентрических кругов», широко использует приёмы полифонического монолога и диалога, обращается к редкому для нынешних времён жанру эпистолярного романа и т. п. И почти всегда Делибесу удаётся достичь замечательной выпуклости художественных образов, нарисовать в своих романах реалистическую картину испанской жизни, что позволяет автору повысить их социальную емкость, когда художественный образ в своей индивидуальной форме становится воплощением социально-сущностного, типического.

Роман «Пять часов с Марио» (1966 г.) построен необычно: пролог, как бы вводящий читателя в происходящее, и эпилог, – а между ними – 27 глав, представляющих собой внутренний монолог главного персонажа – Кармен, вдовы Марио, который, как становится очевидно впоследствии, и является вторым главным персонажем произведения. А вся книга – это история мучительной семейной драмы.

Пролог и эпилог в романе – нечто вроде развернутых театральных ремарок, определяющих временные и пространственные границы событий. Действие разворачивается в доме обычной городской испанской семьи, принадлежащей к так называемому среднему классу. Происходит прощание близких и родных с Марио – незаметным преподавателем провинциального учебного заведения, неудавшимся писателем, скромным

журналистом. По католическому обычаю покойника не оставляют на ночь в пустом помещении. Кто-нибудь из близких должен провести ночь у гроба, бодрствуя и охраняя вечный сон усопшего. Такую ночь накануне похорон предстоит провести Кармен у гроба мужа. И пролог, и эпилог написаны в третьем лице с диалогическими речевыми вставками, обрисовывающими общий фон.

Оставшись наедине с умершим, Кармен листает лежащую у изголовья гроба Библию с отмеченными покойным местами. Эти подчеркнутые строки Кармен воспринимает как выражение мыслей самого Марио, и они дают направление ее собственным мыслям, сумбурным, хаотичным, слившимся в единый поток, в котором перемешаны прошлое и настоящее. Из беспорядочных и бессвязных воспоминаний Кармен постепенно складывается довольно ясная картина, и перед глазами читателей проходят 23 года жизни этой семьи, 23 года непонимания и безысходного одиночества каждого из героев.

Форма монологической речи открывает перед автором широкие возможности. Характер героини раскрывается через ее речь. Испанские исследователи отмечали «жонглерское» языковое мастерство Делибеса. Действительно, языковыми средствами автор владеет виртуозно и добивается необыкновенной выразительности и яркости образа. Речь Кармен естественна и непринужденна, изобилует повторами, возвращениями, перебивками, восклицаниями, интонационно богата, эмоционально окрашена. Монолог построен мастерски. В нём перед читателем в полной мере раскрывается характер героини, но что гораздо важнее – автору удалось представить определенный тип мышления, систему мышления – убогую, но агрессивную и живучую.

Через внутренний монолог Кармен раскрывается перед читателем (опосредованно, как бы в зеркале восприятия героини) и образ Марио, его драма рядового интеллигента, всю жизнь окруженного мещанством, но все же не позволившего превратить себя в мещанина и нашедшего в себе силы бороться за интеллектуальную свободу.

Роман в форме монолога вдовы героя – это художественный прием, при помощи которого автор стремится активизировать мысль читателя, заставить последнего включиться в процесс своеобразного сотворчества. Рассказчик сообщает факты, давая им при этом свою далеко не всегда объективную оценку. Внимательный читатель должен заметить противоречие между фактом и его оценкой и составить свое мнение о героях произведения. Делибес как бы программирует читательское восприятие, направляя его на правильное понимание авторской позиции.

Книга М. Делибеса «Письма шестидесятилетнего жизнелюбца» (более точный перевод её названия – «Любовные письма шестидесятилетнего мужчины») выдержана в жанре эпистолярного романа. Сам автор объяснил свой выбор желанием возродить забытую повествовательную манеру, которая далеко ещё не исчерпала всех своих возможностей и которая и в наши дни может быть формой искреннего духовного общения между

людьми. Тем более естественным нам кажется выбор жанра, когда мы узнаём, что героями романа являются уже немолодые люди – Эухенио Санс, 65-летний холостяк-пенсионер, и Росио, вдова, тяготившаяся одиночеством и давшая поэтому в один из испанских журналов объявление о знакомстве. В книге представлена лишь корреспонденция Эухенио, затеявшего переписку с Росио, увлékшегося ею, влюбившегося в неё и мечтавшего о счастье с ней на старости лет. Первое письмо датировано апрелем 1979 года, а последнее – октябрём того же года.

Таким образом, всё время развёртывания событий в романе занимает около полугода, однако в письмах за эти шесть месяцев, по сути, отразилась вся жизнь героя, бывшего журналиста из провинциальной газеты, и вся его жизненная философия, философия мещанина и приспособленца. Эухенио не замечает, как в своих пространных посланиях-рассуждениях о музыке, литературе, природе, собственном времяпрепровождении и пристрастиях, о еде, о друзьях и бывших коллегах и т. п., он саморазоблачается, обнаруживает духовную нищету и соглашательскую сущность, убогость и агрессивность мышления, ограниченность и скaredность.

В сущности, Эухенио Санс, как и Кармен из «Пяти часов с Марио», глубоко несчастный человек. Ему не повезло с карьерой, не повезло с материальным благополучием, не было в его жизни и настоящей любви. И теперь, когда на склоне лет в его душе зарождается надежда на счастье, его снова ждёт горькое и обидное разочарование: Росио ему отказала, отдав предпочтение давнему приятелю Эухенио, который во многом похож на нашего героя, но оказался более обаятелен и – главное – более удачлив в карьере и деньгах, и брак с которым вдове кажется более выгодным.

Как уже отмечалось, в романе собраны лишь письма Эухенио Санса, поэтому все представления о нём самом, Росио и других персонажах (членах семьи Росио, бывших коллегах Эухенио и т. д.) составляют из суждений и описаний героя романа. Сходный приём Делибес применил в романе «Пять часов с Марио», написав его в форме монолога вдовы.

В обоих случаях и внутренний монолог Кармен, и письменные откровения Эухенио, которые могут рассматриваться как своего рода диалог, приобретают своеобразное полифоническое звучание и используются автором в качестве продуктивных приёмов построения картины мира.

Д. В. Овчинников, О. Н. Чарыкова

### **Языковая метафора в художественном тексте**

(на примере лексем, называющих рельеф местности)

Как известно, метафора возникает при уподоблении одного явления другому на основе семантической близости состояний, свойств и действий, характеризующих эти явления, и с формальной точки зрения

метафорический перенос заключается в употреблении слова (словосочетания, предложения), предназначенного для обозначения одних объектов (ситуаций) действительности, для наименования или характеристики других объектов (ситуаций) на основании условного тождества приписываемых им предикативных признаков (Глазунова 2000, с. 113).

В языке способны метафоризироваться лексические единицы разных тематических групп. Представляется интересным рассмотреть, какую роль в художественном тексте могут выполнять метафоры, образованные в результате переосмысления значений лексем, называющих рельеф местности.

Источниками фактического материала исследования послужили 12 художественных текстов, в которых были выявлены примеры метафорического употребления лексических единиц тематической группы «рельеф местности».

На основе общности семантических признаков выявленные единицы были распределены на две группы: 1. лексические единицы, объединённые семантическим признаком «углубление» (*бездна, болото, впадина, дно, провал, пропасть, русло, яма*); 2. лексемы, объединённые интегральной семой «возвышение» (*гора, куча, холм*).

Наиболее частотными в рамках исследуемого материала оказались лексические единицы *бездна, пропасть*, имеющие прямое значение «крутой, глубокий обрыв, очень глубокая расщелина» (Евгеньева 1985). При метафорическом переосмыслении данные ЛЕ приобрели количественное значение, что обусловило возможность их употребления в художественных произведениях для создания образного представления о большом количестве различных объектов, например:

людей

- *У этого господина бездна незаконнорожденных детей* (Ф. М. Достоевский, «Подросток», 153)
- *Но у него была бездна разных отдаленных родственников, преимущественно по покойной его жене, которые все были чуть не нищие* (Ф. М. Достоевский, «Подросток», 23)
- *Народу ходила бездна по набережной, и народ-то как нарочно был с такими страшными, уныние наводящими лицами ...* (Ф. М. Достоевский, «Бедные люди», 46)
- *Были бы при одном Головлеве - сто одна душа с половиной! А она - посмотри, какую чертову пропасть она накупила!* (М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлёвы», 24);

предметов:

- *- Ишь пропасть какая деньжищ! - восклицал он, - и все-то к ней в хайло уйдут!* (М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлёвы», 35)

- Свежесго запаса пропасть, а она и не прикоснется к нему, покуда всей старой гнили не приест! (М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлёвы», 51)

- -Господа, а что же фиалки? Здесь, говорят, пропасть фиалок. Пойдемте собирать. (А.И.Куприн, «Поединок», 156)

абстрактных явлений:

- Но неразрешенных пунктов и сомнений оставалась еще целая бездна. (Ф. М. Достоевский, «Преступление и наказание», 71)

- Для Ромашова вдруг сразу отверзлась целая бездна практической мудрости, скрытой в этой бесхитростной притче, которую он знал и понимал с тех пор, как выучился читать. (А.И.Куприн, «Поединок», 67)

- - Любовь! К женщине! Какая бездна тайны! Какое наслаждение и какое острое, сладкое страдание! - вдруг воскликнул восторженно Назанский. (А.И.Куприн, «Поединок», 62)

- С каждым днем он становился все мрачнее, недовольнее, сердитее; характер его совсем испортился: дела не удавались, долгов было пропасть. (Ф. М. Достоевский, «Бедные люди», 10)

- Пожалуй, она никогда и никого не любила, кроме себя. В ней пропасть властолюбия, какая-то злая и гордая сила. (А.И.Куприн, «Поединок», 57)

- Ратазеев - то смекает, - дока; сам пишет, ух как пишет! Перо такое бойкое и слогу пропасть; (Ф. М. Достоевский, «Бедные люди», 24).

Приведённые примеры также показывают, что в некоторых случаях может актуализироваться признак «безграничность, бездонность». Употребление данных метафор вызвано стремлением авторов обогатить текст экспрессивными единицами для усиления воздействия на читателя.

Не менее интересным является употребление ЛЕ «провал», способной реализовать два метафорических значения: «полная неудача» и «состояние сознания, при котором отсутствует ясное восприятие окружающего» (Евгеньева 1985). Например:

- В сознании Ромашова уже давно появились чёрные сонные провалы, чередовавшиеся с моментами особенно яркого обострённого понимания. (А Куприн, «Поединок», 214).

- Разумеется, взятые абсолютно, оба эти сравнения одинаково нелепы, однако нельзя не сознаться, что в истории действительно встречаются по местам словно провалы, перед которыми мысль человеческая останавливается не без недоумения. (М. Е. Салтыков-Щедрин, «История одного города», 42).

- Тут пахнет очень хитрой интригой, задуманной таким образом, чтобы в случае провала все можно было свалить на ваше ведомство!-неудержимо фантазировал коллежский асессор. (Б. Акунин, «Смерть Ахиллеса», 175)

- *Особенно если куш так велик, а провал пахнет гильотиной.* (Б. Акунин, «Левиафан», 50)

- *- Полковник, уберите эту роту. И смотреть не буду. Уберите, уберите сейчас же! Петрушки! Картонные паяцы! Чугунные мозги! С этого начался провал полка.* (А. Куприн, «Поединок», 179).

На основании анализа употребления в художественном тексте лексем «дно» и «болото» можно утверждать, что в метафорическом значении лексической единицы «дно» актуализируется признак «находящийся внизу», а в значении слова «болото» - «нечто вязкое, неподвижное, затягивающее». Например:

- *Глупостью, пошлостью, провинциальным болотом и злой сплетней повеяло на Ромашова от этого безграмотного и бестолкового письма.* (А. Куприн, «Поединок», 62)

- *Но только что он начал забываться на этой мысли, только что начинал соображать, сколько в кадке может быть огурцов и сколько следует, при самом широком расчете, положить огурцов на человека, как опять в голове мелькнул луч действительности и разом перевернул вверх дном все его расчеты.* (М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлёвы», 261).

В качестве источников метафоры авторы художественных текстов используют также ЛЕ «яма» и «впадина». Например:

- *В то мгновение, когда он отдернул шторы, небо озарила вспышка молнии, и Фандорин увидел за стеклом, прямо перед собой, мертвенно-белое лицо с черными ямами глаз.* (Б. Акунин, «Азazelь», 56)

- *Губы его дрожали; глаза ввалились и, при тусклом мерцании пальмовой свечи, казались как бы незрящими впадинами* (М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлёвы», 314).

Достаточно часто метафорическому переосмыслению подвергается лексическая единица «русло», имеющая прямое значение «углубление в почве, по которому течёт водный поток» (Евгеньева, 1985). При метафорическом переносе актуализируется признак «направление, путь, по которому идёт движение». Например:

- *Чиновник повернул разговор в самое опасное русло -- к «шато-икему», и Ахимас уже готов был изменить свое решение: господин Фандорин живым отсюда не уйдет.* (Б. Акунин, «Смерть Ахиллеса», 278)

- *Эраст Петрович дал собеседнику минутку остыть и осознать сказанное, а затем повернул беседу в другое русло.* (Б. Акунин, «Смерть Ахиллеса», 29)

- *Голенище одного распорото, на солнце сушатся раскрытый паспорт и банкноты. Мысли вышедшего из вод путаются, сбиваются, но неизменно возвращаются в главное русло.* (Б. Акунин, «Азazelь», 65)



- Но чаще она ловко и нежно переводила разговор в другое русло. (А. Куприн, «Колесо времени», 14)

- - Что вы обнаружили в бумагах Лукана? - сердито перебила его Варя, чувствуя, что если разговор не свернет в деловое русло, она непременно разревется. (Б. Акунин, «Турецкий гамбит», 119).

В рамках группы «возвышение» был выявлен тот факт, что ассоциативные связи, возникающие при метафорическом переносе, имеют общепринятый характер или опираются на субъективно-авторскую оценку рассматриваемых явлений (Глазунова 2000, с. 114). Особенно чётко это прослеживается в случае образования переносного значения на основании таких признаков, как форма, размер, поскольку подобная метафора способствует созданию яркого зрительного образа-представления. Указанное свойство проявляется, например, в сочетаниях ЛЕ «гора» и «холм» с лексическими единицами, характеризующими какие-либо материальные ценности:

- Возле его локтя выросла гора банкнот, золотых монет и долговых расписок. (Б. Акунин. «Турецкий Гамбит», 99)

- Записки, записки, сегодня я в риске, - хмуро срифмовал Зуров, сложив целый холмик из купюр. - На весь банк! Мечите карту, черт бы вас побрал! (Б. Акунин, «Азазель», 38)

- Его верблюды лег и больше не встал, но купец не остановился, потому что был упрям и верил в алмазную гору, а всякий знает, что одна пригоршня алмазов дороже, чем гора серебра или холм золота. (Б. Акунин, «Левиафан», 53)

Автор художественного текста может модифицировать языковую метафору в соответствии со спецификой своего мировосприятия. Например, Ф. М. Достоевский сравнивает замок с горой камней:

- Замок известно что: это целая гора камней. Работа ужасная, невозможная! (Ф. М. Достоевский, «Идиот», 568)

В данном случае лексическая единица «гора» служит не только показателем большого количества чего-либо, но и является наглядно-зримой характеристикой, подчёркивающей возвышение предмета над окружающей плоскостью.

ЛЕ «куча» при образовании метафорического значения актуализирует признак «большое количество»:

- Гарем - это кроме жен всякие бедные родственницы, куча детей, в том числе и чужих, многочисленные служанки, [...]. (Б. Акунин, «Турецкий Гамбит», 90)

- [...]тридцать градусов Реомюра, спертый воздух, куча людей, рассказ об убийстве лица, у которого был накануне, и все это - на голодное брюхо! (Ф. М. Достоевский, «Преступление и наказание», 273)

- На канаве, не очень далеко от моста и не доходя двух домов от дома, где жила Соня, столпилась куча народу. (Ф. М. Достоевский, «Преступление и наказание», 435)

- *Вдруг П. умирает скоропостижно. Завещания, разумеется, никакого, дела по обыкновению в беспорядке, наследников жадных куча, [ ...]* (Ф. М. Достоевский, «Идиот», 394)

- *Дела страшная куча, а, право, лучше, если б этого ничего не было.* (Ф. М. Достоевский, «Бедные люди», 57)

Данная языковая метафора в художественном тексте тоже может подвергаться индивидуально-авторской модификации с целью придать тексту определённый колорит и экспрессию. Например:

- *Это была скорее беспорядочная куча хижин, нежели город. Не имелось ясного центрального пункта; [ ...].* (М. Е. Салтыков-Щедрин, «История одного города», 42).

Итак, на основе проведённого исследования было выявлено, что заложенные в метафорическом переносе когнитивные представления о действительности реализуются в конкретных языковых формах, обладающих в предложении определённым семантическим, эмоциональным, информационным и стилистическим статусами и своими функциональными характеристиками (Глазунова 2000, с.113). В итоге многие лексические единицы, подвергшиеся переосмыслению, теряют своё изначальное значение и приобретают совершенно неожиданные формы путём расширения своей сочетаемости, что придаёт языку автора особый колорит и оказывает особое воздействие на читающего. В. В. Виноградов справедливо утверждал, что «метафора является не принципом необычайного словоупотребления, а способом художественного мирооформления. Она отражает индивидуально-творческие особенности в субъективном содержании мира поэтических видений» (Виноградов 1976, с. 426).

В ходе анализа подтвердился тезис Д. Дэвидсона о том, что метафоре присуща следующая эстетическая особенность: она заставляет читателя каждый раз реагировать и испытывать чувство новизны, подобно тому, как мы, вновь и вновь слушая 94-ю симфонию Гайдна, испытываем восхищение при появлении обманчиво знакомых каденций (Дэвидсон 1990, с 7).

Акунин Б. Азазель. <http://www.akunin.ru/knigi/fandorin/erast/azazel/>

Акунин Б. Левиафан.

<http://orel.rsl.ru/nettext/russian/akunin/leviafan/default.htm>

Акунин Б. Смерть Ахиллеса, М: Захаров, 2000.

Акунин Б. Турецкий гамбит, М: Изд: Захаров, 2000.

Виноградов В.В. Поэтика русской литературы. М.: Наука, 1976, С. 369 – 459.

Габышева Л. Л. Слово в контексте мифопоэтической картины мира. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук, Москва, 2003.

Глазунова О. И. Логика метафорических преобразований, СПб., 2000, 190 с.

Дэвидсон Д.. Что означают метафоры? // Теория метафоры. - М., 1990. - С. 172-193

Достоевский Ф. М. Бедные люди, -М.: Эксмо, 2004

Достоевский Ф. М. Идиот, Азбука, 2005

Достоевский Ф. М. Подросток, Эксмо, 2006.

Достоевский Ф. М. Преступление и наказание, Совр. Литератор, 2004

Куприн А. И. Колесо времени. <http://www.classic-book.ru/lib/al/book/24>

Куприн А. И. Поединок, АСТ, 2003

Салтыков-Щедрин М. Е. История одного города.  
[http://az.lib.ru/s/saltykow\\_m\\_e/text\\_0010.shtml](http://az.lib.ru/s/saltykow_m_e/text_0010.shtml)

Салтыков-Щедрин М.Е., Господа Головлёвы, Детская литература, 2002.

Словарь русского языка / Евгеньева А.П. (ред.). В 4-х тт. М.: Русский язык, 1985-1988.

И.Э.Петунина

### **Лексико-фразеологическое поле «судьба» в произведениях М.А.Шолохова**

В данной статье рассматривается лексико-фразеологическое поле «судьба» в произведениях М.А.Шолохова в отношении к одноименному полю русского литературного языка XX века. Лексико-фразеологическое поле (далее ЛФП) - это иерархическая структура множества лексических единиц (лексем и фразеологических оборотов), объединенных общим значением (Попова, Стернин 1984).

Творчество М.А. Шолохова для изучения ЛФП «судьба» было выбрано не случайно. Это выдающийся писатель XX века, который в своих произведениях сумел отразить отношение к судьбе родины, перенесшей тяжелейшие катаклизмы.

Материалом исследования послужил ряд произведений М.А. Шолохова (список источников см. в конце статьи).

Изучение словарей показало, что ЛФП «судьба» русского литературного языка включает 53 лексемы (такие, как *судьба, участь, фортуна, удел, доля, жребий, случай, планида, счастье, несчастье, горе, трагедия* и т.д.).

Одноименное ЛФП М.А.Шолохова сужается до 21 лексемы: *судьба, доля, судьбина, счастье, несчастье, горе, везение, успех, удача, мир, лад, радость, покой, согласие, тихомирье, бедствие, злоключение, неприятность, беда, лихо, неудовольствие, недоброе, неудача, неуспех, промах, осечка, грех, незадача*.

Как известно, каждое поле обладает собственной структурой. Слова, входящие в состав поля, объединяются по архисеме и ряду дифференциальных сем. Внутри поля могут оказаться синонимы, антонимы, некоторые ассоциативные объединения лексем.

Все единицы находятся между собой в парадигматических отношениях. ЛФП имеет ядро; на периферии поля находятся слова, семемы которых пересекаются с ядерными по отдельным семам. Семемы одной лексемы (т.е. входящие в одну семантему) нередко распределяются по разным зонам поля.

Полевую структуру имеет и семантема. К ядру семантемы относятся прямое номинативное значение Д1 и производно-номинативное значение Д2, если оно будет находиться в рамках той же лексико-семантической группы (ЛСГ). Семема Д1 всегда выступает как центр ядра, если в ядре оказываются одновременно семемы Д1 и Д2.

К ближней периферии семантемы относятся коннотативные семемы К1 первой степени семантической производности, не содержащие ярких функциональных сем – стилистических, социальных, темпоральных, территориальных. К ближней периферии относятся и производно-номинативные семемы Д2, если они принадлежат к другой ЛСГ, нежели семема Д1 той же лексемы.

К дальней периферии семантемы относятся коннотативные семемы К1 второй степени семантической производности. Семемы, реализующиеся только в составе устойчивых сочетаний, также должны быть отнесены к зоне дальней периферии (Копыленко, Попова 1989).

## 1. Ядро ЛФП «судьба»

Ядро общеязыкового ЛФП *судьба* образуют близкие по своему значению к слову *судьба* в статусе семемы Д1 лексемы *участь* Д1, *фортуна* Д2, *случай* Д2, *жребий* К1, *планида* К1, *удел* К1, *доля* К1. В произведениях М.А.Шолохова встречаем такие ядерные лексемы, как *судьба* Д1, *судьбина* Д1, *доля* К1.

Слово «судьба» употребляется М.А.Шолоховым в нескольких значениях. Лексема «судьба» в прямом номинативном значении Д1 («доля, участь») была обнаружена в таком случае:

«- **Судьбой** своей супруги не интересуешься?» (Поднятая целина, с.542).

Употребление слова *судьбина* является индивидуально-авторским. В словарях дается такое толкование значения данной лексемы: «судьбина» – в народной словесности: судьба, т.е. доля, участь. *Горькая судьбина*.

«Вот она какая **судьбина**... пала... - глухо уронил Афонька и, ломая в руках кнутовище, стнящим голосом крикнул: – Обидели!...» (Донские рассказы. Обида, с.182).

Лексема *доля* входит в состав ЛФП *судьба* по семеме К1 («участь, судьба»). В произведениях М.А.Шолохова был обнаружен пример с использованием слова *доля* в данном контексте в составе фразеологизма

**на долю** чью или кому (выпасть, прийтись, достаться) – сложиться тем или иным образом для кого-либо:

«...к исходу суток, вконец измученный обильно выпавшими на его **долю** испытаниями, Щукарь стал ещё более уверен, чем когда бы то ни было прежде...» (Поднятая целина, с.511).

## 2. Парцеллы *счастливая судьба* и *несчастливая судьба*

Анализ других слов, входящих в состав ЛФП *судьба*, показал, что в поле выделяются две парцеллы: *счастливая судьба* и *несчастливая судьба*. Необходимо также отметить, что по характеру значений входящих в данное ЛФП слов можно разграничить ближнюю и дальнюю периферию. В отдалении от ядра исследуемого поля будут располагаться лексемы *счастье* Д1 и *несчастье* Д1, соответствующие антонимическим фразеосочетаниям *счастливая судьба* и *несчастливая судьба*. Обе лексемы выступают в прямом номинативном значении.

### Парцелла *счастливая судьба*

*Счастье* – состояние высшей удовлетворенности жизнью, чувство глубокого довольства и радости, испытываемое кем-либо; внешнее проявление этого чувства. Например:

«Ты того... *счастливый!*.. Родинка – это, говорят, *счастье*... - Брешишь ты, чудаки! Я с малства сирота, в работниках всю жизнь *гибнул*, а он – *счастье!*..» (Донские рассказы. Родинка, с.12).

Группа слов, относящихся к парцелле *счастье*, разделяется на три подгруппы.

В общеязыковом поле в первой подгруппе находятся слова, являющиеся непосредственными синонимами лексемы *счастье*: *талан* Д1 (прост.), *фарт* Д2 (прост.), *везение* К1, *звезда* К1. В произведениях автора оказалась представлена лишь лексема *везение*, причём в форме глагола с отрицательной частицей, которая указывает на отсутствие везения:

«В последнее время, впрочем как и всегда, деду Щукару *положительно во всём не везло*, ну, а уж этот день выдался целиком сотканным из больших и малых огорчений и даже несчастий...» (Поднятая целина, с.511).

Во вторую подгруппу включены слова, относящиеся к духовной сфере. В большинстве своем эти лексемы обозначают состояния, сопровождающие счастье: *мир* Д1, *лад* Д1 (разг.), *безмятежность* Д1, *блаженство* Д1, *беспечность* Д1, *воля* Д1, *спокойствие* Д1, *радость* Д1, *покой* Д2, *рай* К1, *согласие* К1. У М.А.Шолохова оказались востребованными лишь лексемы *лад*, *мир*, *покой*, *согласие*, *радость*:

«Теперь, Степан, не будет прежнего *ладу*. Ты сам навроде как чужой стал...Богу не молишься, постов не блюдешь...» (Донские рассказы. Червоточина, с.228);

«И опять у нас **мир**, и у меня **спокойствие** на душе» (Судьба человека, с.38);

«Пустота и дремотный **покой** властвуют в хуторах» (Поднятая целина, с.294);

« - ...приходите, милушки мои, в **согласие**» (Поднятая целина, с.118);

«Лишь у Васьки буйным чертополохом цвела **радость** – оттого что каждый день видел Нюрку...» (Донские рассказы. Кривая стежка, с.167).

В романе М.А.Шолохова «Поднятая целина» было выявлено индивидуально-авторское слово *тихомирье* (Д1), которое по своему значению обозначает «покой (Д2) и тишина (Д1)»:

«Он расстегнул ворот рубахи; улыбаясь, выжидал **тихомирья**» (Поднятая целина, с.29).

В общеязыковом поле «судьба» *счастье* градуируется по своим размерам. В третьей подгруппе оказались лексемы, относящиеся к материальной сфере: *благополучие* Д1, *благоденствие* Д1, *благо* Д1, *успех* Д2, *удача* Д2. У М.А.Шолохова встречаем лишь две лексемы: *удача* и *успех*.

*Удача* входит в состав ЛФП по переносному значению (небольшое по своим размерам, «разовое счастье»):

«Мне в крестьянской бытности не было **удачи**» (Поднятая целина, с.221);

«Благородное начинание, предпринятое во имя спасения чебаковских голубей, не принесло Размётнову ни **успеха**, ни дополнительной славы» (Поднятая целина, с.551).

### Парцелла несчастливая судьба

Лексема *несчастье*, возглавляющая парцеллу *несчастливая судьба*, входит в состав ЛФП по семеме Д1 (тяжелое событие; бедствие, горе, несчастный случай). Например:

«В довершение всех бед и **несчастий**, свалившихся на него в это злополучное утро, уже во дворе правления Яков Лукич наступил на оброненную кем-то картофелину, раздавил ее и, поскользнувшись, растянулся во весь рост» (Поднятая целина, с.324).

На одном и том же участке поля *судьба* в непосредственной близости оказались лексемы *несчастье* Д1, *горе* Д1, *трагедия* Д2, *драма* Д2, которые относятся к ближней периферии лексико-фразеологического поля.

У М.А.Шолохова встречаемся с лексемой *горе* Д1 (большое несчастье, обычно в личной жизни человека, причиняющее ему глубокую душевную боль, страдания):

« Тут своих не успеваешь хоронить. А тут слух по лагерю идёт, будто немцы уже Сталинград взяли и прут дальше, на Сибирь. Одно **горе** к другому...» (Судьба человека, с.49).

Группа слов, относящихся к парцелле *несчастье*, разделяется на три подгруппы, которые и составляют дальнюю периферию поля.

В первой подгруппе находятся лексемы, являющиеся синонимами слова *несчастье*: *рок* Д1, *фатум* Д1, *невезение* Д1, *неудача* Д1, *неуспех* Д1, *провал* К1, *срыв* К1, *осечка* К1, *грех* К1. Эта подгруппа достаточно широко представлена в произведениях М.А.Шолохова. У писателя встречаются такие лексемы, как *неудача*, *неуспех*, *промах*, *осечка*, *грех* (в значении «беда» – К1):

*«Агафон Дубцов пробовал урезонить Лушку, но потерпел лютую неудачу»* (Поднятая целина, с.329);

*« - Есть действовать, господин полковник. Но только... Но только за неуспех операции будете отвечать вы, а не я!»* (Поднятая целина, с.640);

*«Ты, товарищ Нестеренко, один день побыл в Гремячем Логу и за это время успел обнаружить вон сколько промахов и недостатков в нашей работе, да и мое поведение отметил...»* (Поднятая целина, с.401);

*«Разговаривают они потихонечку, уговаривают ласково, со всей вежливостью; вот они и добиваются своего. У них – без осечки выходит!»* (Поднятая целина, с.466).

Было выявлено одно индивидуально-авторское употребление *незадача* в Д1, что означает «неудачное стечение обстоятельств, неудача» (разг.):

*« - Где тут живет ваш заведующий?/ – Его нет дома, они с женой за речкой, на огороде капусту поливают. / – Экая незадача. А в школе кто-нибудь есть?»* (Поднятая целина, с.500).

Во вторую подгруппу вошли слова, относящиеся к материальной сфере, так как в общезыковом поле «судьба» *несчастье* градуируется по своему размеру. К ним относятся: *бедствие* Д1, *беда* Д1, *злоключение* Д1, *злосчастие* Д1, *напасть* Д1, *поруха* Д1, *неприятность* Д1, *худо* Д1, *лихо* Д2. Эта подгруппа также оказалась широко представленной в произведениях писателя. Мы встречаем лексемы: *бедствие*, *злоключение*, *неприятность*, *беда*, *лихо* (слово входит в состав поля по переносному значению Д2, т.е. «беда», и употребляется в обиходно-бытовой и народно-поэтической речи).

*«Но его [деда Щукаря – И.П.] бедствиям еще не суждено было кончиться: кобыла на этот раз не упала, зато у нее оказался совершенно невероятный скак»* (Поднятая целина, с.217);

*«Цепь злоключений продолжает медленно, но неотвратимо разматываться...»* (Поднятая целина, с.533);

*«Каждый день приносил Давыдову новые неприятности»* (Поднятая целина, с.206);

*«Что ж, братцы, значит, надсмешка... Чужая беда, видно, за сердце не кусает»* (Поднятая целина, с.180);

*«Она с детства узнала, почем фунт лиха стоит»* (Судьба человека, с.39).

К данной подгруппе отнесем и два индивидуально-авторских употребления: *неудовольствие* Д2 (в значении: «неприятность») и *недоброе* К1 («беда»):

«А тут через него же и дома одно *неудовольствие*... Старухе-то я нахвалился, что, может, господь бог пошлет нам коровку за мое умственное усердие. Как же, послал, держи карман шире!» (Поднятая целина, с.111);

«Чуя *недоброе*, унимая дрожь, молча пропустила Семку и зажгла огарок» (Донские рассказы. Калоши, с.221).

Третья подгруппа (*несчастность, недосчастье*) в произведениях М.А.Шолохова не представлена.

Таким образом, специфика ЛФП *судьба* в творчестве М.А.Шолохова состоит в следующем.

По сравнению с общеязыковым полем ЛФП *судьба* в художественном идиолекте М.А.Шолохова сужается. Если общеязыковое поле составляли 53 лексемы, то в ЛФП *судьба* у М.А.Шолохова было выявлено лишь 21 слово. Индивидуально-авторскими, то есть теми, которые не попали в общеязыковое поле, стали лексемы *судьбина* Д1, *тихомирье* Д1, *неудовольствие* Д2, *незадача* Д1, *недоброе* К1. Все данные лексемы принадлежат народной словесности. Невостребованными оказались, в основном, слова книжные, относящиеся к приподнятому стилю речи, такие как *фортуна* Д2, *жребий* К1, *фатум* Д1, *рок* Д1, *блаженство* Д1 и т.д. Очевидно, это объясняется вниманием писателя к изображению духовного мира его героев (в большей части из народа), реакций на те или иные перипетии судьбы, которая, как показало исследование, складывается из горестей и радостей, сменяющих друг друга.

Если говорить об индивидуально-авторском понимании *судьбы* М.А.Шолоховым, то заметим, что писатель в большей мере является носителем оптимистического восприятия судьбы и мира вообще. Самой частотной оказалась лексема *радость* (39 употреблений).

Копыленко М.М. Очерки по общей фразеологии (фразеосочетания в системе языка) /М.М.Копыленко, З.Д.Попова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1989. – 192 с.

Полевые структуры в системе языка / Под ред. З.Д.Поповой. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1989. – 196 с.

Попова З.Д. Лексическая система языка: Учеб. пособие / З.Д.Попова, И.А.Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1984. – 148 с.

#### Источники исследования

Шолохов М.А. Донские рассказы / М.А.Шолохов. – М.: Худож. лит., 1980. – 302 с.



Шолохов М.А. Алёшкино сердце. Нахалёнок. Судьба человека: Рассказы / М.А.Шолохов. – М.: Современник, 1984. – 62 с.

Шолохов М.А. Поднятая целина: Роман / М.А.Шолохов. – М.: Советский писатель, 1987. – 512 с.

### Словари

Словарь современного русского языка в 17-ти т. / М. – Л.: Наука, Ленингр. отд., 1948-1966.

Ожегов С.И. Словарь русского языка. / М.: Современная энциклопедия, 1981.

Словарь синонимов русского языка в 2-х т. / Под ред. А.П.Евгеньевой. / Л., 1971.

Фразеологический словарь современного русского литературного языка: Справочное издание в 2-х т. / Под ред. А.Н.Тихонова. / М.: Флинта: Наука, 2004.

Современный толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А.Кузнецов / Спб.: «Норинт», 1998.

Л.В. Рыбачева

### Текстообразующие функции имен действия в художественном тексте

Известно, что «ведущая роль в изучении текста отводится синтаксису, призванному выявить языковые закономерности, которые определяют типологические особенности разных видов текстов, членение текста на единицы, большие, чем предложение (высказывание) и связь высказываний в тексте » (Ломов 2004, с. 365).

Смысловую структуру художественного текста организуют логико-семантические отношения между предложениями. Всякое предложение называет определенный факт, событие, явление и т.п, то есть служит номинацией события. В зависимости от того, указывают ли предложения в связном тексте на одно и то же событие или же обозначают разные события, различают(1) предложения с последовательной связью слов и (2) предложения с параллельной связью слов (Распопов 1981)

Предложения первого типа, то есть предложения с последовательной связью слов, представляют собой повторное обозначение события, повторную номинацию – преобразование предикатных структур в именные. Так, в примере: *«Как в старину **открывали** земли, как астрономы открывают звезды, так писателю посчастливилось открыть человека. Есть великие **открытия** характеров: Гончаров **открыл** Обломова, Тургенев – Базарова, Сервантес – Дон-Кихота* (Д. Ганин.

Другая жизнь) глагол и образованные от него его морфологические дериваты выполняют функцию простой связи текста.

В приведённом фрагменте текста представлены предложения двух структурно-семантических типов: 1) субъектно-агентивные, в которых позицию подлежащего занимает имя со значением агенса, а позицию сказуемого – глагол со значением действия; 2) субъектно-акциональные, в которых позицию подлежащего занимает ситуативно-предметное имя – событийная номинация, а занимающие позицию сказуемого глаголы (или сочетания вспомогательного глагола с наречием, прилагательным) фиксируют различные формы бытия.

В художественном тексте наблюдается определенная закономерность в использовании субъектно-агентивных и субъектно-акциональных предложений. Как правило, отглагольные существительные осуществляют смену тема-рематических компонентов текста, причем рематический компонент предшествующего высказывания (предикат) соотносится с тематическим компонентом (именем действия) последующего предложения. При этом в субъектно-акциональном предложении рематическим компонентом являются следующие словоформы: 1) словоформы с качественным значением в составе квалификативных предложений: *Мартайнен впервые за время службы улыбнулся. Улыбка у него была ослепительная и открытая* (К. Паустовский. Озерный фронт); 2) предложно-падежные формы со значением времени в составе бытийных предложений: *Суханов служил офицером в сибирской флотилии. Служба продолжалась несколько лет* (Ю. Трифонов. Нетерпение); 3) словоформы со значением объекта действия в бытийных и посессивных предложениях: *Зрители аплодируют. Это аплодисменты канадцам* (Ю. Трифонов. Травнички и хоккей); *Чаще всего Блок говорил с Гумилевым. У обоих поэтов шел нескончаемый спор о поэзии* (К. Чуковский. Александр Блок); 4) предложно-падежные формы со значением причины действия в конверсных структурах: *В представлении типографских рабочих Батюшков и был тот самый старик, которого Горький так ненавидел. Ненависть Горького была вызвана либеральным гуманизмом профессора* (К. Чуковский. Горький).

Особо следует остановиться на тех случаях, когда в художественном тексте как в субъектно-агентивных, так и субъектно-акциональных предложениях определённые словоформы используются в функции квалифицирующего обстоятельства, однако данные словоформы по-разному характеризуют действия. Рассмотрим возможные варианты.

Это могут быть отношения включения: в субъектно-агентивной конструкции дается общая характеристика действия, а в субъектно-акциональном предложении - качественная характеристика уточняется: *В Воронеж Желябов приехал, ощущая себя по-другому. Это было радостное ощущение. Конец провинциальному прозябанию!* (Ю. Трифонов. Нетерпение).

Словоформы с качественным значением характеризуют разные уровни восприятия: в субъектно-агентивном предложении характеризуются лишь внешние, объективные свойства этого действия, в то время как в субъектно-акциональной конструкции дается модально-оценочная характеристика действия: *В каюте чудака **нежно** запела скрипка. Пение скрипки на ночном корабле было так же **необыкновенно**, как и груз, лежащий в трюме* (К. Паустовский. Ценный груз); *Я заглянул в тетрадь и увидел, что первое слово было «апокалипсис», второе – «архангелы», третье – «дьявол». Я их **покорно** вычеркнул. Правда, мне хотелось сказать, что это **наивное** вычеркивание* (М. Булгаков. Театральный роман).

Кроме того, между субъектно-агентивной и субъектно-акциональной конструкциями могут возникать противительно-сопоставительные отношения: в предложениях с глаголами утверждается действие, в предложениях с именами действия оно либо отрицается, либо подвергается сомнению): *Я **покаялся** вообще не думать о театре, но **клятва** эта, конечно, нелепая* (М. Булгаков. Театральный роман).

Встречаются и такие случаи, когда в повторной номинации действия или состояния отглагольным именем не содержится новой информации, то есть в субъектно-акциональной конструкции повторяется рема предыдущего предложения, коммуникативная цель таких предложений – сконцентрировать внимание на осуществлении/неосуществлении события, факта и т.п.: *Нити, которые тянутся из прошлого, чреватые... Ведь ничто не **обрывается** без следа, окончательных **обрывов** не существует* (Ю. Трифонов. Другая жизнь).

В контекстах п а р а л л е л ь н о г о строя исследуемые конструкции имеют особый прагматический потенциал. Рассмотрим его.

1. В субъектно-агентивном предложении обозначение действие служит фоном, на котором разворачивается определенное событие. При этом между соответствующими предложениями устанавливаются отношения простой смежности обозначаемых событий: *Сапожников **пел и дурачился**, а на душе было **предчувствие**, что все плохо кончится и все разлетится* (М. Анчаров. Самшитовый лес). Чаще всего в такого рода контекстах субъектно-акциональные предложения предшествуют субъектно-агентивным и являются средством введения определенной информации, события, явления, то есть «служат интродукцией к тексту». Как отмечает Н.Д. Арутюнова, «интродуктивные предложения в информативном плане не автономны, то есть их роль состоит в подготовке последующих сообщений» (Арутюнова 1976, с.222). Например: *Уже перед самым уходом зашел у нас с Багрицким **разговор** о собаках, которых он любил, а я продолжаю любить до сих пор. Мне **нравились** довольно изысканные четвероногие, а Багрицкий **предпочитал** охотничьих, серьезных псов* (В. Инбер. Каким он мне запомнился).

2. В субъектно-агентивных предложениях обозначается следствие, результат, уточнение того действия, которое характеризует

предшествующее субъектно-агентивное предложение. При этом между данными предложениями устанавливаются объяснительно-определятельные отношения. В этом случае используются: а) посессивные предложения, сообщающие о появлении у субъекта какого-либо состояния: *Всякий раз, когда я перелистываю его стихотворные сборники, у меня возникает множество мелких, стариковских, никому не нужных воспоминаний о нем. Читая, например, его знаменитые строки: «ночь, улица, фонарь, аптека», - я вспоминаю Петербург, аптеку, принадлежащую провизору Винникову, на Офицерской улице* (К. Чуковский. Александр Блок); б) кваликативные предложения, в которых показывается изменение в развитии действия: *В комнате было светло – свет проникал в окно. Потом внезапно наплывали облака, комната темнела. И беседа становилась то веселой, то слегка грустной* (В. Инбер. Каким он мне запомнился); в) конверсные структуры: *Вот теперь Петр понял все. Понял – и такое ожесточение охватило его, что он взмок с головы до ног* (Ф. Абрамов. Братья и сестры).

3. Между анализируемыми предложениями могут возникнуть контрастно-сопоставительные отношения. При этом субъектно-акциональные предложения характеризуются экспрессивностью, в них выражается быстрая смена событий: *Андрей объяснял, бесполезно – рыданья и слезы весь день* (Ю. Трифонов. Нетерпение).

Экспрессией в художественном тексте обладают те контексты, в которых встречается «однородное сочинение имен и глаголов, одинаково относящихся к очевидному или устраненному неопределенно-личному субъекту (Гак 1976, с.88): *Потом тетя Дина уехала в Москву, вернулась, снова были прогулки, купание в холодной речонке, снова сидела за самоваром, ели подогретые булочки, и тетя Дина играла на рояле «Времена года»* (Ю. Трифонов. Возвращение Игоря). Особую экспрессивную динамику имеют те художественные тексты, в которых наряду с отглагольными существительными используется так называемая «событийная лексика», а также конкретно-предметные имена в событийном значении: *В музее было тихо, безденежно и безнадежно, но зато невероятное спокойствие, а в институте началось: обещанья, надежды, проекты, страсти, группировки, опасности на каждом шагу* (Ю. Трифонов. Другая жизнь)

Таким образом, отглагольные имена существительные в составе субъектно-агентивных предложений выполняют в контекстах последовательного строя не только техническую функцию, но и реализуют различные прагматические задачи: они уточняют временные, модальные, качественные характеристики действия, дают оценку этому действию. Конкурентность моделей с глаголами и именами действия ограничена: глагольные и именные номинации служат целям рациональной организации текста. В контекстах параллельного строя возникают более широкие возможности конкуренции субъектно-агентивных и субъектно-акциональных моделей.

Как показывают наблюдения, первые предложения вытесняются вторыми. Отмеченная тенденция связана с потребностью в обобщенном выражении мысли, что характеризует не только научный стиль речи, но и художественный, а также разговорный стиль. Нередки случаи использования конструкций только с отглагольными именами или именами существительными событийной семантики. Данное явление также получает широкое распространение в художественном тексте. При этом конструкции с отглагольными существительными значительно расширяют номинативные возможности языка, так как сочетаются не только с атрибутивными распространителями, но могут уточнять и временные, модальные значения, вследствие чего данные конструкции являются в ряде случаев единственным средством выражения определённого значения.

---

Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука. 176. – 382 с.

Гак В.Г. Номинализация сказуемого и устранение субъекта // Синтаксис и стилистика. – М. : Наука, 1976. – С.85 – 103.

Ломов А.М. Русский синтаксис в алфавитном порядке : Понятийный словарь-справочник / А.М.Ломов. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1994. – 280 с.

Распопов И.П. Строение простого предложения в современном русском языке / И.П. Распопов – М. : Просвещение, 1970. – 191 с.

О.В.Студенова

### **Формирование романтического компонента коннотации в значении слов, обозначающих фрагменты пейзажа (на примере художественных текстов XX века).**

Академик В.В. Виноградов определял коннотацию как потенциальную ассоциативную энергию слова (Виноградов 1959). В.И. Шаховский конкретизирует содержание данного термина: коннотация – это тот компонент семантики языковой единицы, с помощью которого выражается эмоциональное состояние говорящего и обусловленное им отношение к адресату, объекту или предмету (Шаховский 1987).

Коннотативный макрокомпонент значения включает семантические компоненты *оценка* и *эмоция* (Стернин 1985). В то время как оценка может сопровождаться нулевым эмоциональным компонентом, эмоциональный компонент не может появиться в слове без оценки, ибо любая эмоция носит оценочный характер, хотя не всякая оценка обязательно эмоциональна (Шаховский 1987).

Наряду с эмоциональным и оценочным семантическим компонентами существует так называемый функционально-стилистический компонент значения (Стернин 1985). Функционально-стилистическая информация возникает в результате того, что обобщенные признаки тех или иных контекстов запечатлеваются в сознании данного лица как признаки самого слова. Слово «перенимает» неязыковые признаки тех контекстов, в которых оно *встречается* говорящим на литературном языке (Петрищева 1984, с.73). Функционально-стилистический макрокомпонент включает семантический признак «функциональный стиль» и многочисленные семные конкретизаторы – разговорное, книжное, поэтическое, литературное и т.д. (Стернин 1985).

Компоненты коннотаций слов могут быть различными, многие из них еще не исследованы, в частности, обнаруживаются слова с романтическим компонентом коннотации (Попова, Студенова 2006; Студенова 2005).

Нас заинтересовал вопрос о том, как формируется *романтический* компонент коннотации значений слов в тексте. Мы проанализировали художественные произведения таких авторов, как А.А. Блок, К.Г. Паустовский, В. Лебедев-Кумач и некоторых других (всего 3200 микротекстов, включающих описания пейзажа). В данной статье предметом исследования является становление романтического компонента у слов, называющих фрагменты пейзажа, наблюдаемые человеком. По частотности (из 2500 слов общего количества) лексемы, обозначающие элементы пейзажа, расположились в следующем порядке: *лес* (16%), *ветер* (14%), *поле* (12%), *небо* (12%), *простор* (10%), *река* (10%), *море* (6%), *звезды* (6%), *горы* (4%).

Поскольку слова *лес*, *ветер*, *поле* лидируют по частотности среди других лексем, остановимся на примерах с этими словами:

*Эти леса были неотделимы от его (Чайковского) размышлений, от музыки, рождавшейся в тайниках сознания, от лучших минут его жизни (Паустовский).*

*Заколдован невидимкой,  
Дремлет лес под сказку сна;  
Словно белою косынкой  
Подвязалась сосна*

(Есенин).

*Мещерские леса разбойничьи, глухие. Нет большего отдыха и наслаждения, чем идти весь день по этим лесам...*(Паустовский).

*Уже начал прихорашивать лес – кажется, где-то крадется незримо весна (Федосеев).*

Романтический компонент коннотации значения лексемы *лес* создается за счет романтических значений слов и словосочетаний, окружающих данную лексему, например: *в тайниках (сознания)* (в значении *глубоко в себе, в душе*) (МАС); *музыка - мелодия какого-либо звучания* (МАС). Душа героя как бы наполняется музыкой, что навеяно, видимо, красотой леса. Кроме того, путешествуя по лесу, человек испытывает наслаждение

(наслаждение - высшая степень удовольствия). Зимний лес словно заколдован и дремлет под сказку сна. Романтический компонент наводят лексемы заколдован (в трактовке МАС, заколдовать (околдовать) – подчинить сверхъестественным силам, напустив колдовские чары), сказка (повествовательное, обычно народно-поэтическое произведение о вымышленных лицах и событиях, преимущественно с участием волшебных, фантастических сил). С приходом весны лес прихорашивается. В Словаре русского языка в 4 т. под ред. А.П. Евгеньевой прихорашиваться (прихорашивать) – стараться придать кому-чему-н. нарядный вид).

А вот микротексты со словом ветер:

**Ветер** озорной

Летит, спешит за мной,

Как наездник на коне.

(Зискинд)

А ну-ка песню нам пропой, веселый ветер,

Веселый **ветер**, веселый **ветер**!

Моря и горы ты обшарил все на свете

И все на свете песенки слышал.

(Лебедев-Кумач)

Погуляем на вольном просторе!

Синее море! Красные зори!

**Ветер** ты пьяный, трепли волоса!

**Ветер** соленый, неси голоса!

**Ветер** ты вольный, раздуй паруса!

(Блок).

В художественных текстах ветер сравнивается с наездником; кроме того, эту реалию характеризуют такие прилагательные, как озорной, веселый, вольный. По трактовке МАС, озорной – полный озорства; озорство – задорное, нарушающее порядок поведение; веселый – 1. Проникнутый весельем, полный веселья. 2. Вызывающий, доставляющий веселье. Вольный – свободный, независимый. В сознании странствующего человека ветер ассоциируется со свободой, удалью, стремлением вперед, а также с новыми встречами и приключениями.

Любопытны контексты с лексемой поле:

**Поле**, русское **поле**...

Светит луна или падает снег, -

Счастьем и болью вместе с тобою,

Нет, не забыть тебя сердцем вовек.

Русское **поле**, русское **поле**...

Сколько дорог прошагать мне пришлось!

Ты моя юность, ты моя воля –

То, что сбылось, то, что в жизни сбылось.

Русское **поле**, русское **поле**...

Я, как и ты, ожиданьем живу, -

*Верю молчанью, как обещаю,  
Пасмурным днем вижу я синеву.*

(Гофф).

Романтический компонент значения слова *поле* создается за счет существительных, присутствующих в тексте, например: *счастье* (*чувство и состояние полного, высшего удовлетворения*), *воля* (*свобода, независимость*), глагола *верить* (в значении *быть убежденным, уверенным в чем-либо*). Поле для носителя русского языка является символом юности, воли, раздолья. С полем сравнивается жизнь. Подчеркивается любовь героя к русскому полю. По мнению наблюдателя, поле напоминает ожидающего человека. Созерцание обширного пространства способствует лирическому настроению, герой мечтает, думает о будущем.

Разнообразие слов, формирующих романтический компонент коннотации значений лексем *лес, ветер, поле* в художественных контекстах XX века, свидетельствует о том, что реалии, обозначаемые данными лексемами, получили образное воплощение в сознании носителей языка. Не исключено, что в процессе исследования у этих слов будут выявлены новые сопутствующие компоненты значения.

Благодаря рассмотренным и им подобным микротекстам слова, называющие фрагменты пейзажа, приобретают романтический компонент своего значения не только в художественных контекстах, но и в лексической системе русского языка.

Виноградов В.В. Некоторые задачи изучения синтаксиса простого предложения (на материале русского языка) // Вопросы языкознания, 1959, № 1.

Петрищева Е.Ф. Стилистически окрашенная лексика русского языка. М., Наука, 1984.

Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат // Язык и национальное сознание.- Воронеж, Истоки, 2002.

Попова З.Д., Студенова О.В. Романтический компонент в синтагматическом поле «путешествие» (на материале текстов русской художественной литературы XIX века) // Язык художественной литературы. Литературный язык. – Саратов, Научная книга, 2006.

Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, из-во ВГУ, 1985.

Студенова О.В. Романтический компонент коннотации слова // Язык и национальное сознание. Воронеж, Истоки, 2005. Вып. 7.

Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж, 1987.



**«Легенда о драконе» А.И.Несмелова  
как образец авторской интерпретации  
национального мифа**

Творчество Арсения Несмелова (А.И.Митропольского) в последнее время привлекает пристальное внимание читателей и исследователей (см. статьи и книги Е.В.Витковского, А.В.Ревоненко, П.В.Куприяновского, Таскиной Е.П., Селькиной Д.Г., Агеносова В.В. и др.). И дело не только в интересе к «возвращенным» именам, но и в самом качестве стихов и прозы А.Несмелова. Одним из аспектов художественного исследования в творчестве названного автора является проблема соотношения западного и восточного менталитетов, национальной психологии и мифологии страны (Китая), в которой оказался А.Несмелов в результате крутых поворотов судьбы русского беженца.

«Первые контакты между русскими и китайцами начались еще в средние века. На Русь стали прибывать торговцы из Поднебесной империи, которые по Великому шелковому пути привозили в русские города диковинные товары, чай, невиданные досель шелковые ткани и знакомили москвитов с особенностями китайской цивилизации. В 1654 г. в Пекин прибыло первое русское посольство. В XVIII в. начался процесс разграничения окраинных территорий. Первый международный договор Китай заключил именно с Россией. Произошло это в 1689 г.» (Рогачёв 2004, с.1). Русско-китайские отношения особенно оживились в конце XIX в., когда по договору 1897 г. была построена и начала функционировать Китайско-Восточная железная дорога (КВЖД) с центром в Харбине.

«Харбин не случайно стал во главе дальневосточной эмигрантской литературы. Образно говоря, еще до Октябрьской революции он был «веткой русского дерева». Расположенный на северо-востоке Китая, в Маньчжурии, Харбин вырос как русский город во время строительства КВЖД. ...Спустя некоторое время была построена и юго-восточная железная дорога до Порт-Артура. Это был кратчайший путь из России на Дальний Восток, способствовавший цивилизации самых глухих, отсталых районов Китая» (Куприяновский 1997, с.380). К Харбину как литературному центру тяготели и писатели, оказавшиеся после Гражданской войны в разных районах Китая – в Шанхае, Тяньцзине, Пекине, Даляне, а также в Корее, Японии, Австралии.

Одним из самых талантливых авторов, живших и творивших в 1920-1930-е годы в Харбине, был, безусловно, **Арсений Иванович Несмелов (Митропольский)**. Его судьба сложилась трагично. Родился в Москве в семье статского советника, прошел всю Первую мировую войну, за боевые заслуги был награжден четырьмя орденами. Оказавшись в 1917г. после ранения в Москве, будущий писатель принял участие в боях на стороне

юнкеров. В 1918 году Арсений Митропольский уехал из Москвы в Томск, там примкнул к белому движению и вместе с армией А.В. Колчака оказался во Владивостоке, где издал первую книгу стихов. В 1922 году с падением буферной Дальневосточной республики А.И. Несмелов окружными путями бежит в Маньчжурию – в Харбин (подробнее о биографии А.И.Несмелова см. : Витковский 1990, с.3).

В 20-е – 30-е годы один за другим выходят книги стихов поэта – «Кровавый отблеск», «Без России», «Полустанок», «Белая флотилия», прозаический сборник «Рассказы о войне». В них содержатся размышления автора о судьбах России, о тех исторических путях, по которым приходится ей идти, о людях, встретившихся во время Гражданской войны и эмиграции. И как ежечасная гнетущая боль – воспоминания Несмелова об оставленной родине, ощущение человека, постоянно находящегося «на разорванной ране излома» (из стихотворения «В скрипке...»).

Положение русских беженцев на востоке сильно отличалось от положения других европейцев, как явствует из многих воспоминаний (см. роман Н.Федоровой «Семья», книги Н.И.Ильиной, воспоминания А.Н.Вертинского и др.). Даже в Харбине многие из них вынуждены были селиться не в сэтльментах (центр города, где обычно располагались дипмиссии и квартировали иностранцы), а в дешевых смешанных кварталах. А.Несмелову пришлось довольно продолжительное время жить в китайской части Харбина, отсюда – и владение своеобразным харбинским «пиджином», и глубокое проникновение в культуру Китая. Следует сразу подчеркнуть, что взгляд А.Несмелова лишен характерного для всех европейских авторов подчеркнутого внимания к экзотическим, подчас шокирующим деталям жизни Китая. Рецепция им китайской мифологии гораздо более глубока и органична – об этом свидетельствуют и многочисленные харбинские реалии, задействованные в его прозе (рассказы «Сторублевка», «За рекой», «Le Sourire»), и особенно многочисленные стихотворения с ярко выраженной восточной проблематикой («Тайфун», «Переходя границу», «Стихи о Харбине», «Хунхуз» и др.).

Одним из самых удачных стихотворений, создающих образ Поднебесной, безусловно, является «Легенда о драконе». В сборнике А.Несмелова «Без Москвы, без России» это стихотворение приводится по тексту публикации в журнале «Сибирские огни» (1927). Но, как считает Е.В.Витковский, существует и более поздняя публикация этого стихотворения (Несмелов 1990, с.180]. Современная публикация примечательна тем, что устаревшее написание «Янцзе» А.Несмелов заменил на более современное «Янцзы».

Внимание читателя привлекает уже название стихотворения, очень ёмкое и подчеркнуто «китайское». Значимы в этом словосочетании оба слова, но главное, конечно же – дракон. Трудно представить себе что-нибудь более экзотическое, и у читателей, даже не читавших «Легенду о

драконе», появляется точное ощущение, что дракон – это символ Китая (подробнее об образе дракона в традиционных культурах Востока см.: Ускова 2004, с. 139-145).

Не менее важно и жанровое определение «легенда». Оно корреспондирует, что события, описанные в стихотворении, хотя произошли и не очень давно, но сразу же превратились в легенду, в предание, мифологизировались – и, следовательно, приобрели особое, метафизическое значение. Начинается «Легенда о драконе» эпически:

*Уже утрачено  
Его название,  
Уже никто  
Не вспоминает год, -  
Вверх по Янцзы  
(Так говорит предание)  
Шел первый  
Океанский пароход.*

*И в белом шлеме,  
В грубой парусине,  
Им правил  
Англичанин-капитан.  
И вечерел,  
Уже багрово-синий,  
Простор Янцзы,  
Закатом осиян.*

Наступление бездушного промышленного Запада, персонализированного в образе капитана-англичанина, ведущего железную громаду корабля к истоку – к сердцу священной реки («вверх по Янцзы»), должно быть остановлено. На помощь людям приходит символ Китая – «тысячекрылый огненный дракон», который в мгновение ока расправляется с огромным океанским лайнером:

*И там.,  
Где солнце  
Медно-красным диском  
Склонялось в аспид  
Острогрудых круч, -  
Вдруг появились  
В отдалении близком  
Клубящиеся змеи  
Черных туч...*

*Из дыма их  
На аспидные кручи,  
Окрасив в пурпур*

*Блеклый небосклон, -  
Неслышно выполз  
Сказочно могучий  
Тысячекрылый  
Огненный дракон.*

*И, стерегущий  
Реку неизменно,  
Разбив стекло  
Завечеревших вод, -  
Он, пасть раскрывший,  
Проглотил мгновенно  
Гудком гремевший  
Вражий пароход*

Окончание «Легенды о драконе» эпично – от врага не осталось и воспоминаний, а образ легендарного дракона трансформировался в образ священной китайской реки:

*Усталый ветер  
Треплет парусиной  
И ласково лепечет о грозе...  
И в блеске молний выгибает спину,  
Драконью спину –  
Голубой Янцзе.*

Гораздо более интересную версию окончания публикует Е.В.Витковский в Примечаниях к книге «Без Москвы, без России» – текст, «приведенный по памяти покойным Е.Ф.Индриком» (Несмелов 1990, с.447):

*Горячий ветер  
Треплет парусину,  
Рокочет туча  
Танками грозы,  
И выгибает  
Медленную спину, –  
Дракон крылатый –  
Голубой Янцзы.*

Даже на первый взгляд понятно, что второй вариант гораздо интереснее – и в плане употребления более современного названия «Янцзы», и в плане усиления поэтической выразительности: очевидно, что «И выгибает медленную спину...» создает более сильный художественный образ, чем зафиксировано в первом варианте.

Арсений Несмелов, как и большинство русских писателей-эмигрантов первой волны, постоянно возрождал в своем творчестве образ потерянной родины. Но, помимо основной темы эмиграции – ностальгии по

утраченной России, А.Несмелов «в своих произведениях постоянно обращается к китайским реалиям, оригинально интерпретируя его историю и мифологию» (Несмелов 1990, с.217).

---

Витковский Е. «На сопках Маньчжурии»// Вступительная статья в кн.: Арсений Несмелов. Без Москвы, без России: Стихотворения. Поэмы. Рассказы. – М.: Моск. рабочий, 1990.

Куприяновский П.В., Цзяо Чень. Литература русского Харбина (1920-1930-е годы) // Русская литература . Писатели XX века. Книга для учителя. – Воронеж, «Родная речь», 1997.

Несмелов А. Без Москвы, без России: Стихотворения. Поэмы. Рассказы. – М.: Моск.рабочий, 1990.

Рогачев И., Чрезвычайный и Полномочный посол России в КНР. Россия и Китай – великие соседи // Родина. – 2004. - № 10.

Ускова Т.Ф. Образ Китая в поэзии и прозе А.Несмелова / Т.Ф. Ускова // Поиск. Опыт. Мастерство. Актуальные вопросы обучения иностр. студентов. Сб.статей. – Вып. 8. – Воронеж: ВГУ, 2004.

Н.Дж.Хади, О.Н.Чарыкова

### **Обращение с использованием отчества в прозе А.П.Чехова как художественный приём**

Антропонимы являются важным разрядом собственных имён. Под собственным именем понимается универсальная функционально-семантическая категория имён существительных, особый тип словесных знаков, предназначенный для выделения и идентификации единичных объектов, выражающих единичные понятия и общие представления об этих объектах в языке, речи и культуре народа (Фонякова 1990, с.21, Зайцева 2004, с. 28). Антропонимы очень широко используются в прозе А.П.Чехова, поскольку он мастер короткого рассказа, а в каждом рассказе может быть несколько действующих лиц, кроме того, в рассказах упоминаются деятели науки и культуры, мифологические и литературные персонажи, имена героев музыкальных произведений и т.д.

Применительно к личным именам персонажей следует отметить, что в прозе Чехова представлены все социальные слои общества: крестьяне, мещане (ремесленники, мелкие торговцы и домовладельцы), служащие, военные, рабочие, дворяне, купцы и представители духовенства. Для именования их представителей автор использует разнообразные формы русских антропонимов. Часто антропонимы в его произведениях выступают в роли обращений.

Как известно, обращение служит не только для привлечения внимания и установления контакта с адресатом. Оно выполняет и социально-индикационную функцию, поскольку выступает в процессе общения как индикатор социальных и межличностных отношений. В соответствии с ролевой теорией принято различать вертикальные и горизонтальные отношения между коммуникантами. Применительно к конкретной ситуации общения более ёмкими представляются используемые Л.Г.Крысиным термины *симметричный* – *асимметричный* (Крысин 1977, с. 16). Например, роли сослуживцев, одноклассников, соседей по квартире и т.п. симметричны, поскольку ни один из них не имеет каких-либо преимуществ, обусловленных характером роли, а роли сына и отца, ученика и учителя, квартиранта и хозяина, просителя и должностного лица и т.п. воспринимаются как асимметричные.

Представляется интересным рассмотреть, как используются в функции обращений патронимические формы русских имён. Номинации с использованием патронимов могут иметь двукомпонентную (имя и отчество) и монокомпонентную (только отчество) структуру. Первые представлены в исследуемом материале более полно.

Обращение по имени и отчеству репрезентирует следующую информацию об адресате: это, как правило, взрослый человек любого социального положения. Такое обращение может быть использовано как в симметричных, так и в асимметричных речевых актах. Однако более широко данная форма используется в следующих вертикальных речевых актах.

1. При обращении человека более низкого социального статуса к человеку более высокого социального статуса (любого пола и возраста).

*Не от жадности я это сделал, Пётр Егорыч, - оправдывается дрожащим голосом Хромой* (обращение крестьянина к помещику в рассказе «Он понял!»).

*Это вы, барыня Наталья Сергеевна? – спросил он (Денис) недоумевающим голосом* (обращение пожилого крестьянина к помещице 23-х лет в рассказе «В рождественскую ночь»).

*Да нет тут гребёнки, Архип Елисеич!* (обращение лакея к барину в рассказе «Интеллигентное бревно»).

*Прохор Семёныч! – умолял он .... – Заставьте вечно бога молить! Попросите его превосходительство, чтобы они меня извинили... Не могу я читать* (обращение чиновника Мердяева к старшему бухгалтеру Будылде в рассказе «Чтение»).

*Я тебе, Семён Митрич, как перед богом: дай ты мне ружьё, похожу нынче с Игнашкой и опять тебе его принесу* (обращение крестьянина к кабатчику, которому заложил ружьё, в рассказе «Рано!»).

Следует отметить тот факт, что во многих случаях обращение по имени и отчеству связано с просьбой.

2. При обращении лица старшего по возрасту и имеющего более высокий социальный статус к лицу, младшему по возрасту и имеющему

более низкий социальный статус, в случае, если адресат является представителем интеллектуального труда. Такое обращение возможно по отношению к учителю, репетитору, секретарю, конторщику, гувернантке и т.д. Вот несколько примеров.

*А, здравствуйте, **Макар Денисыч!** – слышит он* (молодой человек, который служит у генерала не то писарем, не то младшим управляющим) *вдруг голос генерала Стремоухова («Весной»).*

***Иван Матвееч!** Когда наконец вы бросите вашу привычку растягивать строки?* (обращение учёного к переписчику – молодому человеку лет восемнадцати – в рассказе «Иван Матвееч»).

*Ну, чего думаешь? Задача-то ведь пустяковая! – говорит Удодов Пете. – Экий ты дурак, братец! Решите уж вы ему, **Егор Алексеич*** (обращение отца к репетитору его сына – гимназисту УП класса в рассказе «Репетитор»).

*На днях я пригласил к себе гувернантку моих детей, Юлию Васильевну. Садитесь, **Юлия Васильевна!** – сказал я ей* (обращение к молодой гувернантке в рассказе «Размазня»).

Кроме того, обращение по имени и отчеству к молодому человеку низкого или невысокого социального статуса может свидетельствовать об уважении к нему или о повышении его социальной значимости в конкретной ситуации в связи с определёнными обстоятельствами. Так, в рассказе «Художество» ничтожный во всех остальных отношениях «малый лет тридцати», которого в обычное время называют уничижительной формой имени - *Серёжка*, имеет редкий талант – удивлять раз в год весь мир своим искусством. И в этот день окружающие относятся к нему по-особому.

*Все улыбаются ему, сочувствуют, величают **Сергеем Никитичем**, все чувствуют, что художество* (создание Иордани к христианскому празднику Крещения) *есть не его личное, а общее, народное дело.*

В рассказе «Исповедь» окружающие стали обращаться по отчеству к мелкому чиновнику, получившему должность кассира, поскольку надеялись через него получить доступ к казённым деньгам.

*У нас в России не умеют ценить таких людей, как **Григорий Кузьмич!** – прокричал за ужином Казусов.*

И, наоборот, утрата уважения приводит к тому, что человека перестают называть по отчеству.

*...То, что недавно из «Нашей губернии» возвратили Макару плохой рассказ, известно всему уезду и вызывает насмешки, длинные разговоры, негодование, и **Макара Денисыча** уже называют Макарой («Весной»).*

Кроме того, обращение по имени и отчеству используется и в симметричных речевых актах представителей любой социальной среды в ситуациях как официального, так и неофициального общения.

*Странно **Агей Алексеич!** – говорил доктор, вздыхая и кутаясь в мокрую шубу. – Я даже не замечаю этой погоды* (обращение доктора к следователю в рассказе «Perpetuum mobile»).

У меня к тебе есть маленькая просьба, **Николай Борисыч**, - сказал брюнет после некоторого молчания (обращение одного приятеля к другому в рассказе «75 000»).

**Иван Алексеич!** – крикнул чиновник в воздух, как бы не замечая Волдырева. – Скажешь купцу Яликову, когда придёт, чтобы копию с заявления в полиции засвидетельствовал! (обращение одного чиновника к другому в рассказе «Справка»).

Вырвать его (зуб) нужно, **Ефим Михеич!** – Вам лучше знать, **Сергей Кузьмич!** На то вы и обучены...(обращение друг к другу дьячка и фельдшера из рассказа «Хирургия»).

Возмечтали о себе высоко, **Трифон Пантелеич**, - убеждал портного дьячок («Капитанский мундир»).

Эта же форма обращения используется и в том случае, если коммуникантами являются люди, относящиеся к разному полу.

Я дам вам тёсу, **Кузьма Кузьмич** (обращение генеральши к соседу-помещику в рассказе «Симулянты»).

Что же вы молчите, **Иван Акимыч?** Коли пришли и помешали зубрить роль, то хоть разговаривайте! (обращение актрисы-инженю к комику в рассказе «Комик»).

Не могу себя побороть! Бейте, браните, а уж я скажу, **Марья Андреевна!** (обращение комика к инженерю в том же рассказе).

**Пётр Николаевич**, скоро же вы? – зовут моего героя нетерпеливые дамы («Рассказ без конца»).

Кушайте, **Данило Семёныч!** – угощала нянька извозчика. – Не потребляю-с...нет-с...- отнекивался извозчик. Не невольте, **Аксинья Степановна** («Кухарка женится»).

Следует отметить, что обращение по имени и отчеству к лицам низкого социального положения встречается редко и свидетельствует или о высокой степени уважения к нему окружающих или о ситуации, в которой такое обращение диктуется правилами этикета. Подобные обращения к лицу женского пола с низким социальным статусом единичны.

В прозе А.П.Чехова очень широко представлены утраченные в настоящее время патронимические формы обращения в коммуникации молодых людей противоположного пола. Так, в рассказе «Поленька» молодые люди (он – приказчик в магазине, она – дочь содержательницы модной мастерской) обращаются друг к другу по имени и отчеству: Николай Тимофеевич и Пелагея Сергеевна. Вот ещё ряд подобных примеров.

Съедемте вниз, **Надежда Петровна!** – умоляю я. Но Наденька боится (обращение молодого человека к девушке в рассказе «Шуточка»).

Женят нас насильно, **Зоя Андреевна**. Ради имущественных интересов; какая же тут любовь? Мне легче камень осельный на шею, чем вас за себя взять, вот что! (обращение жениха к невесте в рассказе «О том, как я в законный брак вступил»).



**Варвара Петровна!** – начал я после первого поцелуя. – Прежде чем взять с вас слово быть моей женой, считаю священнейшим долгом, во избежание могущих быть недоразумений, сказать вам несколько слов (обращение героя к любимой девушке в рассказе «Пропавшее дело»).

Можно предположить, что обращение друг к другу по имени и отчеству молодых людей разного пола свидетельствует или о недостаточной степени близости, когда они ещё не перешли на обращение по имени, или подчёркивает важность ситуации. Так, в рассказе «Который из трёх» девушка обращается к влюблённому в неё молодому человеку (которого обычно называет по имени) по имени и отчеству в ситуации, когда объявляет ему, что выходит замуж за другого.

*...Дмитрий Иванович! Не пишите мне писем! Я выхожу замуж ... Прощай, Митя!*

Обращение посредством патронимической формы имени (независимо от социального статуса коммуникантов) является также возможным при общении супругов или мужчины и женщины, находящихся в близких отношениях. Вот несколько примеров обращений к мужчине женщин разных сословий.

**Павел Васильич!** – будит Пелагея Ивановна своего мужа. – А, **Павел Васильич!** Ты бы пошёл позанимался со Стёпой, а то он сидит над книгой и плачет («Накануне поста»).

Мать ... не выдержала и сказала: «Ты бы, **Евграф Иванович,** дал ему ещё рублей шесть на сапоги (обращение жены к мужу в рассказе «Тяжёлые люди»).

Давно уж я вас не видала, **Егор Власыч...** - говорит Пелагея, нежно глядя на двигающиеся плечи и лопатки охотника (обращение влюблённой крестьянки к человеку, не отвечающему на её чувство, в рассказе «Егерь»).

Я люблю вас! – просила она. – Не гоните меня, **Кондратий Иванович!** Я не могу жить без вас! (обращение жены к мужу-актёру в рассказе «Трагик»).

Если в первом примере обращение по имени и отчеству можно расценивать как нейтральное (хотя и в нём можно отметить наличие интенции просьбы), то в остальных случаях данная форма обращения является индексом того, что симметричный по форме речевой акт по сути своей является асимметричным, поскольку роль женщины в нём является зависимой.

Подобное явление может наблюдаться и при обращении мужа к жене, например:

**Анна Филипповна!** – сказал он... - Не вели казнить, вели слово вымолвить... Грешен! (обращение коллежского асессора Мигуева к жене в рассказе «Беззаконие»).

Но в рамках анализируемого материала таких примеров немного. Обычно мужчины в подобных ситуациях употребляют другие формы обращений.

Как показал анализ, использование патронимической формы имени при обращении к близкому человеку может быть как нейтральным, так и (что гораздо чаще) указывать на характер эмоций и волеизъявление адресанта.

Таким образом, использование по отношению к персонажу определённой формы обращения в рассказах А.П. Чехова вписывает его в систему социальных координат, указывает на психологические черты личности и эмоциональное состояние в момент речи. По тому, как обращаются к персонажу художественного произведения, можно сделать выводы о месте данного героя в системе образов-персонажей, об отношении его с другими персонажами, а также об авторской оценке данного образа. С другой стороны, форма обращения может идентифицировать и самого адресанта. Следовательно, этот приём играет важную роль в характеристике персонажа и выражении идейного содержания произведения.

Зайцева Т.В. К вопросу о словарном описании собственных имён в поэзии К.Бальмонта / Т.В.Зайцева // Язык русской литературы XX века: Выпуск 2 / Под общ.ред. О.П.Мурашовой, Н.А.Николиной. Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2004. – С.28 – 34.

Карасик В.И. Язык социального статуса / В.И.Карасик. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1992.

Крысин Л.Г. О некоторых понятиях современной социальной лингвистики / Л.Г.Крысин // Язык и общество. Межвузовский научный сборник. Вып. 4. Изд-во Саратов.ун-та, 1977. – С.3 – 19.

Фонякова О.И. Имя собственное в художественном тексте / О.И.Фонякова. – Л., 1990.

## **Художественно-публицистический текст**

Н.В. Аниськина

### **Особенности оценочной лексики в произведениях А. Снявского, посвященных А.С. Пушкину**

Материалом для исследования послужили произведения А. Снявского «Прогулки с Пушкиным» и «Путешествие на Черную речку». В ряде случаев в качестве материала для сопоставления привлекались примеры из книги «В тени Гоголя».

Неординарность А. Снявского выразилась в оригинальном взгляде на русскую литературу и традиционных, хорошо изученных авторов, таких как А.С.Пушкин и Н.В.Гоголь. Оценки, которые он даёт, многим

знаменитым личностям и реалиям нашей жизни, и сегодня вызывают споры. Поэтому представляется интересным обратиться к анализу способов выражения оценки в произведениях этого автора.

Следуя традиционным представлениям о разделении оценочной лексики на слова с мелиоративной и пейоративной оценкой, обратимся прежде всего к описанию слов первой группы.

Казалось бы, мелиоративной лексики, выражающей одобрение, восторг, восхищение, в произведениях, посвященных гению русской литературы должно быть гораздо больше, нежели пейоративной (по крайней мере, именно такое отношение высказывает большинство авторов). Однако количество подобных примеров в произведениях Синявского относительно невелико.

Нередко уважение к Пушкину выражается за счет сопоставления поэта и Петра I. Царствование Пушкина протекало под знаком Петра, который отвечал идеалам и личным свойствам поэта; С Пушкиным не ударишь лицом в грязь, не пропадешь, как швед под Полтавой; Царственным кивком головы снаряжал стихи, как флотилии – слово царствование (царственный) по отношению к Пушкину в этом примере звучит как проявление уважения и даже преклонения перед поэтом, причем все выражение носит безапелляционный характер, словно Синявский и не предполагал, что кто-то может относиться к Пушкину иначе. Эффект усиливается сочетанием «под знаком Петра». Поэт и царь словно меняются местами: Поэт возвеличивается до уровня Царя, а Петр становится неким символом, под знаком которого проходит царствование Пушкина (ср.: под знаком Рыб, под знаком революции).

С таким же восприятием встречаемся мы и в выражении петровско-пушкинский стиль – одобрение высказывается при помощи окказионализма, в котором великий Царь и великий Поэт вновь оказались рядом.

В предложениях Ни с чем не сравнимые реверансы и повороты, быстрота, натиск, прыгучесть, Умение гарцевать, галопировать..., то стягивать, то растягивать стих по требованию автор выражает свою оценку за счет длинного ряда контекстуальных синонимов, образно определяющих пушкинский стих.

Примеры же с пейоративной оценкой в статьях Синявского не только более частотны, но и более выразительны.

– Останутся вертлявость и какая-то всепроникаемость Пушкина, умение испаряться и возникать внезапно, застегиваясь на ходу, принимая на себя роль получателя и раздавателя пинков-экспромтов – в данном случае, говоря о некоторых качествах Пушкина, Синявский использует слова со значением неодобрения. Под пинками-экспромтами, по всей видимости, подразумеваются эпиграммы, которые поэт писал на многих своих современников и объектом которых нередко становился сам.

– Его поэзия на той стадии тонула и растворялась в быту... Вместо трудоемкого высиживания «Россияды» она разменивалась на мелочи и

расходилась по дешевке в дружеском кругу – в альбомы, в остроты–неодобрение выражается через сведение поэзии Пушкина к быту. Говоря о «высоком» (о поэзии) автор употребляет такие разговорные единицы, как разменивалась на мелочи, по дешевке.

– Миссия козла отпущения – негативная оценка в данном примере выражена при помощи фразеологизма козел отпущения, однако благодаря сочетанию фразеологизма с книжным словом миссия (имеющим к тому же мелиоративные оценочные коннотации) экспрессивность этого выражения усиливается, а выражаемая оценка становится амбивалентной.

– всеобщий ходатай и доброхот, всюду сующий нос – и вновь сочетание в одном контексте мелиоративной (ходатай, доброхот) и пейоративной (всюду сующий нос) лексики. Причем слова с мелиоративной оценкой имеют высокую стилистическую окраску (устар.), а выражение с пейоративной оценкой – низкую, разговорную. Благодаря сочетанию разностилевых слов, которые к тому же имеют разные оценочные коннотации, автор выражает неоднозначное отношение к предмету речи.

Отмечая вольничанье со стихами, Синявский так определяет сущность поэтического гения Пушкина: прифрантившийся, насобачившийся хилить в рифму бездельник, наш Чарли Чаплин, современный эрзац-Петрушка, влетевший в литературу на тоненьких эротических ножках, ошалевший автор, который больше других нянькался с дворянством еще и потому, что был Пушкиным милостью Божией – разговорное слово нянькался вносит негативную оценку, что вновь вступает в эмоционально-оценочное противоречие с выражением Пушкин милостью Божией – словно «быть Пушкиным» – это дар (ср.: Учитель милостью Божией).

Синявский неоднократно насмехается над манерой поэта постоянно отходить от фабулы, над его пристрастием к лирическим отступлениям: Здесь минимум трижды справляют бал, и, пользуясь поднятой суматохой, автор теряет нить изложения, плутает, топчется, тянет резину и отсиживается в кустах, на задворках у собственной повести; В «Евгении Онегине» он только и думает, как бы увильнуть от обязанностей рассказчика.

Научая расхлябанности и мгновенному решению темы, он начисто исключал подозрение в серьезных намерениях, в прилежании и постоянстве, – подводит итог Синявский (оборот исключать подозрения обычно требует после себя слова с каким-либо отрицательным значением (например, исключать подозрения во лжи, в пьянстве). В данном же примере автор «обманывает» читательские ожидания и использует слова с положительной окраской: серьезные намерения, прилежание, постоянство).

Иронизируя над поэтом, Синявский нередко играет со словами «большой»/ «маленький», напоминая, что самый великий (большой) поэт России, во-первых, тоже был ребенком (маленьким) и играл в «войну», а во-вторых, был мал ростом, о чем спустя 200 лет после его рождения многие читатели уже забыли: Маленький Пушкин с большим-большим

пистолетом; Поболтали бы о Гриневе, огороженном Белогорской стеной, будто маленький Пушкин стульями; небольшой поэт, который вбежал в большую поэзию.

Нередко, говоря о творчестве Пушкина, Синявский позволяет себе высказывания, которые можно расценивать как выражение не только насмешки, но и пренебрежения: Пустота – содержимое Пушкина; Пушкин был достаточно пуст, чтобы видеть вещи, как есть.

– Попробуйте, суньтесь к Поэту:– Александр Сергеевич, здравствуйте!– не отзовется, не поймет, что о нем речь – о нем, об этом пугале, что никого не видит, не слышит, с каменной лирой в руках.

В данном случае отрицательная оценка выражается в ругательном слове «пугало» (в его переносном значении). Синявский обращает наше внимание на рассеянность Пушкина (никого не видит, не слышит, не обращает внимания на окружающих). Заслуживает внимания и выражение с каменной лирой в руках. Во-первых, несмотря на то, что лира – это неотъемлемый атрибут поэта, реальный Пушкин не ходил с ней по улицам, а может быть, даже и не держал ее в руках, поскольку лира – это всего лишь символ. Во-вторых, Синявский пишет о каменной лире, которую, безусловно, тяжело нести (ср.: нести свой крест).

– Молчит идол, только глазами хлопает; ничтожен в человеческом отношении – безапелляционность этих утверждений вполне сопоставима с примерами, выражающими восхищение.

– Повешенный пращур ему не менее прибылен, чем пращур, приложивший руку к царствующей династии – употребление слова прибылен, которое выбивается по стилистической окраске из данного контекста, вносит в него оценочное значение. Возможно, Синявский намекает на безнравственность славы поэта, причиной которой послужили в том числе и печальные исторические события.

– Смертельная скука, которой несет от вашего Пушкина – резкая отрицательная оценка, содержащаяся в сочетании «смертельная скука» усиливается в результате использования грубого разговорного слова несет. Кроме того, притяжательное местоимение «вашего» выражает особую негативную окраску. С помощью данного местоимения автор как бы отстраняется от остальных, возвышается над всеми.

Преобладание в работах Синявского пейоративной лексики, на наш взгляд, связано с тем, что, во-первых, в составе самого русского языка слов с негативной оценкой больше, нежели слов с оценкой положительной, а во-вторых, использование лексики, имеющей оттенки неодобрения, пренебрежения, насмешки, омерзения, является характерной чертой авторского стиля: с их помощью Синявский пытается выразить свое отношение к Пушкину. Однако преобладание пейоративной лексики не свидетельствует о том, что это отношение негативно. В данном случае мы встречаемся с явлением энантиосемии. Использование пейоративной лексики по отношению к великому поэту обусловлено, на наш взгляд, стремлением Синявского разрушить традиционные представления о поэте

и его поэзии. Торжественная пафосность большинства работ, посвященных Пушкину, на современного читателя навеивает скуку. Скандальный же стиль работ Синявского вызывает у читателя желание прочесть их до конца.

Использование сниженной лексики для характеристики Пушкина отчасти спровоцировано самим поэтом, который якобы, закончив очередное произведение, воскликнул: «Ай да Пушкин! Ай да сукин сын!» Для того чтобы выразить восхищение собственным гением, поэт использует бранное выражение. По этому же принципу написаны и работы Синявского: «ругая» поэта, автор передает свой восторг.

Таким образом, мы можем говорить, что для стиля Синявского характерно использование адгерентных оценок, т.е. не закрепленных в языке, а возникающих в определенном контексте. Статьи Синявского насыщены словами-образами. Тропы являются одним из способов выражения оценки. Кроме того, они позволяют сделать оценку более яркой и интересной. Стоит отметить, что эпитеты, метафоры, сравнения Синявского (особенно характеризующие Пушкина) наполнены литературными, историческими, биографическими аллюзиями, без которых смысл слов-образов был бы понятен читателю не до конца.

М.А.Грищенко

### **Литературные портреты писателей прошлого и идеологическая борьба (Луи Арагон и его литературные портреты)**

Французский писатель Луи Арагон (1897-1982) – весьма значимая и приметная личность в истории литературы XX века. Автор крупных романов, таких как «Базельские колокола» (1934), «Богатые кварталы» (1936), «Коммунисты» (1949-1951), «Страстная неделя» (1958) и других, он привлекает внимание исследователей не только своими литературными творениями, но еще и неординарной эволюцией взглядов, кардинальной сменой убеждений и методов. Один из основоположников и ярких деятелей французского дадаизма и сюрреализма, он позже стал одним из приверженцев социалистического реализма. За эту «экстраординарную трансформацию» французский критик Виктор Крастр назвал Луи Арагона «одним из наиболее восхитительных актеров эпохи» (Crastre). А Филипп Оливера заметил, что Арагон «коллекционирует парадоксы» (Olivera).

Для французов - современников Арагона - его идеологическая позиция стала поводом для общественных дебатов, которые были особенно актуальны в пятидесятые годы двадцатого века. Отражение взглядов писателя в крупных романах изучалось и подвергалось критике. Литературоведение советского периода, как известно, высоко оценивало

общественную позицию Арагона и особенно его просоветские симпатии. Произведения, созданные в духе эстетики социалистического реализма (например, роман «Коммунисты»), трактовались как вершина его творческой деятельности.

Крупнейшие произведения писателя достаточно подробно исследованы и во Франции, и у нас. Меньшего внимания удостоилась его публицистическая и литературно-критическая деятельность. Принимая активное участие в общественной жизни эпохи, Арагон часто выступал в печати с оценкой писателей прошлого, явившись тем самым одним из продолжателей чисто «французского жанра» литературного портрета. Его перу принадлежат «Актуальность Эмиля Золя» (1946), «Читали ли вы Виктора Гюго?» (1952), «Гюго – поэт-реалист» (1952), «Свет Стендаля» (1954), «Ромен Роллан и современность» (1949). Это жанр, конечно, не занимает центрального места в творчестве Арагона, да и обратился к нему писатель довольно поздно – в 50-е годы двадцатого века. Однако его внимание к этому жанру было закономерным и весьма значимым.

Убедительное объяснение того, почему Луи Арагон обратился к этому жанру, дал Филипп Оливера в книге «Le jeu d'Aragon». По его мнению, во время второй мировой войны происходит сближение Арагона с национальной традицией, с «французским духом», когда писатель обращается к «революционной мифологии XIX века», ярким выражением которой он считал Виктора Гюго (Olivera). Чуть позже Арагон вспомнит о своем «учителе романа» - Стендале. Обращение к классикам национальной литературы стало для него откликом на общественные события своего времени.

В пятидесятые годы Луи Арагон был приверженцем идей коммунизма, социализма, партийности, испытывал симпатии к СССР. Эти идеологические позиции диктовали ему оценку изображаемых явлений и во многом определили своеобразие его литературных портретов, которые приняли у Арагона свои, индивидуальные черты.

Один из жанрообразующих признаков литературного портрета – монофигурность. В центре внимания автора один герой, точнее – «гений», ум писателя. Других героев нет и быть не может, ведь цель этого жанра – дать целостный образ великого человека. Но у Луи Арагона монофигурность как таковая исчезает: наравне с изображаемой крупной личностью встает и другой герой – общество, социальная среда. Разрушение монофигурности связано с тем, что меняется сама авторская установка: Арагон использует жанр литературного портрета и авторитет классика литературы для того, чтобы поговорить об актуальных проблемах современного общества.

В литературном портрете «Актуальность Эмиля Золя» Луи Арагон характеризует жизнь современной Франции довольно жесткими и резкими словами: «неслыханное разорение», «вертоград», «бури» (Арагон 1957а, с.41 – 42). И дело не только в том, что накануне страна пережила вторую мировую войну, ведь все-таки это была внешняя угроза, и французы

справились с ней. Гораздо более опасной Арагон считает другую угрозу – внутреннюю: «...чудовищный заговор глупости и ненависти, окружавший Эмиля Золя при жизни, до сих пор не обезврежен. ...Существует в нашей стране каста бесноватых, которые с пеной у рта сотрясают воздух громкими словами, представляющими собой не что иное, как общие места, но претендующими на необычайную значимость;...эта каста вполне себя обнаружила, когда захватчики вторглись на нашу землю; все так же злоупотребляя громкими словами о чести, традициях и родине, ее представители сделали гнусными пособниками чужеземных грабителей и палачей» (Там же, с.42).

Логика автора проста: Эмиль Золя – писатель, выражавший интересы народа, поэтому его литературное наследие, с точки зрения Арагона, имеет очевидное политическое и социальное значение («Думать, что можно разобраться в наследии Золя в отрыве от политики, значит питать ложные иллюзии»). Выступать против Золя – значит выступать против народа: «только в интересах вышеозначенной касты, но никак не в интересах Франции, предают забвению обстоятельства жизни и деятельности Золя» (Там же, с.43).

Той же логики Луи Арагон придерживается в портрете «Гюго – поэт-реалист»: «Выступая против драмы Гюго, против драмы, неразрывно связанной с действительностью, метят в позицию Гюго. Борьба за Виктора Гюго – это часть борьбы за реализм, а борьба за реализм – часть борьбы за подлинную демократию и за мир. Такова истина» (Арагон 1957б, с.38).

Для Арагона общество оказывается поделенным на две враждебные друг другу части. Первая – «каста бесноватых», «мракобесы», враги народа, демократического развития страны и всего национального. В мирное время эти люди всеми силами стараются уничтожить наследие великих национальных писателей (Гюго, Золя, Стендаля) и предлагают народу «смесь из американских публикаций типа «дайджестов», целые груды писанины специалистов по моральному растлению, любую антисоветскую ложь и любое восхваление грязи» (Там же, с.8). Во время войны они готовы при первой же возможности предать свою страну и свой народ, и это Арагон считает вполне закономерным: они проявили свою предательскую натуру уже тогда, когда хулили Гюго и Золя.

Другая часть общества – это те, кто защищает идеалы, воспетые великими писателями. Это честные люди, которые во времена Гюго вышли на республиканские баррикады, в деле Дрейфуса стали на ту же сторону, что и Золя, во время мировой войны боролись с захватчиками и вложили в руки молодежи томик стихов Гюго.

Историческую ценность художника составляет в первую очередь его политическая позиция. О таком социальном признаке, как классовая принадлежность или богатство, в данном случае речь не идет. Например, Гюго по своему происхождению и социальному положению, казалось бы, должен был быть врагом народа, но стал его поэтом. Причину Арагон видит в одном: Виктор Гюго был честным и благородным человеком,



главным в нем были «любовь к несчастным, его поэтическое кредо» (Там же, с.17), неутомимость в борьбе за правое дело.

По мысли Луи Арагона, общество всегда находится в состоянии конфликта: так было во времена Гюго, Золя, не исчерпаны эти противоречия и до сих пор. Ни один честный человек не может остаться в стороне от этой борьбы: оставаясь безучастным, человек переходит в «касту бесноватых». Тут автор бескомпромиссен и придерживается принципа: «кто не с нами, тот против нас».

Продолжая знаменитый тезис о классовой борьбе, Арагон, как уже говорилось раньше, делит все человечество на две группы: тех, кто защищает интересы народа, и тех, кто выступает против них. Его гораздо больше интересует идеологическая борьба, чем экономическая или социальная. Творчество великих писателей – мощное оружие в этой борьбе. Враги народа «... прекрасно понимают, кому единственно может служить отныне эта поэзия правды, этот «самшитовый волчок» в кармане ребенка, этот «ореховый шкаф» - вместе с ними нам открывается история» (Там же, с.38).

В целом, можно сказать, что, обращаясь к деятелям культуры прошлого, Луи Арагон не столько стремится представить читателю их подлинный, исторически обусловленный облик, сколько использует их фигуры в целях утверждения собственной политической позиции. Жанр литературного портрета пришелся ему весьма кстати. Под его пером он приобрел практическое, почти утилитарное назначение.

Арагон Л. Актуальность Эмиля Золя // Л. Арагон. Литература и искусство. Избранные статьи и речи. – М.: Художественная литература, 1957. – С. 41-55.

Арагон Л. Гюго – поэт-реалист // Л. Арагон. Литература и искусство. Избранные статьи и речи. – М.: Художественная литература, 1957. – С. 5-41.

Трыков В.П. Французский литературный портрет XIX века. – М.: «Флинта», «Наука», 1999. – 359 с.

Crastre V. Le Drame du surrealisme. // biosic.univ - paris.1.fr/maitron/Dico/varia.htm.

Olivera P. Le jeu D'Aragon. // www.adpf.asso.fr/adpf-publi/folio/aragon/biblio.htm/.

## **Художественный дискурс в сопоставительном аспекте**

Т.В.Дробышева

### **Прагматический уровень эквивалентности перевода художественного текста: эмоционально-оценочный и экспрессивный компоненты**

Когда предметом изучения является художественный дискурс, который повествует об определенных событиях и воздействует на эмоциональную сферу человеческого сознания, то в фокусе внимания исследователей оказывается именно функция эмоционального, эстетического воздействия текста.

Сопоставляя перевод художественного текста с его оригиналом, необходимо исходить из семиотической природы языковых знаков и типов взаимоотношений, в которые данные знаки вступают друг с другом, окружающей действительностью и коммуникантами. В этой связи многоуровневая модель переводческой эквивалентности Г. Егера (1978), которая обращается к коммуникативной значимости текста, то есть способности вызвать определенный коммуникативный эффект, отражает доминирующую роль прагматического уровня текста при выборе переводчиком тех или иных языковых средств. Согласно этой модели, семантический уровень подчиняется себе синтаксический, и оба они подчинены прагматическому уровню (Гарбовский 2004, с.295). Таким образом, модель переводческой эквивалентности, отражающая иерархию отношений языковых знаков, выстраивается в следующих четырех уровнях:

1. прагматический (для чего говорить);
2. семантический 1 (денотативный) (о чем сказать);
3. семантический 2 (сигнификативный) (как сказать);
4. синтаксический (как расположить элементы высказывания относительно друг друга).

Поэтому при рассмотрении художественного дискурса в прагматическом аспекте особенно важна деятельность отправителя текста по выбору средств для реализации стратегии, направленной на поведение (реакцию) получателей текста.

Если исходить из сущности художественного текста и категорий коммуникации в целом, то центральными понятиями данного анализа предстают эмотивность, оценочность, экспрессивность и образность языковых средств, которые в свою очередь являются компонентами, раскрывающими авторское начало в художественных произведениях.

Эмотивность традиционно изучается в связи с такими категориями, как оценочность, экспрессивность, образность, причем соотношение её с оценкой является особенно тесным; что же касается характера их связи, то он понимается по-разному. Согласно первой точке зрения, «оценочность» и «эмоциональность» - нерасторжимое единство. Так, например, считает Н. А. Лукьянова: «Оценочность, представленная как соотношенность слова с оценкой, и эмоциональность, связанная с эмоциями, чувствами, не составляют двух разных компонентов значения, они едины» (Лукьянова 1991, с.5). Этому же мнению придерживается и В. И. Шаховский (Шаховский 1975).

Е. М. Вольф (Вольф 1979), наоборот, разводит компоненты «эмоциональность» и «оценочность», рассматривая их как часть и целое.

Ещё одна позиция: «оценочность» и «эмотивность» - компоненты хоть и предполагающие друг друга, но различные. Различие этих компонентов подтверждает тот факт, что отдельным подклассам эмоциональных явлений функция оценки свойственна не в одинаковой степени. По мнению сторонников этой позиции, оценочность не в равной степени характерна для эмоциональной лексики. Так, долгое время лексика, называющая эмоций типа «любовь», «грусть», по параметру оценки не рассматривалась, но в последние годы исследуется характер оценочности и подобных слов.

Приведем пример связи эмоциональности и оценочности из двух вариантов перевода романа Ф.С. Фицджеральда «Великий Гэтсби», выполненных Е. Калашниковой (А) и Н. Лавровым (Б). Еще на первых страницах произведения Фицджеральд упоминает о таких чертах характера главного героя Гэтсби, как о сочувствии, понимании (*responsiveness*), противопоставляя их впечатлительности (*impressionability*). Ср: *This responsiveness had nothing to do with that flabby impressionability which is dignified under the name of the 'creative temperament'*.

Раскрытие образа героя здесь осуществляется за счет противопоставления коннотативной эмоционально-оценочной семантики фраз *responsiveness* (отзывчивость) – *flabby impressionability* (мягкотелая впечатлительность), *'creative temperament'* (артистический темперамент). Существительное *responsiveness* само по себе содержит коннотативную эмоционально-оценочную семантику одобрения, тогда как *impressionability* получает оценочный компонент только в сочетании с авторским метафорическим эпитетом *flabby* ('мягкотелый, вялый, ленивый, слабый'), приобретая иронично-негативный оттенок и экспрессивную семантику, которая еще больше усиливается за счет сравнения героя с 'артистической натурой' *'creative temperament'*.

Кроме этого, отметим, что автор маркирует свое негативно-ироничное отношение к артистической натуре посредством графического знака (кавычек), часто используемого в английском языке для фокусирования внимания читателя именно на переносном значении слова - то есть в данной ситуации автор приравнивает мягкотелую впечатлительность к

артистической натуре и противопоставляет их одному из главных качеств Гэтсби – отзывчивости.

У автора перевода **А** это качество героя актуализируется за счет номинативного словосочетания - *способность к мгновенному отклику*, которое эксплицирует те же семы (восприимчивость к переживаниям других людей, коннотативную положительную эмоциональную оценку), что и в оригинальном тексте, тогда как перевод **Б** выводит на первый план другой набор сем (поведение, соответствующее внешним факторам, плюс коннотативная положительная оценка) посредством фразы *моментальная адекватная реакция*, и реализует, таким образом, прием дифференциации значения. Однако из-за того, что лексемы *адекватная* и *реакция* часто выступают терминами и употребляются в сфере интеллектуального, а не эмоционального общения, эмотивность в данном случае отсутствует.

Образ персонажа раскрывается в переводах **А** и **Б** за счет метафорических эпитетов: *дряблая впечатлительность* и *слезливая впечатлительность*. В них, несмотря на разное предметно-логическое значение, сохраняется иронично-негативный оттенок оригинала. Ср.: *дряблый* – ‘лишенный, энергии, способности к действию’, *слезливый* – ‘чрезмерно чувствительный, сентиментальный’, и в сочетании с лексемой *впечатлительность* в них актуализируется оценочно-эмоциональная семантика нерешительности, нетвердости характера. Авторы переводов **А** и **Б** также передают иронично-негативную оценку, заложенную в оригинале, при помощи сравнения с *артистическим темпераментом* и «*артистическим складом темперамента*» соответственно. Однако в тексте **А** отсутствуют кавычки, являющиеся графическим маркером субъективного отношения автора к этому слову и употребления его в переносном значении.

Благодаря фундаментальным исследованиям Е.М. Вольф, Е.С. Кубряковой, В.Н. Телия, мы имеем сегодня достаточно полное представление о системе оценочных значений, в том числе и о структуре оценки эмотивной лексики.

Что касается дифференциации понятий «эмоциональность» и «экспрессивность», то английские лексикографы (например, A.S.Hornby 1966; R.Fowler 1967) не разграничивают их. Многие считают, что экспрессивность всегда достигается за счет эмоциональности (О.С.Ахманова, В.Г.Гак, В.А.Звегинцев и др.). Однако такое расширенное понимание опровергается конкретным материалом. Между тем эти две категории находятся в отношении пересечения: общую часть их содержания составляет широкий спектр эмоциональной экспрессивности, а непересекающимися сферами являются компоненты денотативного содержания, связанные с передачей эмоций, с одной стороны, и с другой стороны - с неэмоциональной, «логической» экспрессивностью.

Экспрессивность (букв. «выразительность», от лат. *expressio* «выражение») – свойство определенной совокупности языковых единиц, обеспечивающее их способность передавать субъективное отношение

говорящего к содержанию или адресату речи. При этом в создании экспрессивности текста ведущую роль играют не столько заложенный в системе экспрессивный потенциал языковой единицы соответствующего уровня, сколько характеристики коммуникативной ситуации, прежде всего контекст. Как будет проиллюстрировано ниже, экспрессивность также связана с акцентностью и интенсификацией, оценочностью, персуазивностью (способностью выражения оказывать воздействие на читателя/слушателя), с образностью и изобразительностью.

Обратимся снова к примеру из романа «Великий Гэтсби» и его переводов на русский язык. Для создания экспрессивности образа Гэтсби Фицджеральд сравнивает его с персонажем в чалме *a turbaned 'character'*, используя это атрибутивное словосочетание как средство изобразительности, автор эксплицирует ироничность, нелепость, некоторую сказочную неправдоподобность главного героя и неявно (имплицитно) передает негативную оценку. Данное сравнение в переводе А передается фразой *тряпичная кукла в тюрбане*, где переводчик суживает понятие 'персонаж' ('character') и вводит более экспрессивное и уничижительное *тряпичная кукла*.

Автор перевода Б позволяет себе еще больше отступить от формы оригинала и усилить ироничность и экспрессию высказывания за счет приема конкретизации семантики. Он интерпретирует лексему 'персонаж' ('character') как *сказочный персонаж из книжки для детей младшего возраста: соломенное пугало* (соломенное пугало обусловлено дальнейшим контекстом произведения). Деепричастный оборот в подлиннике *leaking sawdust at every pore* ('истекая' соломой с головы до ног) расширяет образность атрибутивного словосочетания *a turbaned 'character'* за счет использования метафоры, основанной на сравнении выпадения опилок с течью воды. Посредством изображения некоего персонажа, из которого сыплются опилки, Фицджеральд обращается ко всем известному произведению Л. Фрэнка Баума «Волшебная страна Оз».

В переводе А метафора утрачивается, и автор использует изоморфный деепричастный оборот *усеивая землю опилками, сыплющимися из прорех*, пытаясь за счет употребления разговорного существительного *прореха* усилить экспрессивность этого оборота. Переводчик Б также прибегает к разговорной лексеме *прореха*, однако для создания большей наглядности образа он вводит дополнительную информацию, отсутствующую в оригинале. Ср.: *опилки, сыплющиеся из прорех его кафтана, на дорогу, вымощенную желтым кирпичом*.

В этом случае для усиления впечатления о герое как о загадочном персонаже переводчик Б вводит в свой перевод клише или так называемое "a stock word", свойственное английскому языку и являющееся еще одной аллюзией к произведению Л. Фрэнка Баума о волшебной стране Оз, где дорога из желтого кирпича – это дорога в Изумрудный город, дорога, которая ведет к волшебной жизни в мире фантазий и беззаботности. Данный элемент образа отсутствует у автора подлинника и является

дополнительной информацией, которая, хоть и не противоречит содержанию оригинального текста, но является «отпечатком» личности переводчика и его субъективного отношения к герою.

Таким образом, при анализе эквивалентности перевода по отношению к оригиналу художественного текста необходимо прежде всего учитывать различия их прагматического потенциала и, в частности, их эмоционально-оценочного и экспрессивного компонентов, так как именно в них заложены глубинные смыслы, отличающие художественное произведение от текстов других жанров.

- 
- - Вольф Е. М. Варьирование в оценочных структурах // Семантическое и оформленное варьирование. М., 1979.
  - Гак В.Г. Эмоции и оценки в структуре высказывания // Вестник Московского университета. Серия 9, Филология. – М., 1997 - № 3 – С. 87 – 93.
  - Гарбовский Н.К. Теория перевода: Учебник. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.
  - Лукьянова Н. А. Экспрессивность как семантическая категория // Языковые категории в лексикологии и синтаксисе. Новосибирск, 1991. - С. 3–23.

Шаховский В.И. Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантических категорий лингвостилистики // Проблемы семасиологии и лингвостилистики. Вып. 2. Рязань: Изд-во Рязанского педагогического института, 1975.-С.49-58.

Т.В.Дробышева

### **Проблема авторства переводного художественного текста**

Во многих исследованиях перевод текста (в том числе художественного) рассматривается с точки зрения адекватности/неадекватности, правдивости/ложности (Чарычанская 2004, Власенко 1993, Кирсанов 1976). Авторы указывают на то, что необходимым условием адекватности перевода является равенство качества (Q) и количества (N) возможных интерпретаций оригинала (ио) и перевода (ип). Общепринятым считается, что интерпретация переводчика является «ложной», если он «эксплицирует информацию, не существенную для понимания текста, или вводит информацию, отсутствующую в оригинале (т.е.  $Q_{ио} \neq Q_{ип}$ ); сужает поле интерпретации ( $N_{ио} < N_{ип}$ ) или, напротив, расширяет его ( $N_{ио} > N_{ип}$ )» [7, 64]. И тогда перевод представляет собой «искаженное псевдоподобие оригинала, а переводчик предлагает читателю перевода не произведение переводимого автора, а собственное произведение, в котором он выдает

свои мысли за мысли автора» (там же). Кроме того, различные пропуски и добавления считаются грубейшей ошибкой при переводе. И все вышеизложенное, бесспорно, является истиной. Тем более, что считаются чрезвычайно важными максимальная близость перевода к оригиналу, воспроизведение всех его особенностей. Хотя были времена, когда русская переводческая школа восставала против «буквализма», который якобы мог свидетельствовать о беспомощности переводчика. По свидетельству Т. Баскаковой, «в любом издательстве тебе скажут, что перевод должен прежде всего хорошо звучать по-русски, то есть соответствовать стилистике русской литературной речи, и что иностранного автора в случае, если такое соответствие непостижимо, можно – и нужно – «подправить» [2, 283].

Как мы знаем из истории и практики перевода, субъективная оценка переводного текста при сопоставительном анализе его с текстом оригинала или несколькими переводными текстами одного и того же исходного произведения, сделанными в разное время, происходит с позиций определенной объективной действительности, т.е. конкретной исторической эпохи, выдвигающей свои критерии к переводу и результату переводческой деятельности. В современном понимании перевод – это не «система трансформаций и замен разноуровневых единиц одного языка единицами языка перевода» [3, 121]. «В задачу переводчика входит в первую очередь не только по возможности точно воспроизвести все «кирпичики смысла», но и сохранить коммуникативно значимое смысловое ядро текста» [4, 112]. Кроме того, в задачу переводчика входит не только соблюсти адекватность тексту оригинала, но и сделать его соответствующим восприятию российских читателей. Становится понятным, почему абсолютное соответствие в переводе, выраженное в наличии полных семантических соответствий между лексическими единицами разных языков встречается относительно редко [6]. Практически категория соответствия проявляется в переводе в виде оппозиции: буквальный перевод – вольный перевод.

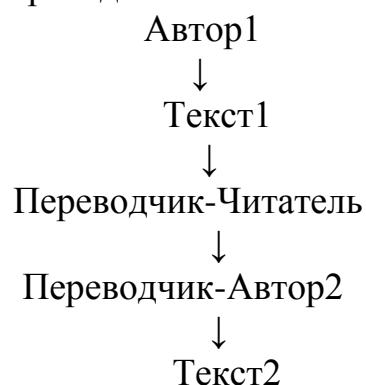
К буквальному переводу мы относим, вслед за О.Г. Артемовой, «попытки воспроизвести в переводном тексте формальные, семантические и структурные компоненты текста оригинала. Вольным переводом можно назвать установление соответствия между текстами на уровне фрагментов, передающих ключевую информацию, независимо от формальных и семантических компонентов оригинала, что диктуется поиском вариантов, отвечающих нормам языка перевода» [1, 96]. При искреннем желании «буквально» передать иноязычный художественный текст нельзя сбрасывать со счетов возможность множественных толкований, собственных интерпретаций и субъективных переживаний переводчика.

Сегодня допускается множественность интерпретаций художественного текста в связи с его характерными особенностями, т.е. в связи с многослойностью содержательной структуры (Гальперин), также в связи с индивидуальными характеристиками читателя (возраст, пол, образование,

характер, фоновые знания, ситуация ознакомления с текстом и т.д.) (Колодина 2002, Ольшанский 2002, Гуренко 1982, Богин 1982).

Г.Г. Матвеева (2000) справедливо считает, что процесс речевой деятельности переводчика текста принципиально не отличается от речевой деятельности автора исходного текста. Также он и не отличается от аналогичной речевой деятельности любого отправителя текста всякого речевого произведения: в любом случае речевая деятельность осуществляется с целью наиболее точного отражения смысла коммуникации и решения интенциональных задач коммуникантов. Разница лишь в том, что переводчик не фантазирует полностью, он связан исходным текстом, но не настолько, чтобы не дать воли своему воображению при его восприятии. Таким образом, оба, писатель и переводчик, являются авторами исходного и переводного текста соответственно.

Переводной текст свидетельствует о степени понимания оригинала переводчиком как читателем и об усилиях переводчика уже как автора, для достижения воздействующего эффекта и адекватного понимания текста своими потенциальными читателями. Схематически можно представить ситуацию перевода письменного текста следующим образом:



Две разные задачи решает переводчик, выступая в двух разных ролях, а средства реализации этих задач одни и те же - переводной язык. Поэтому текст перевода может рассматриваться как специфическое письменное свидетельство обратной связи в условиях письменной коммуникации: переводчик выступает в роли получателя исходного текста, и его реакция на содержание оригинала отражается в тексте его перевода. В качестве иллюстрации вышесказанного приведем два варианта перевода на русский язык отрывка из романа Ф.С. Фицджеральда «Великий Гэтсби», где описывается внешний облик и манеры главного персонажа.

Ср.: Precisely at that point it vanished – and I was looking at an elegant young rough-neck, a year or two over thirty, whose elaborate formality of speech just missed being absurd.

А: Но тут улыбка исчезла – и передо мною был просто расфранченный хлыщ, лет тридцати с небольшим, отличающийся почти смехотворным пристрастием к изысканным оборота речи.



Б: Вдруг улыбка исчезла с его лица – и передо мной предстал элегантный молодой человек, прожигатель жизни и плейбой, слегка за тридцать, с показавшейся мне несколько неуместной склонностью к сложным лексическим периодам и по-светски изысканным оборотам речи.

Предметно-логическое значение фразеосочетания *a rough-neck*, употребляемого в американской культуре следующее: ‘someone who usually behaves in a rough, rude, or angry way’, другими словами, хулиган, грубиян, задира. Однако препозиционные атрибуты *elegant young* ‘элегантный и молодой’ вносят некоторый диссонанс в этот образ, привнося за собой коннотативную положительную оценку, и у читателя создается двойственное впечатление о красивом, элегантно одетом молодом человеке, который ведет себя грубо, неучтиво. Этот диссонанс происходит из-за того, что само выражение *a rough-neck* обладает довольно сильным экспрессивно-оценочным значением с доминирующей негативной семантикой.

У автора перевода А Гэтсби предстает как *просто расфранченный хлыщ*, что означает ‘очень модно, нарядно одетый, франтоватый, развязный и пустой человек; фат, прохвост’. Двойственности восприятия в данном случае не возникает, так как и разговорное *расфранченный*, и разговорное *хлыщ*, обладают ярко выраженным экспрессивно-оценочным негативным значением. Усиливает эти качества в данном случае частица *просто*, выступая интенсификатором, передающим дополнительное негативное значение. В переводе же Б автор прибегает к атрибутивному словосочетанию *элегантный молодой человек, прожигатель жизни и плейбой*, то есть Гэтсби в его описании – это ‘изысканно-изысканный’ молодой человек, что привносит в облик героя положительную коннотативную оценку. *Прожигатель жизни* является фразеологизмом, его денотативное значение – это ‘человек, растрачивающий свои силы, здоровье, деньги на удовольствия, развлечения’, с присутствующей негативной оценочной семантикой. Автор также усиливает экспрессивность образа посредством лексемы *плейбой*, используя прием транслитерации от английского слова *playboy*, с намерением интенсификации семантики праздности героя, живущего только в свое удовольствие. В данном случае акцент сдвигается не в сторону двойственности ‘красота – развязность’, а в сторону ‘красота – праздность’.

Процесс понимания содержания текста у переводчика во многом отличается от подобного процесса у любого другого читателя. Во-первых, при наличии филологической культуры у реципиента (в нашем случае - переводчика) принципиально не может возникнуть герменевтической ситуации совершенно неадекватного понимания художественного текста (в отличие от рядового читателя). Речь может идти только о сознательном выборе грани познаваемого многогранного объекта (даже самый короткий текст – многогранен по своей природе), проявляющемся в расстановке смысловых акцентов при восприятии художественного текста. Во-вторых,

потому что переводчик психологически всегда настроен на перекодирование: он всегда должен прийти к определенному решению по поводу выбора лингвистических средств оформления текста перевода. Он всегда должен уметь компенсировать неточность найденных соответствий выбором других речевых способов оформления смысла с опорой на достижение прагматического перлокутивного эффекта, который заключается в воздействии на потенциального читателя.

В качестве примера снова обратимся к переводу романа «Великий Гэтсби», выполненному Е.Калашниковой. Манера одеваться главного героя – Гэтсби высмеивается автором оригинального текста посредством экспрессивного эпитета *a rag of suit*, свойственного разговорной речи, в конструкции, присущей только английскому языку; Фицджеральд таким способом эксплицирует свое пренебрежительно-ироничное отношение. Ср.: *a rag* – ‘a piece of old cloth which you can use, for example, to clean or wipe things’; то есть ‘кусочек старой ткани, который можно использовать, например, для уборки’.

Впечатление нелепости костюма усиливается определениями *gorgeous* (‘великолепный, пышный’) и *pink* (‘розовый’). Автор А в этой ситуации еще более эксплицитно выражает иронично-пренебрежительную оценку, стараясь скомпенсировать эффект от утраченного метафорического эпитета, используя выражение *дурацкое фатовское тряпье*. Прилагательное *дурацкий* уже своим денотативным значением передает яркую экспрессивно-оценочную семантику и предполагает ‘глупый, смешной, нелепый,’ а в лексическом значении прилагательного *фатовской* – ‘свойственный фату, то есть франту, щеголю, пустому человеку’ присутствует негативно-ироничная коннотативная сема.

Таким образом, в переводе, несмотря на различное лексическое и структурное оформление и некоторые семантические сдвиги, прагматический эффект оригинала сохраняется.

Подводя итог, необходимо отметить, что при интерпретации сам исходный текст или текст оригинала не преобразуется в том смысле, что он не изменяется сам по себе. Этот текст, конечно, сам остается неизменным, но наряду с ним и на основе его создается другой текст на ином языке, который мы называем вторичным или переводным текстом. Он может быть хорошим или плохим, но никогда буквальным, тем более, когда осуществляется художественный перевод. Кстати, до сих пор не решена проблема критериев оценки качества переводных текстов. Они считаются все еще чрезвычайно субъективными, потому спорными. Такая оценка остается, видимо, прерогативой самих читателей.

---

Артемова О.Г. Семантическая корреляция образов персонажей, окружающего мира и времени как концептуально значимый аспект

художественного текста (на материале текстов Р. Брэдли и их переводов на русский язык). – Дисс.... канд. филол. наук. – Воронеж, 1999.

Баскакова Т. «Стекла, посвящающие свою стеклянность...» переводчики как читатели и посредники //Новое литературное обозрение. М., 2004. - №70. – С. 282-298

Галеева Н.Л. Реализация взаимодействия формальной и семантической стороны разноуровневых единиц текста в условиях работы переводчика // Проблемы психолингвистики: слово и текст. Тверь, 1993. -С. 121-122.

Масленникова Е.М. Смысловые преобразования текста при переводе: на материале переводов сонетов В. Шекспира на русский язык //Англистика. Anglistica. Тверь: ТГУ, 1999. С. 100-110.

Матвеева Г.Г. Метод перевода для анализа речевого поведения автора исходного текста и переводчика. // Проблемы регионального управления, экономики, права и инновационных процессов в образовании / Материалы первой международной научно-практической конференции. - Таганрог: ТИУиЭ, 2000. - С. 167-175. - <http://rspu.edu.ru/projects/deutch/note36.html>

Миньяр-Белоручев Р.К. Общая теория перевода и устный перевод. – М.: Воениздат, 1980.

Чарычанская И.В. К вопросу о переводческой интерпретации// Язык, коммуникация и социальная среда. Вы п.3, -Воронеж, 2004. – С.63-71

М.Ю.Зырянова

### **К вопросу об адекватности поэтического перевода (на примере переводов стихов А.А.Фета на немецкий язык)**

В основе данного исследования лежит теория типов речевого мышления И.Я.Чернухиной. Анализ стихотворений поэта 19-го века А.А.Фета показал, что наиболее продуктивным типом речевого мышления в его лирике является отражение. Отражательную деятельность сознания мотивируют такие органы чувств, как зрение, слух, обоняние, осязание и вкус. Учитывая ведущую роль отражения зрительных образов в лирике А.А.Фета, мы избрали для сопоставительного анализа картины светового состояния атмосферы, так как поэт обращается к ним очень часто.

Отражая воспринимаемый мир, любой художник слова находит языковые средства, которые позволяют читателю зримо, ярко воссоздать в своем воображении те картины, которые видел и прочувствовал автор. Тем, насколько удачно поэт находит такие средства, определяется уровень его мастерства.

Исследование проводилось на материале стихотворений А.А.Фета и их переводов на немецкий язык, сделанных Уве Грюнингом.

1. Точность и яркость зрительного отражения светового состояния атмосферы в поэзии А.А.Фета позволяет не только русскому читателю, но и

немцу-переводчику Уве Грюнингу так адекватно «увидеть» образы А.А.Фета, что в проанализированных переводах в подавляющем большинстве случаев даются прямые эквиваленты. Например:

Серебро и  
колыханье  
Сонного ручья.  
Свет ночной, ночные  
тени,  
Тени без конца...

Silberhelles, mtides  
Schwanken Eines Bachs  
am Hag.  
Licht und Schatten,  
nachtumschlungen,  
Schatten und sonst nichts...

Световое состояние атмосферы передаётся в оригинале и в переводе через такие признаки, как серебро и колыханье ручья, ночной свет и тени.

2. В ряде строф световое состояние атмосферы передаётся с помощью лексем, синонимичных соответствующим лексическим единицам оригинала или эквивалентных им. Например:

И хор светил, живой и дружный,  
Кругом, раскинувшись, дрожал.  
Eintrachtig bebte und voll Leben  
Sich breitend rings, der Sterne Chor.

Световое состояние атмосферы передаётся у Фета через образ дрожащих светил (испускание света, колебание), в переводе - через образ звёзд, которые тоже дрожат.

Одна звезда над всеми  
дышит  
И так дрожит,  
Она лучом алмазным  
пышет  
И говорит...  
Fern unter Sternen bebt ein  
Stern Und atmet leicht,  
Im Strahl aus diamanten  
Kern Gltiht er und  
spricht...

Световое состояние атмосферы передаётся у Фета через звезду и ее пышущий алмазный луч. При переводе используются синонимичные лексемы (пышет - gltiht (горит)) и эквивалентные (дышит - atmet, дрожит - bebt).

3. Переводчику свойственно конкретизировать, пояснять смысл оригинала. Отсюда добавление отдельных сем в переводе, но это не приводит к существенным расхождениям со смыслом оригинала.

И всеобъемлющих зарниц  
Мелькают лики по ночам.  
Und durch die Nachte, himmelweit  
Ein Wetterleuchten funkelnd blinkt.

Световое состояние атмосферы передаётся у Фета посредством метафоры «лики зарниц», и указание на мелькание. В переводе фигурируют мерцающие, искрящиеся зарницы (добавляется сема *блеск, искристость*).

4. Всего в пяти случаях в переводе происходит утрата некоторых сем оригинала. Например:

Скоро повысыплют звезды  
алмазные,  
Жди!  
Rasch sind die Sterne, die hellen  
gekommen,  
Harr aus!

Световое состояние атмосферы передаётся у Фета словосочетанием «алмазные звезды», а в переводе посредством другого эпитета - светлые. Утрачивается сема *блеск*,

5. В двух примерах об эквивалентности перевода можно говорить только применительно к контексту в целом.

Уж начали звёзды мелькать в небесах...

Schon leuchten Sterne... Schon weiss ist nicht mehr.

Световое состояние атмосферы передаётся у Фета через первое появление мелькающих звёзд (начало сумерек). В переводе - через свет звёзд. Глагол «leuchten» (светить) не передаёт смысл русского глагола «мелькать». Для того, чтобы указать на начало сумерек, переводчик использует целое предложение: «Schon weiss ist nicht mehr.» (Уже больше не светло.) В данном примере набор сем из семемы, выражаемой переводимой лексемой, передан совокупностью лексем в контексте перевода.

Анализ приведённого материала позволяет сделать вывод о том, что такая высокая степень эквивалентности перевода и оригинала свидетельствует не только о мастерстве переводчика, но и об общих чертах поэтической картины мира в русской и немецкой пейзажной лирике.

### **Особенности перевода стилистически окрашенной лексики** (на примере русских переводов романов В. Скотта)

Проблема перевода текстов художественных произведений занимает в лингвистике особое место. Как известно, художественный текст представляет собой сложную систему. Мысль писателя реализуется в определенной художественной структуре и неотделима от нее. Основной функцией таких текстов является не информация, а эстетическое воздействие на читателей. Именно для художественных текстов важно не столько то, *что* сообщается, сколько то, *как* это сообщается. Лишь при целостном восприятии художественного произведения можно понять сущность его системной организации, эмоциональность, подтекст. Следовательно, одним из важнейших критериев оценки художественного перевода сегодня является адекватность эстетического воздействия оригинала и перевода. Художественное произведение на иностранном языке и его перевод должны оказывать адекватное эстетическое воздействие на своих реципиентов.

Проблема межъязыковой эквивалентности исследуется многими лингвистами. Несмотря на то, что сегодня существуют различные взгляды на данную проблему, основные концепции отмечают необходимость учета при переводе стилистических и экспрессивных особенностей подлинника. Так, например, Л. К. Латышев и А. Л. Семенов в рамках концепции динамической (функциональной) эквивалентности отмечали, что исходный текст и его перевод должны быть максимально аналогичны друг другу в семантико-структурном отношении, а также обладать (относительно) равными коммуникативно-функциональными свойствами (Латышев 2005, с.57). Эквивалентности лингвоэтнических реакций можно достигнуть путем создания эквивалентных исходных условий для интеллектуальной и эмоциональной оценки рассматриваемого текста.

В литературных художественных произведениях важнейшим средством создания художественных образов является язык, выбор которого обусловлен содержанием, жанром текста, художественным методом, временем и личностью самого автора. Писатель выбирает язык, на котором собирается донести до читателя свои мысли. Язык входит в сложную иерархию художественных языков данной эпохи, данной культуры, данного народа.

В художественных произведениях для выполнения идейно-художественных целей используются различные языковые формы. Так, например, в произведениях, рисующих далекое прошлое, мы встречаем архаизмы - слова устаревшие, вытесненные другими и ныне не употребляемые (хотя явления и понятия, ими обозначаемые, существуют до нашего времени), историзмы - слова, обозначающие явления прошлого,

ныне не существующие (например, названия чинов, оружия и т.п.). Архаизмы и историзмы служат в историческом повествовании средством воссоздания старинного стиля речи, исторического колорита.

Язык художественной литературы насыщен оценочной (эмоционально-оценочной) лексикой. При переводе художественного текста очень важно сохранить его стилистические особенности, образность речи автора. Важно не только передать всю информацию, содержащуюся в лексической единице (предметно-логическую, стилистическую, эмотивную, образную), но и сделать это на уровне равноценных по форме словесных знаков.

Рассмотрим особенности перевода стилистически окрашенной лексики на примере исторических романов Вальтера Скотта, которые насыщены книжной (высокой, поэтической), разговорной, просторечной, устаревшей лексикой. В текстах переводов романов на русский язык лексические единицы, употребляемые в литературно-художественном функциональном стиле, передаются следующим образом: *abode* (кн.) - жилище (нейтрал.), *tidings* (кн.) - известия (нейтрал.), *hitherto* (кн.) - до сих пор (нейтрал.), *tarry* (кн.) - оставаться (нейтрал.), *hither and thither* (кн.) - туда и сюда (нейтрал.), *demeanour* (кн.) - поведение (нейтрал.), *steed* (поэт.) - конь (нейтрал.), *garment* (поэт., кн.) - одежда (нейтрал.), *foe* (поэт.) - противник (нейтрал.), *slumber* (поэт.) - задремать (нейтрал.), *blithely* (поэт.) - с радостью (нейтрал.), *guerdon* (поэт.) - подарок (нейтрал.). Как видно из примеров, лексические единицы книжного, поэтического ранга переводятся стилистически нейтральными словами. Здесь можно говорить о так называемом приблизительном соответствии единиц двух языков, когда совпадают их основные ядерные семы, но различаются структурно-языковые функциональные семы.

Как уже отмечалось выше, романы В. Скотта насыщены архаизмами, историческими терминами, которые несут большую смысловую и эмоциональную нагрузку. Такие архаические элементы часто употребляются на страницах романов не только для создания «эффекта старины», но и для передачи просторечья, фольклорной окраски, повышения эмоционального тона, для придания иронии. Все это вызывает определенные трудности при поиске эквивалентных лексических единиц в языке перевода, где нужно стремиться избежать функционально-темпоральных различий, что не всегда удается. Так, в исходных текстах романов В. Скотта «Айвенго», «Роб Рой» и их переводах имеет место оппозиция *устаревшее - современное*: *largess* (уст.) - щедрая помощь (совр.), *gheno* (уст.) - меховая шапочка (совр.), *scrip* (уст.) - сумка (совр.), *hinds* (уст.) - крестьянин (совр.), *her ship* (уст.) - бесчинства (совр.), *quoth* (уст.) - спросить (совр.), *her ship* (уст.) - грабитель (совр.), *thence* (уст.) - оттуда (совр.), *thither* (уст.) - туда (совр.), *stoup* (уст.) - кружка (совр.).

В русских переводных текстах происходит потеря архаичности, эмоциональных компонентов этих слов (они переводятся словами-синонимами современного русского языка), что приводит к языковой нейтрализации колорита времени и, следовательно, снижает степень

эстетического воздействия на читателя. Таким образом, здесь можно говорить лишь о приблизительных соответствиях. Ощущение присутствия в описываемой эпохе создается благодаря самому содержанию повествования и постоянному использованию слов, обозначающих реалии, характерные для данного периода.

Имеют место при переводе и некоторые искажения эмоционально-оценочной лексики. Так, например, слово «bastard» с первоначальным значением «внебрачный ребенок», «незаконнорожденный» в тексте перевода меняет свое значение и переводится как «мучитель». Существительное «grunters» переводчик передает двумя способами - «свиньи», «стадо». Однако данное слово является производным от глагола «grunt» - «хрюкать» и может переводиться как «хрюкающие», то есть первоначально в тексте оригинала оно имело шутливую окраску. Глагол «brawl» в английском языке обозначает бурную ссору, скандал. При переводе используется слово с меньшей степенью эмоционального напряжения, с меньшей экспрессией - «шуметь». Особую шутливую стилистическую окраску в оригинальном тексте имеет слово «damsel» - «девица». При переводе используется стилистически нейтральное слово с несколько другим значением - «служанка», в результате чего утрачивается стилистический эффект.

Иногда в слове могут перекрещиваться функциональные, эмоциональные, экспрессивные и иные стилистические оттенки. Так, в словосочетании «dead knaves» существительное «knaves», наряду с оценкой, в оригинальном тексте имеет шутливую окраску – «мошенники (плуты)». При переводе слово сохраняет свой оценочный компонент, но утрачивает шутливую окраску (в русском тексте романа слово передается как «предатели»). Переводчик искажает и значение данного словосочетания, так как не обращает внимания на глагол «dead».

Таким образом, любой художественный текст представляет собой многокомпонентную структуру, которую необходимо сохранить при переводе. Здесь важно избежать стилистических различий и сохранить образность речи автора. Ведь именно единицы, возникающие в речи на основе ассоциаций и характеризующиеся необычностью употребления, представляют особую трудность для переводчика: эмоционально-оценочные, образные коннотации, как правило, утрачиваются. Так, архаизмы выполняют в исторических романах различные функции (передают колорит времени, создают торжественную, возвышенную атмосферу или же, наоборот, соответствуют просторечью). Утрата данной информации при переводе ведет к искажению общей стилистической и семантической информации текстов на языке оригинала, что недопустимо, так как только идейно-художественная близость подлинника и перевода создает реальные условия для адекватности их эстетического воздействия на читателя.



- 
- Латышев Л.К. Перевод: Теория, практика и методика преподавания/ Л.К. Латышев, А.Л. Семенов. - М.: Издательский центр «Академия», 2005.  
 Мюллер В.К. Англо-русский словарь. - М., 1991.  
 Скотт В. Айвенго / В. Скотт. - М.: Правда, 1989.  
 Скотт В. Роб Рой / В. Скотт. - М.: АСТ: ЛЮКС, 2005 .  
 Longman Dictionary of English Language and Culture. - 2005.  
 Scott Walter Ivanhoe. - London, 2002.  
 Scott Walter Rob Roy. - Oxford: Oxford University Press, 1998.

## Политический дискурс

Т.Г. Ковалева

### Атрибутивная лексика с темпоральным значением в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков)

Категория времени является одной из самых древних и универсальных категорий мироустройства. Интерес к такой важной категории бытия, как время, человек проявлял еще в древности. Временные отношения начинают осознаваться по мере развития практической деятельности человека и процесса познания.

Многими учеными (Харитоновна 1982; Яковлева 1994; Булыгина, Шмелев 1997; Кронгауз 1990) в русском языке давно замечены лексические средства, «способные в пределах именной группы выразить некоторые темпоральные значения, грамматические для глагола» (Кронгауз 1990, с. 46).

К подобным лексическим средствам в русском и немецком языках следует отнести имена прилагательные и причастия, которые, как и глаголы, могут характеризовать предметы *по* времени и *во* времени по таким параметрам, как цикличность или периодичность, длительность или продолжительность.

Представляет интерес изучение функционирования данных единиц в политическом дискурсе. Исследование проводилось на материале русских и немецких периодических изданий. Методом сплошной выборки в текстах политического дискурса было выявлено 64 русских и 44 немецких лексемы, включающих семантический компонент «время».

Выявленные лексемы используются в политическом дискурсе для обозначения линейного времени (*недавний, минувший, прошедший, бывший, прошлый, тогдашний, грядущий, будущий, нынешний,*

*постсоветский, советский, прежний; vergangen, vorig, künftig, kommend, damals).*

Время представляет собой единство прошлого, настоящего и будущего. Понятия «прошлое», «настоящее», «будущее» понимаются двояко: абстрактно и непосредственно связанными с событиями, наполняющими прошлое, настоящее и будущее. С точки зрения понимания времени как линейного можно выделить лексемы, обозначающие прошедшее, настоящее и будущее время:

1) лексемы, относящиеся к прошедшему времени: *прошлый* (10), *бывший* (4), *минувший* (3), *прежний* (3), *недавний* (3), *давний* (1), *прошедший* (1), *тогдашний* (1), *прошлогодний* (1), *предыдущий* (1); *vergangen* (5), *vorig* (3), *spät* (3), *früh* (3), *einstig* (1), *ehemalig* (1), *bisherig* (1), *damalig* (1).

Для указания на различную удаленность во времени от точки отсчета используются следующие лексические единицы: *прошлый* – указывает на что-то произошедшее раньше безотносительно к степени удалённости от настоящего времени», *недавний* – подчеркивает краткость промежутка между настоящим и прошедшим, *давний* – указывает на удаленность от настоящего времени, сегодняшних событий:

*Насколько вовремя и в каком объеме предоставляются субвенции, многие смогли ощутить в ходе **недавней** монетизации льгот.* – АиФ №23/2005

*Сказался **давний** спор Москвы и Якутска вокруг активов главной компании республики АК «Алроса»...– АиФ №45/2006*

Анализ русских примеров показывает, что для продуцента и реципиента может быть важна степень удаленности во времени, поэтому данные прилагательные часто сочетаются с существительными, имеющими в своей семантической структуре компонент «время», что позволяет указать на определённый отрезок временной оси.

*На **минувшей** неделе в Тбилиси прошло заседание глав правительств СНГ.* – АиФ №23/2005

«Регулярно повторяющаяся» актуализация времени, отражающаяся в употреблении таких лексем, как *прошлый, минувший, прошедший*, наблюдается в российских периодических изданиях. Сопоставление прошлого и настоящего является часто используемым способом воздействия в политическом дискурсе.

Примеры немецкого политического дискурса в данном аспекте демонстрируют сходство с русскими. Для указания на прошлое время наиболее часто используются лексемы *vorig* и *vergangen* при наличии других лексем с темпоральным значением – *einstig, bisherig, damals* и *ehemalig*.

В немецком языке, как в русском, временное значение лексем-прилагательных может усиливаться в результате употребления темпоральных существительных:

*Denn ihren Weg ins Wahllokal am **vergangen** Sonntag hatten viele mit dem Wunsch verbunden...* – Schweriner Volkszeitung 21.09.05

*Zumindest übers **vorige** Wochenende hat sich Müntefering drei Tage frei genommen, ehe am Montag die Sachverhandlungen begannen.* - Stern №43/2005

Для указания на прошедшее время в русском языке используются и темпоральные лексемы *прежний, бывший, тогдашний, прошлый, прошедший, прошлогодний*. При наличии общего значения 'относящийся к прошлому' названные лексемы различаются по лексической сочетаемости. Атрибутивы *бывший, прежний, тогдашний* указывают на лицо (чаще всего наименование деятеля), *прошлый, прошедший, прошлогодний* характеризуют ситуацию, переставшую иметь место:

*Народная и Аграрная партия на **прошлых** выборах не преодолели 5%-ный барьер ...* – АиФ №33/20006

*По итогам **прошлогоднего** «общения с народом» ... в федеральных и региональных органах исполнительной власти проработано 108 тысяч обращений...* – АиФ №43/2006

Такие авторы, как М.А.Кронгауз (Кронгауз 1990) и В.М.Труб (Труб 2005), высказывают мнение, что в прилагательных *бывший* и *прежний* заложено некое оценочное отношение, которое реализуется в сочетаемости с определёнными существительными. Например:

*На его место Кремль рекомендовал **бывшего** сотрудника ФСБ и федерального инспектора в НАО В.Потапенко.* – АиФ №30/2006

*Наконец, вновь заявил о себе **бывший** лидер «Родины» Д.Рогозин.* – АиФ №50/2006

*Не случайно на губернаторских выборах Москва делала ставку на **прежнего** алтайского руководителя А.Сурикова.* – АиФ №14/2005

*Как восстановить **прежний** авторитет в этом регионе?* – АиФ №51/2005

В прилагательном *прежний* «заложена» информация о существовании другого лица (объекта или предмета), принявшего на себя эту функцию.

В прилагательном *тогдашний*, отмеченном в 4-х томном словаре (Словарь 1981) пометой «разговорное», зафиксировано значение 'существовавший тогда, в то время', подчеркивающее определенный момент, о котором идет речь:

***Тогдашний** мэр Воронежа А.Ковалев предложил подойти к этому вопросу дифференцированно...* - Обращение Объединенной оппозиции

В текстах немецкого политического дискурса отмечены прилагательные  *einstig, damals* и *ehemalig*, аналогичные русским лексемам с указанием на лицо или объект, прекратившие выполнять ту или иную функцию:

*Die Vita des unstudierten, **ehemaligen** Straßenkämpfers ist von Extremen gezeichnet, aber auch von stetem Aufstieg.* – Schweriner Volkszeitung 22.09.05

*9 Jahre ist es her, da hat er niedersächsische Ministerpräsident Schröder die **damalige** Umweltministerin Merkel schwer gekränkt.* – Stern №42/2005

Отметим, что прилагательное *предвыборный* также может указывать на прошедшее время:

... в ходе **предвыборной** кампании, губернатор пообещал, что она (газификация) не превысит 20 тысяч рублей с каждого двора. – Обращение Объединенной оппозиции

К числу национально специфичных лексем, зафиксированных в текстах политического дискурса русского языка, можно отнести *советский* (1) и *ельцинский* (5). Данные лексемы связаны со временем определенного политического устройства страны или правлением конкретного политического деятеля:

*Вместе с тем президент дал понять, что важность государственной идеологии не означает возвращения к **советскому** «агитпропу» с его официальными ложью и ханжеством.* – АиФ №17/2005

*Он считался ярким представителем **ельцинской** эпохи, со своими замашками.* – АиФ №11/2005

Часто лексемы с темпоральным отношением, образованные от фамилий политических деятелей, воспринимаются отрицательно.

Приведенный материал позволяет сделать следующие выводы. На основе анализа лексической сочетаемости именных и отглагольных атрибутивных темпоральных лексем русского и немецкого языков можно выделить две основные группы: 1) единицы, специфичные для характеристики собственно времени (относительно точки отсчета) – *давний спор, прошедшие выборы, минувший понедельник; vergangene Sonntag, vergangene Woche, vorige Jahr*; 2) лексемы, используемые для характеристики лиц, занимавших когда-то определённую должность, но со временем прекративших выполнение возложенных на них полномочий или каких-либо функций (*бывший министр, прежний руководитель; ehemaliger Straßenkämpfer, einstige Juso-Vorsitzende*).

Национальная специфика в русском политическом дискурсе проявляется в употреблении прилагательных, указывающих на время определенного политического устройства страны или пребывания у власти определённого политика.

Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.

Кронгауз М.А. Структура времени и значение слов. // Логический анализ языка. Противоречивость и аномальность текста. М.: Наука, 1990. - с. 45-52.

Харитоновна И.Я. Вопросы взаимодействия лексики и грамматики. Киев: «Вища школа», 1982. - 159 с.

Яковлева Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). М.: Гнозис, 1994.

## Тактики убеждения в российском политическом дискурсе

Период обострения политической конкуренции представляет особый интерес для исследования, потому что в подобные исторические моменты наблюдается экспликация ценностных ориентиров как политических партий, так и общества в целом.

На первый взгляд, в период предвыборной борьбы все политические партии пропагандируют те же, соответствующие чаяниям избирателей, витальные и духовные ценности. Мысль о желании людей жить в благоприятно устроенном обществе была сформулирована Эрихом Фроммом около сорока лет назад: «С общечеловеческой точки зрения, наиболее предпочтительным является общество, которое гарантирует людям максимально возможное количество самых разнообразных продуктов потребления, а также военную и политическую мощь, но одновременно с этим – и это очень важно – мир, расцвет культуры и духовные ценности» (Фромм 1999, с.144). Думается, в приведенной цитате содержится все тематическое разнообразие любой современной предвыборной агитации.

Несмотря на то, что, развивая далее свою мысль, Э. Фромм отмечает, что «такое общество, к сожалению, нереально» (Фромм 1999, с.144), каждые несколько лет и среди власть имущих, и среди отдающих свои голоса за какую-либо политическую программу оживает надежда на приближение к желаемой модели устройства общества.

Каким образом говорящим от имени партий удастся вселять эту надежду в умы и/или сердца избирателей, и чем отличаются ценностные установки и способы их внедрения в сознание реципиентов различными политическими партиями при тематическом тождестве порождаемых ими текстов? Внимание лингвистов приковано к этим вопросам не первый десяток лет, ибо именно «язык ... становится инструментом контроля даже там, где он сообщает не приказы, а информацию, где он требует не повиновения, а выбора, не подчинения, а свободы» (Маркузе 2003, с.145). Со времен публикации известных работ Дж. Оруэлла и В. Клемперера стало появляться множество исследований о власти языка, в которых внимание сосредоточено на выборе номинаций и грамматических форм, на скрытых и подразумеваемых предпосылках, смене ярлыков и искажении причинно-следственных отношений, коммуникативных стратегиях и принципах порождения идеологизированных текстов.

В рамках данной статьи предпринята попытка логико-риторического анализа способов убеждения в российском политическом предвыборном дискурсе 2003 года. Анализ проводился по двум, ставшим классическими, параметрам: логическая структура убеждения и его риторическое

оформление. Специфика исследования обусловлена современной когнитивной парадигмой науки и заключается во внимании к довербальным уровням мышления и особенностям порождения идеологизированных текстов, с одной стороны, и, с другой стороны, в понимании сущности процесса убеждения как изменения модели мира реципиента.

Особенность идеологизированных текстов заключается в том, что в их основе лежат бинарные базовые оппозиции, один член которых обладает положительной коннотацией, другой – является «антиценностью». При порождении текста в сознании говорящего активизируется антитеза, содержащая пропагандируемую идею и противоположную, принадлежащую оппонентам. Как пишет Э. Лассан, положившая начало традиции когнитивно-риторического метода анализа политических текстов путем установления содержащихся в сознании субъекта дискурса базовых оппозиций и концептуальных метафор, «полемический текст (а таким практически являются идеологизированные, публицистические тексты) по своей природе направлен против иной мыслительной установки и строится поэтому как “оппозиция позиций”, т. е. как выражение определенного отношения к явлению в терминах его приятия / неприятия» (Лассан 1995, с. 40).

Сущность процесса убеждения в когнитивной науке также рассматривается с точки зрения хранения, воспроизводства и передачи информации. Механизм убеждения при этом описывается как процесс введения информации в мир аудитории, ее осмысливания, интеграции и приватизации. «Суть категории речевого воздействия заключается в таком коммуникативном использовании языковых выражений, при котором в модель мира носителя языка вводятся новые знания и модифицируются уже имеющиеся, то есть происходит процесс онтологизации знания» (Баранов 1990а, с. 12).

Таким образом, аргументативный потенциал политических сообщений обусловлен: а) полемичностью (явной или скрытой) данных текстов, б) направленностью на изменение картины мира адресата. Цели исследователя при таком подходе, следовательно, сводятся к установлению: а) «оппозиции позиций», послуживших основой для развертывания сообщения, б) способов воздействия на адресата. Способы воздействия, в свою очередь, можно в согласии с традиционными положениями логики и риторики разделить на апеллирующие к разуму и чувствам аудитории. При этом говорящий может использовать различные тактики и стратегии (определение которых в работах по анализу способов убеждения на данный момент не обрело законченности).

Целью данной статьи являются ответы на вопросы: почему это сказано и почему это сказано именно таким образом? То есть нас интересуют причины возникновения анализируемых текстов и тенденции в построении рассуждений и их риторического обеспечения с целью продвижения идей и завоевания аудитории в дискурсе победивших на

выборах в Госдуму в 2003 г. российских партий. Гипотезой исследования послужила мысль о том, что в предвыборной ситуации субъект дискурса с целью снискания симпатий избирателей демонстрирует собственные взгляды, используя при этом рациональные способы убеждения в истинности выдвигаемых положений и апелляцию к чувствам аудитории при помощи тактик самопрезентации и дискредитации оппонентов. Причем, как пишет Н. Б. Руженцева в работе по анализу способов убеждения в текстах побуждающего характера, «задачи “приобрести союзника” и “доказать правильность суждений” далеко не всегда находятся в PR-жанрах в согласии друг с другом» (Руженцева 2004: 74).

Избранным для анализа материалом явились четырнадцать текстов (предшествовавших выборам или опубликованных после них на официальных веб-сайтах) трех российских партий – «Единой России» (далее ЕР), Коммунистической партии Российской Федерации (КПРФ), Либерально-демократической партии России (ЛДПР).

Анализ данных текстов показал, что в основе их порождения лежат оппозиции *порядок ~ не-порядок* и *справедливость ~ не-справедливость*, первый член в которых является носителем положительного признака, второй – негативного (т. е. это антиценность). О важности данных номинаций и стоящих за ними понятий свидетельствует, например, частотность упоминания лексики *порядок* в дискурсе ЕР и ЛДПР и лексем *справедливость*, *справедливый* – в дискурсе ЕР и КПРФ. Наблюдение о важности данных категорий для современной российской политической культуры подтверждается также иными лингвистическими исследованиями.

Так, А. Н. Баранов в 1990 г. писал о таких характерных ценностных полюсах общественного сознания, как *справедливость* и *равенство* – с одной стороны, и *свобода* – с другой. Популярность лексем, называющих положительный член этой оппозиции (*справедливость* и *равенство*) «находит отражение в типичных схемах аргументации, используемой политиками» (Баранов 1990б, с.169), а апелляция к расположенной на противоположном полюсе ценности не является столь эффективной для целей убеждения.

Спустя примерно десятилетие в российской политической риторике стало использоваться понятие «порядок». Если о категориях справедливости и равенства можно сказать, что они являются традиционными русскими культурными ценностями (что утверждает и А. Н. Баранов в указанной работе), то в отношении степени укорененности в русской культуре категории порядка возникает сомнение. Об актуализации ценности порядка (и справедливости) в российском политическом дискурсе писала Э. Лассан в 2006 г. (Лассан 2006). Автор исследовал семантическое наполнение данных лексем по отдельности и по отношению друг к другу (ср. с *Blut und Boden* у Х. Вайнриха), а также затронул проблему следствий, которые могут вытекать из изменения

концептуальных основ современного российского политического дискурса.

В данной статье мы останавливаемся на вопросе, как в анализируемых политических сообщениях разворачиваются оппозиции порядок ~ не-порядок и справедливость ~ не-справедливость. В дискурсе всех трех партий в этот предвыборный период доказывается тезис о превосходстве партии, от имени которой говорит субъект дискурса, над другими. Положение *Наша партия лучше* является лейтмотивом вообще любой предвыборной кампании, не только политической и не только в рассматриваемый исторический период. Для обоснования данного тезиса в анализированных нами текстах наряду с доводами о выражении воли большинства избирателей и положительного итога деятельности партии, доказывается приверженность партии ценностям, находящимся на положительном полюсе вышеуказанных оппозиций.

Так, в текстах ЕР утверждается: *Порядок и справедливость – вот стержневые основы нашей политики*. Говорящий от имени ЛДПР обещает приближение к более совершенной модели общества, если ЛДПР пройдет на выборах в Госдуму: *Но у народа есть шанс ускорить наведение порядка в стране*. В дискурсе КПРФ внимание акцентируется на стремлении к справедливому общественному устройству: *Она (КПРФ. – В. М.) борется за проведение в настоящем тех перемен, которые лягут в основу справедливого будущего*. Для доказательства тезиса *Наша партия лучше* используется не только тактика самопрезентации, но и тактика дискредитации оппонентов (путем перечисления негативных последствий их деятельности и навешивания ярлыков, например, оппоненты проводят *агрессивную политику* и занимаются *демагогией*).

Иные тезисы, доказываемые в анализируемом корпусе текстов, апеллируют не к положительным ценностям – порядку и справедливости, а относятся к препятствиям, стоящим на пути утверждения продвигаемых идей. Причем если в дискурсе ЕР говорящий в большей степени концентрируется на целях и задачах на пути к установлению порядка и справедливости, то говорящие от имени КПРФ и ЛДПР акцентируют внимание на препятствиях, мешающих прийти к цели. Эти препятствия заключаются, во-первых, в деструктивном политическом курсе страны (говорится в текстах КПРФ), во-вторых, в неэффективности произведенных после распада СССР реформ (ЛДПР), в-третьих, во властвовании олигархов в России (КПРФ, ЛДПР).

В данной статье анализируются способы убеждения в наличии последнего из перечисленных выше препятствий на пути к лучшему будущему – это олигархи. Данный тезис эксплицитно в текстах не выражается, и мы для названия этой идеи приняли рабочую формулировку: «Олигархи – препятствие на пути к достижению цели». Возможные сходные по смыслу замены для второй части этой формулировки могли бы выглядеть, например, как «препятствие построению лучшего общества» или «тормоз прогресса (или расцвета)».



Посмотрим, при помощи каких перифраз тезис **Олигархи – препятствие на пути к достижению цели** вводится в тексты:

Предательством, подкупом и обманом в стране воцарилась воровская олигархия. // Она (олигархия. – В. М.) захапала жирные куски... Так нельзя. (КПРФ)

А все, как прежде. Потому что брежневых и черненко сменили березовские и абрамовичи. Все эти господа, ссылающиеся на то, что они заработали свои сотни миллионов долларов законным путем, должны понять, что «ельцинская эпоха» закончилась – эпоха вседозволенности в экономике, разврата в политике и аморфности в социальной сфере! // <К>кучке назначенных олигархов. (ЛДПР)

В дискурсе КПРФ утверждается, что положением в стране правит олигархия, причем употребление для выражения этого смысла глагола *воцариться* наводит на мысль о том, что бразды правления олигархами получены не по воле населения, избирающего своих правителей в демократической ситуации, а благодаря активности самого субъекта (см. значение лексемы *воцариться* в ТСРЯ: ‘настать, наступить, распространившись, охватив собою’), которому приписываются способности к *предательству, подкупу и обману*. Если констатация того, что власть принадлежит олигархии, претендует на статус факта действительности и, следовательно, относится к рациональной стороне убеждения, то нанизывание ряда однородных членов, лексем с негативной коннотацией, призвано воздействовать на чувства аудитории. Выбор для описания ситуации, при которой олигархи находятся в более выгодном материальном положении, таких слов, как *воровская* и *захапать жирные куски*, также относится к аргументам к человеку («кто называет вещи, тот овладевает ими»), и это характеризует не только субъекта дискурса, но и, возможно, его адресатов, для воздействия на сознание которых адресантом избрана просторечная экспрессивно-эмоциональная лексика.

В дискурсе ЛДПР также наблюдается указание причин, которые привели олигархию к властвованию, однако причины эти кроются не в характеристиках олигархии, а в обстоятельствах, позволивших допустить нежелательную ситуацию: *эпоха вседозволенности в экономике, разврата в политике и аморфности в социальной сфере*. Косвенно называние данных обстоятельств характеризует также самих олигархов, ибо пользование несовершенства общественного устройства для достижения личной выгоды является аморальным. Отношение к олигархии выражается субъектом дискурса ЛДПР не через использование оценочной лексики, как говорящим от имени КПРФ, а посредством использования имен собственных в функции нарицательных и местоимением *эти*, которое в сочетании с существительным *господа* выполняет функцию не указания на объект, а выражения негативного отношения говорящего к объекту, называемому существительным. При сопоставлении вышеприведенных

цитат видно еще одно отличие дискурсов КПРФ и ЛДПР: если в тексте КПРФ говорится о воцарении олигархов, то у ЛДПР олигархи не выступают в роли субъектов ситуации взятия власти, они именуются *кучкой назначенных*, из чего вытекает следствие, что олигархи не всесильны, некто может ими управлять.

Такое положение, при котором власть находится в руках олигархов (*воцарилась* – у КПРФ, *заменила брежневых и черненко*, т. е. руководителей страны – у ЛДПР) трактуется, как неправильное: *Так нельзя* (КПРФ), *А все как прежде* (т. е. так же не хорошо. – В. М.) (ЛДПР). Несоответствие данной ситуации желаемому устройству общества обосновывается в дискурсе КПРФ и ЛДПР следующими доводами: 1) враждебность по отношению к народу (в дискурсе КПРФ и ЛДПР), 2) утверждение приоритета материальных ценностей (КПРФ и ЛДПР), 3) манипулирование госаппаратом (ЛДПР), 4) не-труд (КПРФ).

Аргумент **враждебности олигархов по отношению к народу** приводится в следующих цитатах:

<В>оцарилась воровская олигархия. Установлен антинародный режим. Лицемерие и ложь, презрение к трудовому народу и русофобия стали его идеологией. (КПРФ)

Они завладели недрами. Недра принадлежат народу, а не кучке назначенных олигархов. // А наши олигархи плюют на народ... // И российский народ простит вас (при условии выступления в роли меценатов. – В. М.)... (ЛДПР)

В дискурсе КПРФ констатируется наличие негативного отношения олигархов к народу при помощи словосочетаний *антинародный режим* и *презрение к трудовому народу*. Понятие *антинародный* не является полностью прозрачным, т. к. из него следует только то, что существующее положение не устраивает народ, причем понятие народа сужается, по-видимому, до понятия русского народа (*презрение к трудовому народу и русофобия*), кроме того, в категорию народа, очевидно, не входят те, кому по плечу растущие цены (см. цитаты к аргументу «утверждение материальных ценностей»).

Хотелось бы также обратить внимание на реконструкцию эмоционального состояния олигархов (*презрение*) в дискурсе КПРФ. С позиций здравого смысла, оно было бы более обоснованным, если бы были указаны признаки, по которым говорящий определяет, что чувствуют олигархи по отношению к народу. Что же касается эмоционального воздействия на аудиторию словосочетанием *презрение к трудовому народу*, его эффективность не вызывает сомнений по двум причинам: во-первых, адресат, скорее всего, идентифицирует себя с трудовым народом, нежели с нетрудовым, и опыт тягот зарабатывания на хлеб насущный может стать реакцией на стимул «презрение». Во-вторых, в данном коротком отрезке текста наблюдается высокая концентрация негативных

смыслов, которые создают целостный негативный образ объекта, о котором говорится (т. е. олигархов).

В цитате же из дискурса ЛДПР не столько выражается оценки, сколько указывается на те действия, которые олигархи совершают во вред народу – это присвоение природных ресурсов. И это действительно достаточное основание для интерпретации деятельности олигархов как препятствия на пути к порядку и справедливости, ибо русскому сознанию свойственно понимать справедливость как деление поровну. Вышеприведенная цитата свидетельствует также о том, что олигархи виноваты перед народом (*народ простит вас*). Раз есть вина, значит, есть и причина для нее, и это еще раз подтверждает, что олигархи нанесли народу ущерб.

Рассуждения об антинародной деятельности олигархов в дискурсах обеих партий завершаются угрозами, отсылающими к истории Октябрьской революции:

*А если они будут продолжать нынешнюю практику, то случится то, о чем предупреждал Плеханов. Накануне революции 1917 г. он призывал тогдашних олигархов: «<...> И если вы это сейчас не услышите, ваши дни сочтены» (КПРФ); А наши олигархи плюют на народ, забыли, чем кончилось в 17-м году такое издевательство над людьми. // Пришла пора потеснить олигархов (ЛДПР).*

Такого рода аргументы относятся к так называемым «палочным доводам» по отношению к тем, на кого направлены. В отношении же воздействия на аудиторию аналогия, проведенная между двумя периодами из истории России, может навести адресата на мысль о том, что исход нынешнего положения может быть и таким, каков он был в 1917 г., когда класс, владеющий капиталом, был вынужден поделиться благами с народом. Кроме того, говорящий от имени ЛДПР еще и эксплицитно выражает мысль о необходимости перераспределения благ.

**Аргумент утверждения олигархами приоритета материальных ценностей** для подтверждения тезиса об олигархах как препятствии на пути к достижению цели приводится в дискурсе КПРФ и ЛДПР различным образом. Субъект дискурса КПРФ акцентирует внимание на возобладании из-за властвования олигархов ценности материальных благ над остальными, что не было характерно для страны раньше:

Это дикий воровской базар, это власть увесистого кулака и толстого кошелька. Это позорное торжище, где продается и покупается все и вся. // Базар и хаос все наглее воцаряются... Базар – это глубоко чуждая России потуга измерить все на свете деньгой, разменять жизнь на гроши и барахло. (КПРФ)

В данной цитате не развивается мысль о том, каковы истинные ценности русской культуры, адресант строит свой текст путем повтора негативных оценок власти капитала в ряду параллельных синтаксических конструкций. Повтор на уровне содержания и на уровне формы, думается, призван

воздействовать на чувства аудитории магическим способом, как это бывает с ритмизованными текстами.

В следующем примере из тестов КПРФ утверждается, что олигархи не только преклоняются перед материальными ценностями, но даже противостоят духовным ценностям русского народа:

Но недруги России не только присвоили ее материальные богатства. Они пытаются сломить наш дух, нашу веру, уничтожить нашу культуру. Превратить нас в безгласных и бесправных рабов. (КПРФ)

Тут говорящий вновь без пояснения использует слишком общие номинации для обозначения русских духовных ценностей, и делает это в свойственном КПРФ стиле: парцелляция, синонимы и повторы (установленная тенденция в организации речи не может не наводить на мысль о сходстве риторики различных государств в некоторые периоды истории, и, следовательно, сходстве взглядов на мир, и, следовательно, о возможных последствиях прихода такой партии к власти).

Субъект дискурса ЛДПР вводит в текст аргумент об утверждении олигархами приоритета материальных ценностей следующим образом:

Абрамович над страной насмехается – сотни миллионов вложил в футбольный клуб в Англии, сейчас хочет команду в «Формуле-1» купить. Еще несколько сот миллионов выбросит. Вы слышали, чтобы хотя бы один иностранный миллиардер купил в России футбольный клуб? (ЛДПР)

То есть акцент говорящим от имени ЛДПР делается не на пагубном для культуры и общества влиянии взглядов олигархов на мир, как в дискурсе КПРФ, а на двух аспектах такого свойства олигархии, как верность материальным ценностям. В прагматическом смысле – страна не получает какой-то части прибыли из-за того, что олигархи не вкладывают деньги в отечественную экономику. В аспекте духовных ценностей – отечественные олигархи, получается, между чувством патриотизма и собственными интересами выбирают последнее, несмотря на то, что олигархи иностранные все же сочетают преданность богатству с преданностью родной стране.

Данная мысль является аргументом к авторитету и преподносится она в виде вопроса, что включает адресата в мыслительный процесс, а знание, добытое с затратами энергии (например, из-за интеллектуального напряжения в попытке найти ответ на вопрос), как известно, усваивается прочнее.

Третий аргумент в поддержку положения «Олигархи – препятствие на пути к достижению цели» в дискурсе ЛДПР таков: **олигархи манипулируют чиновниками госаппарата** (*Им платят за разрешение на добычу, на вывоз сырья*), тем самым они препятствуют развитию экономики страны, и это **не** порядок. В дискурсе КПРФ аргументом является

мысль о том, что олигархи **не трудятся** (*обслуживать олигархов, олигархия непроизводительна, просто эксплуатирует*), и это **не** справедливо.

Итак, мы рассмотрели, как субъекты дискурса КПРФ и ЛДПР обосновывают мысль о том, что олигархи являются одним из препятствий на пути к достижению цели, т. е. лучшему устройству общества. Повышенное внимание говорящих к существованию различных препятствий для расцвета страны, возможно, обусловлено отношением субъекта к цели и возникающему на пути к ней препятствию. Как пишет Э. Лассан, «представителей человеческого рода можно разделить на субъектов, фокусирующих внимание на цели, и субъектов, фокусирующих внимание на препятствиях <...> сконцентрированность на препятствиях обрекает субъекта на отказ от деятельности и скептицизм в отношении деятельности других» (Лассан 2004). На наш взгляд, субъекты дискурса КПРФ и ЛДПР в большей степени фокусируют внимание на препятствиях, определение же цели их деятельности в проанализированном корпусе текстов является расплывчатым.

Перспективы развития идеи, изложенной в данной статье, на наш взгляд, таковы: во-первых, интересным представляется сопоставление результатов анализа категорий препятствия на материале двух предвыборных дискурсов, что позволило бы установить произошедшие в политической культуре страны изменения. Во-вторых, сравнение в данном аспекте политических дискурсов двух стран позволило бы четче представить особенности сопоставляемых культур.

Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход). Автореф. дис. ... докт. филол наук. Москва: Институт русского языка, 1990а.

Баранов А. Н. Политическая аргументация и ценностные структуры общественного сознания. // Язык и социальное познание. Москва: ЦС филос. (методол.) семинаров при Президиуме АН СССР, 1990б. С. 166-177.

Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ. Вильнюс: Изд-во Вильнюсского университета, 1995.

Лассан Э. «Разум власти» в зеркале категорий цели и препятствия 2004. <http://ling.x-artstudio.de/st2.html>

Лассан Э. Лингвистика как ангажированное знание. 2006. <http://ling.x-artstudio.de/st6.html>

Маркузе Г. Одномерный человек. Москва: Изд-во АСТ, 2003.

Руженцева Н. Б. Аргументация в PR-жанрах. // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Том 13. Екатеринбург, 2004. С. 67-75.

Фромм Э. Революция надежды. Санкт-Петербург: Ювента, 1999.

## Источники

Единая Россия: [www.edinoros.ru](http://www.edinoros.ru) 7, 28 ноября, 1, 26 декабря 2003 г.; [www.boris-gryzlov.ru](http://www.boris-gryzlov.ru) 3 декабря 2003 г.; [www.edin.ru](http://www.edin.ru) 27 января 2004 г.; [www.vbogomolov.ru](http://www.vbogomolov.ru) 29 марта 2005 г.

Коммунистическая партия Российской Федерации: [www.kprf.ru](http://www.kprf.ru) 12 сентября, 28 ноября, 2 декабря 2003 г.

Либерально-демократическая партия России: [www.ldpr.ru](http://www.ldpr.ru) 2 сентября, 18, 23 декабря 2003 г.; Татьяна Пахомова. Интервью с Владимиром Жириновским. Газета «ЛДПР» № 12, 2003

Е В.Мочалова

## Метафора в политической коммуникации

Политическая коммуникация – речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе. Каждый человек, который хотя бы изредка читает газеты, включает радио или телевизор, становится адресатом политической коммуникации. Когда этот человек идет на выборы, он участвует в политической жизни и делает это не без влияния субъектов политической коммуникации. Главная функция политической коммуникации – борьба за политическую власть: политическая коммуникация призвана оказать прямое или косвенное влияние на распределение власти (путем выборов, назначений, создания общественного мнения и др.) и ее использование (принятие законов, издание указов, постановлений и др.). Политическая коммуникация отражает существующую политическую реальность, изменяется вместе с ней и участвует в ее создании и преобразовании.

Политическая коммуникация оказывает влияние на распределение и использование власти благодаря тому, что она служит средством воздействия на сознание принимающих политические решения людей (избирателей, депутатов, чиновников и др.). Политическая коммуникация не только передает информацию, но и оказывает эмоциональное воздействие, преобразует существующую в сознании человека политическую картину мира. Метафора является мощным средством преобразования существующей в сознании адресата политической картины мира, побуждения его к определенным действиям и формирования у него необходимого адресанту эмоционального состояния (прагматическая функция). Масс-медиа активно используют метафору для построения картины мира в политической сфере, и используют настолько эффективно, что ее присутствие, ставшее неотъемлемой частью политических текстов, незаметно массовому потребителю. Это, в свою

очередь, позволяет воздействовать не на его сознание, а на бессознательные компоненты его психики.

Яркий признак современных исследований в области политической коммуникации - использование разнообразной методологии. С этой точки зрения выделяются исследования, выполненные с использованием методик, характерных для когнитивистики, лингвокультурологии, лингвистики текста, социолингвистики, риторики и культуры речи. Многие современные исследования ориентированы на использование методов когнитивной лингвистики, в том числе теории метафорического моделирования (А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов, М. В. Зимина, И. М. Кобозева, Е. В. Колотнина, А. Б. Ряпосова, Т. Г. Скребцова, А. В. Степаненко, Ю. Б. Феденева, А. П. Чудинов). Важное место в этом отношении занимают публикации А. Н. Баранова и Ю. Н. Караулова, и особенно по проблемам выделения и представления метафорических моделей (см. вводные разделы словаря "Русская политическая метафора" (1991) и "Словаря русских политических метафор" (1994), в которых дано определение метафорической модели, выделены ее структурные части, охарактеризованы языковые способы оживления метафоры, ее функции в политических текстах и др.).

Сами указанные словари являются блестящим образцом описания конкретных метафорических моделей. Когнитивная характеристика ведущих моделей метафорического описания современной политической реальности представлена в монографии А. П. Чудинова (2001). Обращаясь к чему-то новому, сложному, не до конца понятному, человек нередко пытается использовать для осмысления элементы какой-то более знакомой и понятной сферы. При метафорическом моделировании политической сферы, отличающейся сложностью и высокой степенью абстракции, человек часто использует более простые и конкретные образы из тех сфер, которые ему хорошо знакомы. Метафора - это не средство украшения уже готовой мысли, а способ мышления, повседневная реальность языка.

За основу для классификации метафор можно взять не только понятийную сферу-источник или сферу-мишень, а лишь отдельные их фреймы. Взяв за основу фрейм «ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЛИДЕРЫ» сферы-мишени «ПОЛИТИКА», можно выделить следующий ряд однотипных моделей:

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРЫ - это ИГРОКИ, СПОРТСМЕНЫ:**

Такое впечатление, что у нас на московском политическом поле играют две разные команды. Одна народная – «Спартак», другая – «Челси»? (АиФ, №8 «Выходы из парадного подъезда»)

Но потребность в антикоммунистическом большинстве понуждает Кремль ввести в Думу четвёртого игрока. (К-В №15 «Кремль ищет четвёртого»)

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРЫ - это ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО:

Представляете, какую опасность для стабильности общества будет представлять этот партийный «Титаник», шатающийся в политическом море без руля и ветрил? (АиФ№8 «Партия безответной любви»)

Как и его бывший шеф, возглавлявший список московских «единороссов» на декабрьских выборах в столице, Шанцев явно не собирается работать в законодательном собрании, а посему выступает в роли «паровоза». (Советская Россия, 07.03.06 «Большая зачистка»)

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРЫ – СУБЪЕКТЫ ВЛАСТИ:

Однако знатоки партийной кухни поговаривают, что кремлёвские кураторы своим детищем не слишком довольны. (АиФ№14 «Партии: перезагрузка»)

Ее деятельность "газовой королевы" и главы Единых энергосистем Украины признана законной. (Российская газета. «Ющенко опять поссорился с Юлией»)

Гартунг, когда его выгнали из РПП, призвал своих сторонников вступать в ПЖ – потому, объясняет он и сегодня, что её не контролирует куратор внутренней политики господин Сурков. (Коммерсантъ-Власть №15 «Кремль ищет четвёртого»)

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРЫ – ВОЕННОСЛУЖАЩИЕ:

Но если Шарон – это первоклассный боец, то его сменщик – не менее опытный воин закулисных политических батальонов и в этом может дать ему фору. (Новое Время, №49 – «Второе пришествие Шарона»)

Факт тем не менее состоит в том, что проблемы наступающей думской кампании, несмотря на ясность с её генеральной линией, не решены и грозят осложнить жизнь кремлёвским стратегам накануне президентских выборов. (Коммерсантъ-Власть, №15 «Кремль ищет четвёртого»)

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРЫ - это ПРЕДСТАВИТЕЛИ КРИМИНАЛЬНОГО МИРА:

Черная полоса «родинцев» началась после снятия партии с декабрьских выборов в Мосгордуму, когда в качестве «политического киллера» выступила подавшая на «Родину» жалобу ЛДПР. (Советская Россия, 07.03.06 «Большая зачистка»)

Да и "крёстный отец" СПС А. Чубайс будто бы недавно заявил: лучше тихо умереть, чем с кем-то блокироваться. Как и его бывший шеф, возглавлявший список московских «единороссов» на декабрьских выборах в столице, Шанцев явно не собирается



работать в законодательном собрании, а посему выступает в роли «паровоза». (АиФ14, «Партии: перезагрузка»)

Данные примеры, несущие негативный прагматический потенциал, формируют у читателя отрицательный образ политических партий и лидеров. Борьба за власть между партиями и политиками предстаёт то, как война, где побеждают сильнейшие («боец», «воин»), то, как игра, где побеждает скорее случай («игрок», «футбольная команда»). В современной метафорической картине мира невозможно отличить политические партии от криминальных группировок, а политических лидеров от бандитов и киллеров («политический киллер», «крёстный отец»). Политические партии создаются и исчезают по желанию «кремлёвских кураторов и стратегов».

Рассмотрение моделей метафорического осмысления политических партий и лидеров можно продолжить: для образного представления также активно используются метафоры из понятийных сфер "Растения", "Животные", "Дорога и транспорт", "Механизм", "Театр" и др. Все это свидетельствует о том, что фрейм ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРЫ является сильнейшим магнитом для притяжения метафор, выполняя, таким образом, основную цель политической коммуникации – воздействие на адресата с целью формирования у него соответствующего представления о современной политической реальности.

Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000): Монография / Урал. гос.пед.ун-т. – Екатеринбург, 2001.

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография/ Урал.гос.пед.ун-т. – Екатеринбург, 2003.

И.Н.Филатова

### **Влияние речевых нарушений на имидж политического оратора ( на материале фрагментов речей Дж. Буша-младшего)**

Имидж политического оратора как комплексное образование формируется посредством ряда лингвистических и экстралингвистических факторов. Доминирующим фактором, влияющим на перцепцию политического деятеля потенциальным реципиентом, является речь самого оратора. Выдающиеся ораторские способности политика ценились ещё со времён Аристотеля. Индивидуальные речевые характеристики делают речь оратора наиболее запоминающейся, подчёркивают её неповторимость,

составляют языковой паспорт оратора. “Языковой паспорт говорящего – это то впечатление, которое он создаёт о себе своей речью”(Стернин 2002, с.68).

Предполагается, что речь политического лидера должна быть безупречной, однако политические деятели, как и многие люди, не застрахованы от речевых ошибок и других отклонений от норм речевого употребления. Оговорки, являясь контекстными, ситуативными нарушениями речи возникают спорадически и существенно ухудшают имидж политического оратора, делая человека объектом насмешек, героем анекдотов, следовательно, способствуют его дискредитации.

Причины возникновения обмолвок давно интересуют исследователей. Были попытки найти правила, по которым совершаются обмолвки. В частности, австрийский психолог З.Фрейд даёт ссылку на работу Мерингера и К. Майера “Обмолвки и очитки”, опубликованную в 1895 году, в которой исследование этого явления ведётся с лингвистической точки зрения. Сам же Фрейд полагал, что обмолвки не случайны, “в них прорываются скрытые мотивы” (Фрейд 1990, с.19).

В сборнике произведений З.Фрейда приводится классификация обмолвок:

- 1.Случаи перемещения.
- 2.Случаи предвосхищения, или антиципации.
- 3.Отзвуки или постпозиции.
4. Случаи контаминации.
- 5.Замещения.

Фрейд полагал, что “расстройство речи, обнаруживающееся в форме обмолвки, может быть вызвано, во-первых, влиянием другой составной части той же речи – предвосхищением того, что следует впереди, или отзвуков сказанного, – или другой формулировкой в пределах той же фразы или той же мысли, которую собираешься высказать; но расстройство может произойти в силу влияний, посторонних данному слову, предложению, данной связи, влияний, идущих от элементов, которые высказывать не предполагалось...”(Фрейд 1990, с.226-227).

Патологию речи следует противопоставлять остальным отклонениям от норм речевого употребления, однако многие исследователи, в частности А.А. Леонтьев, подчёркивают, что “факты, наблюдаемые при изучении патологии речи, и факты такого же рода, наблюдаемые при изучении нормальной речи, могут оказаться тождественными” (Леонтьев 1997, с.231).

Далее А.А.Леонтьев пишет, что “основным, доминантным нарушением, ведущим к появлению и других речевых нарушений, является отсутствие адекватной обратной связи на внутреннюю программу от более поздних этапов порождения речи. Это приводит к распадению самой программы, “повисающей в воздухе”, к “расплыванию” смыслов, не контролируемых контекстом, ситуацией, объективными, социальными значениями, что в

свою очередь ведёт к распадению закономерностей выбора слов...”(Леонтьев 1997, с.235).

Таким образом, причины и принципы возникновения обмолвок в речи вполне ясны. Наша задача заключается в констатации наиболее частотных случаев оговорок и речевых ошибок в речах Дж. Буша-младшего, в выяснении возможных причин их появления и воздействия, которое они оказывают на имидж американского президента. Нами было проанализировано 300 фрагментов речей, содержащих “ошибки-Бушизмы”(http://www.mintruth.com). Методом количественного анализа было подсчитано процентное соотношение тех или иных случаев ошибок и оговорок в речах президента, получены следующие результаты:

Среди наиболее распространённых ошибок в речи Буша были отмечены грамматические ошибки, неправильное согласование одних частей речи с другими в рамках отдельного предложения (9%). Например:

1. “There’s some amazing things that are taking place in America.”
2. “Our priorities is our faith.”
3. “There is madmen in the world, and there are terror.”

Ошибки, обнаруживающие недостаточную информированность президента и пробелы в знаниях по некоторым вопросам (10%):

1. “After all, we’re at war, and for the first time in our nation’s history, part of the battlefield is here at home.”

В действительности же военные действия на территории США были и раньше, к примеру, атаки на Балтимор и на Белый дом в 1812 году, а также на штаты Аляска, Орегон и Калифорния во время второй Мировой Войны.

2. “I don’t know, may be I made it up. Anyway, it’s an arbo-tree-ist, somebody who knows about trees.” Специалист по уходу за деревьями называется arborist.

3. “They want the federal government controlling Social Security like it’s some kind of federal program.” В действительности же социальная безопасность и есть федеральная программа. Нередко Буш сам признаётся в своей недостаточной компетенции: “Nobody needs to tell me what I believe. But I do need somebody to tell me where Kosovo is.”

Часто у Дж. Буша возникают трудности с проговариванием некоторых слов, иногда многосложных (2,3%). Например:

- “... deteriate (deteriorate) ... hayenous (heinous) ... vented (vetted)....” (May 14, 2001) Буш охотно соглашается с тем, что у него возникают проблемы с произношением, однако даёт этому своё объяснение: “Verbosity leads to unclear inarticulate things.”(Многословие приводит к неясным и непонятным вещам.)

Следующий тип наиболее часто повторяющихся ошибок – логические ошибки, возникающие по разным причинам, среди них:

- а) диалектические ошибки, связанные с неправильным рассуждением (5,6%), например: 1. “I’m a strong candidate because I come from the baby-boomer generation, recognizing that we’ve got to usher in an era of responsible behavior.”

2. "I think if you say you're going to do something and don't do it, that's trustworthiness."

б) тенденция избегать сложных грамматических конструкций, приводящая к упрощению высказывания в ущерб его логической связности (6,6%): 1. "Quotas are bad for America. It's not the way America is all about." 2. "I don't know whether I'm going to win or not. I think I am. I do know I'm ready for the job. And if not, that's just the way it goes."

в) стремление Буша строить высказывание на базе знакомых слов и клише из его лексикона иногда приводит к размыванию логического смысла высказывания (6%): "A reformer with results is a conservative who has had compassionate results in the state of Texas."

г) отмечены логические ошибки, связанные с затруднением Буша при вербализации собственных мыслей (25%): "When I was coming up, it was a dangerous world, and you knew exactly who they were. It was us versus them, and it was clear who they were. Today we are not so sure who they are, but we know they're there." Также имеется склонность пояснять сказанное из-за опасения быть непонятым (5%): "I'm going to be plenty hot. That means angry." Отмечена тенденция к нарушению ожиданий адресата (6%): 1. "It was amazing I won. I was running against peace and prosperity and incumbency." 2. "I don't care what the polls say. I don't. I'm doing what I think what's wrong."

В речах Дж. Буша отмечен и ряд стилистических ошибок:

а) случаи ненамеренного каламбура (11%): 1. "I know what I believe. I will continue to articulate what I believe, and what I believe I believe what I believe is right." 2. "I knew it might put him in an awkward position that we had a discussion before finality has finally happened in this presidential race."

б) случаи нарушения семантических отношений в предложении, приводящие к комическому эффекту (6,6%): 1. "The most important job is not to be governor, or first lady in my case." 2. "Our enemies are innovative and resourceful, and so are we. They never stop thinking about new ways to harm our country and our people, and neither do we." (Aug. 5, 2004) 3. "I want each and every American to know for certain that I'm responsible for the decisions I make, and each of you are as well." (Sept. 20, 2000)

Также наряду с ошибками отмечены обмолвки, классифицированные как случаи предвосхищения, или антиципации (1,7%):

"If the terriers and bariffs are torn down, this economy will grow."

Вместо *terriers and bariffs* подразумевалось *tariffs and barriers*. Перестановке подверглись отдельные слоги, возможно, по причине того, что Буш сначала собирался построить высказывание в другой последовательности (*barriers and tariffs*), но спонтанно эта последовательность была заменена другой, хотя начальные звуки этих слов уже артикулировались.

Обмолвки, классифицированные как случаи контаминации (1,5%):

"They misunderestimated me."

В данном случае произошло слияние двух слов *misunderstood* и *underestimated*. По всей вероятности Буш имел в виду два ответа, которые совместились: *They misunderstood me. / They underestimated me.*

Обмолвки, классифицированные как отзвуки, или постпозиции (1,7%):

“This is Preservation Month. I appreciate preservation. It’s what you do when you run for president. You gotta preserve.”

В действительности подразумевалось *Perseverance Month*. Буш ошибочно произнёс созвучное слово, которое полностью изменило смысл всего высказывания. Ситуация усугубилась тем, что эту речь Буш произносил перед учащимися начальной школы в Нью Хэмпшире.

Обмолвки, классифицированные как случаи замещения (2%):

“It’s going to require numerous IRA agents.”

При комментировании Бушем плана Альберта Гора относительно налогов произошло замещение аббревиатуры *IRS – Internal Revenue Service* другой аббревиатурой – *IRA (Ирландская Республиканская Армия)*. Таким образом, содержание высказывания приобрело комический оттенок (Для решения налогового вопроса в США требуются не агенты внутренней налоговой службы, а агенты ирландской республиканской армии). Причиной появления подобной оговорки может быть внезапно возникший в памяти президента фрагмент другой речи, в которой, вероятно, ему приходилось упоминать название этой организации.

На основе вышесказанного приходим к заключению, что наиболее высокий процент “высказываний-бушизмов” составляют ошибки логического характера (54,2%), в основном, это случаи затруднения вербализации мысли. На втором месте по частотности возникновения в речи Буша находятся ошибки, обусловленные недостаточным уровнем знаний (включая трудности с произношением и грамматические ошибки) (21,3%). Стилистические ошибки занимают третью позицию (17,6%). Обмолвки, составляющие 6,9% от общего количества исследованных “бушизмов”, наименее частотны в речах американского президента.

Полученные результаты подтверждают мнение о недостаточной интеллектуальности и эрудированности американского лидера. Конечно, высокий интеллект является одним из обязательных качеств для главы государства, однако некоторые психологи считают иначе. Например, А.Л. Андреев утверждает, что “слишком глубокий ум” часто вредит политической карьере, поскольку созревающие в нём идеи далеко опережают своё время и вследствие этого остаются непонятыми. Образно выражаясь, политический лидер должен держаться на шаг впереди, но никогда не отрываться от тех, кто идёт следом за ним (Андреев 2002, с.213).

Безусловно, в речах президента прослеживаются некоторые отклонения от норм речевого употребления, но их вряд ли можно считать патологическими. Поэтому выводы некоторых исследователей о наличии у Буша заболевания – дислексии недостаточно обоснованы и, по-видимому, преувеличены.

Таким образом, изучая речевые особенности Дж. Буша-младшего, можно сделать вывод о невысоком уровне интеллекта американского лидера. Зачастую он допускает отклонения от норм коммуникативного поведения, соответствующего его статусу. Неизбежно складывается впечатление не только о языковой ограниченности президента, но и о недостаточной широте его общего кругозора. Однако наличие речевых ошибок, выявляющих слабые стороны оратора, не помешало Бушу быть успешно переизбранным на второй президентский срок. Вербальные нарушения, бесспорно, способствуют пейорации политического имиджа, хотя в конкретном случае недостаток красноречия и знаний частично компенсируют лидерские волевые качества, сила характера, эмоциональность и личное обаяние политика.

Андреев А.Л. Политическая психология. М.: Издательство “Весь Мир”, 2002. - 240 с.

Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М.: Смысл, 1997. - 287с.

Стернин И.А. Риторика. – Воронеж: Издательство “Кварта”, 2002. – 224 с. – Серия “Системы и коммуникации”).

Фрейд З. Психология бессознательного: Сб. произведений/ Сост., науч. ред., авт. вступ. ст. М.Г. Ярошевский. – М.: Просвещение, 1990. – 448 с.

Анализируемый источник

<http://www.mintruth.com>

## **Тексты СМИ и рекламы**

Е.А. Астахова

### **Телевизионная реклама как ретранслятор современной картины мира**

Прошло уже почти два десятилетия с начала бурного развития рекламы в России. За это время в российском обществе происходили трансформации различного рода: экономические, политические, культурные, социальные. Картина мира, отражающаяся в массовом сознании, также претерпела изменения. Это наглядно показывает телевизионная реклама.

Массовое сознание является сознанием вполне определенного социального носителя («массы»). Оно возникает как отражение, переживание и осознание действующих в значительных социальных масштабах обстоятельств, в том или ином отношении общих для членов разных социальных групп, оказывающихся в сходных жизненных условиях.

Чтобы понять, как изменилась телевизионная реклама с точки зрения отражения в ней картины мира, мы сравнили ролики прошлых лет с рекламными сюжетами, которые представлены на нашем телевидении в настоящее время. Телевизионные ролики сопоставлялись по следующим параметрам: *построение сюжета, особенности повествования, отношение ко времени, представление товара, отраженные ценности, отношение к иностранным товарам, социальные типы, звезда в кадре.*

Анализ двух десятилетий с момента начала активного рекламирования в нашей стране, позволил сделать следующие выводы.

#### *Построение сюжета.*

В телевизионной рекламе 90-х годов ролик развивается линейно, сюжет не прерывается. Встречается реминисценция как сопоставление того, что было раньше и что есть сейчас. Соподчиненные события связываются в сюжет (например, серия роликов «Банка Империял», «Славянского банка»). Современная реклама строится в соответствии с «клиповым стилем» подачи сообщения, характерного для постмодернизма. Фрагментарность – еще одна черта роликов 2000-х годов. Стыкующиеся образы подчиняются только заданной идее (например, «Мегафон»).

#### *Особенности повествования.*

Рекламный ролик девяностых – это рассказ, в котором событие излагается медленно, с внимательным отношением к деталям. Все объяснено и показано (например, «Банк Империял», «Славянский банк»). Современный ролик – это клип, в котором демонстрируется превращение и чередование, нет никаких объяснений (например, «Reebok»).

#### *Отношение ко времени.*

В роликах девяностых время течет, как в рассказе. Используются сложноподчиненные и сложносочиненные предложения. Внимательное отношение к тексту (например, «Банк Империял»). В современной рекламе время пульсирует, главенствует видеоряд. В тексте широко используются сегментированные конструкции, парцелляция. Все чаще текст вообще отсутствует. Иногда информация подается в качестве титров (например, «Renault Megane»).

#### *Представление товара.*

В рекламе девяностых художественная составляющая преобладает над прагматической: отсутствие в кадре товара, присутствие автора. Рекламные ролики – маленькие художественные фильмы. Из-за смещения акцента в сторону творческого выражения режиссера не всегда понятно, что рекламируется (например, ролик «Казкоммерцбанка»). Демонстрируется отношение к товару как к чуду (например, реклама телевизоров «Toshiba» - «Toshiba». Чудо карнавала). Главная цель современной рекламы – продажа товара. Товар по-разному представлен в кадре, рекламная форма отличается от остальных жанров (например, «Tide»).

#### *Отраженные ценности.*

В роликах девяностых годов демонстрируются общечеловеческие ценности – духовность, доброта, забота, любовь, щедрость. Только начиная с 1998 г., в рекламе наблюдается отход от базовых ценностей к индивидуализации. Товар стал подаваться через западную систему координат. В современной рекламе наблюдается смещение ценностной ориентации в сторону большего индивидуализма. Аргументация в рекламе строится на апелляции к новым ценностям: получению удовольствий, активной деятельной жизни, уверенности в себе, независимости и т.д. (например, «Dove»).

#### *Отношение к иностранным товарам.*

Для роликов 90-х годов характерно преклонение перед иностранными товарами. Это хорошо показано в слогане: «Тайлос». Очень English чай!» Многие ролики озвучены на английском языке, часто с преувеличенным русским акцентом. Но, например, в ролике «Coca Cola» закадровый текст полностью произносится на английском, а в конце слоган дается на русском: «Coca Cola. Пей легенду!». В наши дни в рекламе наблюдается возвращение к демонстрации русских традиций, природы, характеров, ценностей (например, продукты «Вкуснотеево», «Слобода»).

#### *Социальные типы.*

В 90-е годы реклама показывала людей из народа (например, Леня Голубков в рекламе «МММ», тетя Ася в рекламе стирального порошка «Ariel»). Демонстрировалось социальное расслоение, которое в рекламе предлагается смягчить (например, реклама чая «Тайлос»). В современной рекламе, напротив, говорится о том, что всё всем по силам, что мир открыт для всех. Тем не менее рекламные ролики четко адресованы конкретным целевым аудиториям с разными финансовыми возможностями.

#### *Звезда в кадре*

Человек со звездным статусом представлен в рекламе 90-х как всенародный любимец, к мнению которого обязательно нужно прислушаться (например, актриса, в рекламе «МММ», сыгравшая Марию в сериале «Просто Мария»). Если в современном ролике снимается звезда, то ее стремятся показать как обыкновенного человека, у которого есть такие же проблемы и потребности, как и у тех, кто находится по ту сторону телеэкрана (например, Валерия, Меньшова и проч.).

Таким образом, в каждый исторический период времени в массовом сознании формируется определенная картина мира. Это происходит под воздействием объективных (экономические, политические, культурные и социальные процессы) и субъективных факторов (изменения, которые происходят конкретно с каждым человеком под воздействием все тех же объективных факторов). Телевидение, являясь самым массовым СМИ, представляет собой зеркало, в котором отражаются все происходящие изменения. Путем демонстрации ценностной ориентации, полоролевого поведения, стереотипов, потребительского поведения оно транслирует нам современную картину мира.



За последние почти 15-20 лет произошли существенные изменения в массовом сознании. Люди стали по-другому относиться ко многим вещам, в том числе и к рекламе. Вырванные из контекста телевизионные ролики 90-х годов уже могут казаться непонятными потребителю новой экономической формации, так как реклама имеет четкую привязку к определенному историческому периоду.

Сегодняшняя реклама – это своеобразный эксперимент с потребительским восприятием. Реклама изменилась. Ее развитие шло от общего к частному, от глобального к деталям. Сравним, например, рекламный слоган банка «Империял» (Всемирная история. Банк «Империял») и девиз «Импэксбанка» («Кредит на автомобиль любой марки»). В рекламе преобладает прагматическая, утилитарная сторона, и нет ощущения той глобальности происходящего, которое было в 90-х годах.

В данный момент происходит процесс визуализации сознания потребителя, так как аудитория верит только тому, что сама прочитала, увидела или услышала. Появляются новые образы, возникают иные стереотипы, но одно пока остается неизменным – текст по-прежнему является главным раздражителем при принятии решения о покупке.

Н.М. Вахтель

### **Высказывания с глаголом в форме прошедшего времени в позиции газетного заголовочного микротекста, формирующие речевые акты знания и мнения**

Пишущий журналист свои знания и мнения оформляет в пропозиции, сжато представленной в позиции ГЗ, которая никак не может быть соединена с модусами «я знаю» или «я думаю», и с показателями субъективной модальности. Однако он в заголовке утверждает нечто, что потом в тексте представлено в развёрнутом виде. Его высказывание в позиции ГЗ достоверно, так как достоверность, по мнению В.А. Белошапковой, выражается имплицитно: самим отсутствием показателя недостоверности (Белошапкова 1989, с.83–84). В этом случае читающему не приходится сомневаться в достоверности высказывания в заголовке, так как он является формулировкой того положения дел, которое заключено в самом материале статьи под ним. Достоверным или недостоверным может быть само содержание этого материала.

Однако высказывание в позиции ГЗ, являясь речевым актом, может передавать массу разнообразных целеполаганий, то есть иллюкутивных целей пишущего, так или иначе представляющего в заголовке то или иное положение дел, те или иные события и факты. Поэтому дело здесь не в

достоверности его высказывания, а в качестве его оценки, интерпретации фактов, событий, героев каких-либо событий или фактов, обозначенных в заголовочных высказываниях. Этим, вероятно, можно объяснить отсутствие в высказываниях в позиции ГЗ модальных слов как показателей достоверности/недостоверности в этих высказываниях. Процедура выбора и помещения в фокус высказывания в позиции ГЗ разных языковых единиц относится к области языковой компетенции журналиста.

Знание в речевых актах-высказываниях в позиции ГЗ может выражаться или пропозициями, получаемыми в процессе непосредственного наблюдения, или пропозициями, полученными в результате обработки информации из третьих рук, что бывает гораздо чаще. В этом случае ни о какой другой иллокутивной цели, кроме простого бесстрастного информирования, говорить не приходится. Такое высказывание сродни историческому повествованию, которое реализуется в ассертивных речевых актах в обезличенных объективных типах высказываний.

Автор-ретранслятор является посредником между каким-либо лицом или объединением лиц как источником информации и её получателем. В этом случае мы имеем дело с так называемыми опосредованными локутивными речевыми актами, но интерпретируемыми читателем как иллокутивные, призванные реализовать ассерцию, которая может быть и констатацией фактов, и утверждением чьих-то мнений.

В позиции ГЗ могут употребляться высказывания, в которых излагаются «исторические факты», знания о них журналист получает из разных источников. Как заметил Э. Бенвенист, такими высказываниями строится «план истории». Эти заголовки отчуждены от их автора. В них отсутствуют эгоцентрические элементы, в том числе формы времени и лица, но имплицитно выражен модус знания: «я знаю, что...» или «я видел, что...», «я понимаю, что...» (Бенвенист 1974, с. 57).

Факты открывают, обнаруживают журналисты. Информация о том, что в таком-то месте в такое-то время с таким-то человеком или предметом произошли такие-то события, отчуждается от адресанта. Помещая такую информацию в позицию ГЗ, он делает своё знание о них достоянием потенциального читателя.

Обезличенный тип повествования обозначает фактуальное изложение событий из жизни каких-либо лиц, даёт информацию о произошедших событиях и их участниках. Как показывает анализ материала, наиболее удобной формой для выражения такого содержания являются высказывания в позиции ГЗ, содержащие глаголы-сказуемые в форме третьего лица прошедшего или настоящего времени и нейтральные лексемы с нейтральным значением без показателей иллокутивной цели. Форма третьего лица позволяет изложить истинность положения дел.

Обычно такие высказывания содержат информацию о передвижениях публичных людей в пространстве. В их фокус помещены имена собственные или их субституты, переносные употребления, опирающиеся на контекст культуры, в которой сложились определённые характерные

признаки тех или иных лиц, известных основной массе носителей языка. Инициальную позицию, позицию фокуса, могут занимать наименования предприятий, фирм, организаций, географических понятий и других объектов.

*Звёзды Голливуда приехали в Воронеж (КП, №178, 03);*

*Алина Кабаева вернулась побеждать (Русский курьер, №107, 03);*

*Путин направился к Бушу (Нез.Г., №205, 03);*

*Шмаров вернулся в Воронеж (К.П., №42, 03);*

*Президент Белоруссии посетил с рабочим визитом Москву (Коммерсант, №178, 03);*

В такой форме озаглавливаются тексты, рассказывающие о различного рода происшествиях, неординарных событиях.

*Город исчез в морской пучине (Парл.Г., №193, 03);*

*Лидер липецких коммунистов заплатил тысячу рублей за митинг против войны (Коммерсант, №63, 03);*

Подобные заголовки содержат высказывания, бесстрастно передающие информацию о фактах и событиях, происходящих в мире.

*Первая ракетка попрощалась с Москвой (Рос. Г., №195, 03).*

У читателя скорее всего не возникнет сомнения в том, о ком пойдёт речь в последующем тексте: в последнем примере пишущий руководствуется именно этим соображением при выборе именной группы для фокуса высказывания в позиции ГЗ.

Казалось бы, ассертивные речевые акты, которые содержатся в этих высказываниях, должны передавать информацию о происходящих событиях и фактах всегда абсолютно бесстрастно и отстранённо. Однако и в этом случае часто появляются такие заголовки, когда авторы прибегают к использованию прагматически нагруженного лексического наполнения своего высказывания в позиции ГЗ. В результате уже в самом заголовке появляется или некая оценка событий, о которых пойдёт речь в публикуемом материале, или иронический подтекст; или некоторое фамильярное отношение к участникам тех или иных событий. Журналист уже в заголовочном высказывании, ассертивном речевом акте вольно или невольно оттеняет своё сообщение собственным отношением к описываемым в дальнейшем тексте ситуациям.

*Минимальная зарплата погналась за минимумом.*

*(Коммерсант, №183, 03);*

*Валентина Матвиенко прошла начальную боевую подготовку.*

*(там же);*

*Президент сделал исключение для Главкома ВВС (там же).*

Не совсем ясно, положительно или отрицательно оценивает журналист те события, о которых пишет в своём материале. А в первом примере выражено явно ироническое отношение к размерам существующих зарплат.

В результате в заголовочных высказываниях появляется двойной смысл, что ведёт и к двойственной интерпретации фактов и событий, и, что самое

главное, отражается на характере общественного мнения, так или иначе формируемом СМИ.

Информация о каком-либо факте в заголовочном высказывании может превратиться в осуждение в результате использования элемента «его же» в следующем примере:

*Адвоката сдали в милицию его же защитники (Коммерсант, №183, 03).*

Осуждение, упрёк и обвинение эксплицитно или имплицитно выражены и в следующих случаях:

*Потребкооперация наторговала на второе место*

*(Вор. Обозрение, №43, 03);*

*Яковлева бросили (Мол. Коммунар, №16, 03);*

*Землю раздали (Вор. Обозрение, №43, 03);*

*Россию обескровили (Мир Нов., №40, 03);*

*Диплом нарисовали (Труд, №178, 03).*

Нетрудно заметить, что в некоторых из приведённых заголовочных высказываний использованы неопределённо-личные предложения, которые оказались чрезвычайно удобными для этой позиции, так как позволяют передать информацию без указания на активного субъекта-деятеля. Кроме того, в них авторская отстранённость может быть объективной, относительной и обобщённой, что снижает критичность отношения в восприятии информации, «так как индивиду (герою публикации) заведомо противопоставлена установка целостной группы» (Вахтель, Голицына, 1991, с. 43).

Неопределённо-личные предложения-высказывания в позиции ГЗ могут содержать указания на некоторое множество лиц, принадлежащих каким-либо административным структурам или определённым территориям. В коммуникативном фокусе в этом случае оказывается субъектно- или объектно-локативный компонент. Участник ситуации не назван или по неведению, или за ненадобностью, что тоже очень подходит для позиции ГЗ.

*В Греции донского казака назвали античным богом (Парл.Г., №193, 03)* – информация о вердикте третьего лица (ретранслируемый вердиктив) – текст рассказывал о штангисте И.Морозове;

*В Москве заговорили о ВАСО (Коммуна, №57, 03);*

*В камерах запретили держать собак (Мол. Коммунар, №16, 03);*

*В Таиланде Путину показали...казаков (там же)*

– этот заголовок привлекает внимание ещё и тем, что в нём автор использовал фигуру напряжения (психологическую паузу). Текст публикации под ним содержал информацию о том, как В.В. Путину, когда он был в Таиланде, показали фигурку русского казака.

*В Липецке украли билеты на концерт Ф. Киркорова*

*(КП в Вор., №209, 03);*

*В Грозном украли директора дома престарелых*

*(Коммерсант, №198, 03);*

*В Новосибирске украли энергию (Парл.Г., №229, 03).*

Подобные заголовки отличаются насыщенностью информацией, быстро завладевают вниманием читателя. О такого рода высказываниях Г.А.Золотова писала: «С точки зрения говорящих (пишущих) предложения с неопределённым субъектом характеризуются признаком эксклюзивности, исключительности» (Золотова, 1998: 117). Именно это их качество объясняет «любовь» к ним авторов ГЗ.

Странными выглядят следующие заголовки:

*Боевики дали прикурить (Русск. курьер, №107.03) –*

так называлась статья о погибших в бою с боевиками солдатах. Журналисту должно быть известно, что в русском языке фразеологизм “дать прикурить” имеет значение «проучить, побить, разбить» врага (см. Фразеологический словарь русского языка, 1978: 128).

*Американцы въехали в палестино-израильский конфликт (Коммерсант, №190.03) –*

так назывался материал о том, что в секторе Газа была взорвана машина с дипломатом из США. Слово «въехали» в данном контексте неуместно, так как налицо его ироническое звучание за счёт просторечного употребления со значением «ввязаться», «завязнуть».

Ассертивные речевые акты в заголовочных высказываниях часто передают информацию о кадровых изменениях в тех или иных организациях.

*Шакиров стал главным редактором «Известий» (Росс.Г., №209, 03);*

*Егор Строев назначил своим заместителем депутата Госдумы (Коммерсант, №190, 03).*

Однако и в этих высказываниях иногда допускается выражение собственного отношения к событиям и фактам. Так, для публикации о победе сына Алиева в Азербайджане журналист выбирает заголовок, содержащий элемент «снова», что порождает добавочный смысл: «ничего не изменилось»:

*В Азербайджане снова президент Алиев (Коммерсант, № 190, 03);*

*И.о. губернатора Петербурга стал заместителем неизвестно кого (там же) –*

содержал информацию о вакансии места полпреда Северо-Западного округа.

В позиции ГЗ высказывание выступает как речевое проявление события, преобразованного в сознании сначала воспринимающего его журналиста, позже – в сознании читателя - получателя информации.

События и факты всегда существуют в тесной связи с определёнными суждениями о них. Один и тот же факт может подвергаться неодинаковому осмыслению. В этом нет ничего страшного, пока информация о нём не служит формированию общественного мнения. В случае сообщения информации в СМИ индивидуальное осмысление событий и фактов становится значимым, так как СМИ формируют общественное мнение, влияют на общее мировоззрение читателей. В этом и проявляется сильная

прагматическая направленность как самих текстов, так и их заголовков в газете.

В огромном массиве заголовков используются высказывания в виде ассертивных речевых актов, дающих установку на какое-либо определённое, как правило, знакомое многим публичное лицо, о котором пойдёт речь в последующем тексте, или предмет. Само имя этого лица уже обрисовывает тему и объект публикуемого материала. Типовыми пропозициями в этом случае являются следующие: субъект и его действие, субъект или предмет и его перемещение в пространстве, субъект и преодоление им препятствий, субъект и его назначение или перевод на новую должность, субъект и планирование им каких-либо действий, субъект или предмет и его состояние и др.

*Шакиров стал главным редактором «Известий» (Росс. Г., №209, 03);*

*Префект стал кавалером (Веч. М., №179, 03);*

*Человек стал серийным убийцей королевских кобр (Г. №178, 03);*

*Дрофа стала символом Саратова (Парл. Г., №193, 03);*

*Рубль стал конвертируемым (Изв., №174, 03);*

*Школьники стали болеть больше (Нез.Г., №205, 03);*

*Драгоценности стали общим достоянием (Изв., №191, 03).*

Некоторые высказывания фиксируют увеличение или уменьшение количества проявлений какого либо явления или количества предметов и субъектов, о которых идет речь в публикуемом материале.

С помощью высказываний в ГЗ журналист передаёт информацию и о фазах процессуального развития какого-либо явления. Не случаен выбор для передачи фазисной ситуации высказываний с предикатами начала, продолжения и конца, что соответствует информации об одной из трёх логически возможных временных фаз события. Фактически в позиции ГЗ мы имеем дело с утверждением существования или не существования какого-либо события по сравнению с более ранним положением дел. Знание этого нового положения дел даёт возможность автору заголовка передавать информацию о нём потенциальному читателю. Так, следующие ГЗ сообщают о фазе события:

*Начался слёт активистов детских общественных объединений  
Москвы (Изв., №191, 03);*

*В «Матросской тишине» Ходорковский начал курить (КП, №23, 03);*

Высказывания с глаголами прошедшего времени совершенного вида типичны в повествовательном типе текстов. «Пришёл, увидел, победил» – это уже костяк романа; «Пришёл, увидел, украл или убил» – детектива. В подобных высказываниях есть элемент интриги, что служит стимулом для поддержания читательского интереса к опубликованному под таким заголовком материалу. Такие заголовки способны обозначить характер события-происшествия, которое является референтом высказывания о нём. Событие обычно представляется неожиданным и, как правило, оценивается отрицательно. Скажем, заголовок:

*Поезд сошёл с рельсов –*

может вызвать вопрос, кто виноват в гибели людей и кто будет за всё отвечать.

В фокусе находится семантическое представление передаваемого события, в состав которого входят конкретный производитель действия, а иногда и жертва или жертвы того или иного происшествия. Однако почти всегда отсутствует лексическое заполнение позиции виновника происшествия в семантическом представлении не только в самом заголовке, но и в последующем тексте:

*Прокурор проехал мимо Воронежской области (Нов. Г., №87, 03).*

В подобных высказываниях в ГЗ, формирующих ассертивные речевые акты – констативы, фокус может передвигаться, с наименования лиц, групп лиц и разного рода их объединений на локальные и временные распространители:

*В Колумбии назрела коррупционная ситуация (Коммерсант, №198, 03);*

*У жилого дома прогремел взрыв (КП в Вор, №178, 03);*

*Год назад нас повернули на «Норд-Ост» (КП в Вор, №198, 03);*

Интересен заголовок –

*Путин убрал амортизатор между властью и олигархами  
(Мир Нов., №45, 03)*

тем, что сообщение о кадровых перестановках передаётся вместе с оценкой увольняемого лица (А. Волошина). Такой заголовок можно отнести к полиинформативным ГЗ, так как читатель уже из него узнаёт, что А. Волошин сглаживал разногласия между олигархами и властными структурами.

Прошедшее время в форме перфекта считается в лингвистической литературе относительным (Шмелёв 1960, с. 5). В.Б. Кашкин его называет субъективным (Кашкин 1983, с. 67). Но как бы его ни именовали разные учёные, всеми признаётся отсутствие в высказывании с предикатом в форме прошедшего (перфектного) времени эксплицитного указания на какой-либо временной ориентир. В позиции ГЗ удобно использовать перфектное время для констатации таких фактов или событий в недалёком прошлом, результат которых чрезвычайно актуален для настоящего. В таких заголовках всегда передаётся информация о том, что случилось, произошло. Особенностью подобных высказываний в позиции ГЗ является то, что результат называемого события, представленного предикатом в перфекте, не происходит сразу, а устремлён в будущее. Такое положение дел даёт возможность заголовку стать информативно и прагматически нагруженным, а грамматическую категорию времени считать ещё и прагматической категорией.

«События (в идеале), – пишет Дж. Лайонз, – подобны математически определённым точкам в том, что они занимают определённую позицию, но (в идеале) не имеют величины: они существуют (или имеют место) во времени, но они не имеют временного протяжения. Бессмысленно спрашивать об (идеальном) событии, определённом таким образом, что можно осмысленно спросить о состоянии или деятельности: «Как долго

это продолжалось?» или «Сколько времени это заняло?» (Лайонз 2003, с.340). Однако в физическом мире идеальных событий не бывает, ср.: взрыв, вспышка молнии, которые как события только объективно имеют некоторую протяжённость в пространстве и времени. Однако субъективно ситуации, имеющие фактически временную протяжённость, длительность, могут восприниматься как мгновенные, в этом случае речь может идти уже о событии.

---

Белошапкова В.А. Современный русский язык. Синтаксис. / В.А. Белошапкова. –М. : Высш. школа, 1989. – 248с.

Бенвенист Э. Общая лингвистика. / Э. Бенвенист. –М. : Прогресс, 1974.

Вахтель Н.М. Предложение, высказывание, речевой акт / Н.М.Вахтель, Т.Н. Голицына // Традиционное и новое в русской грамматике. Сб. статей памяти В.А.Белошапковой. – М. : Изд-во Индрикс, 2001.– С.42-45.

Золотова Г.А.,Онипенко Н.К.,Сидорова М.Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. – М. : РАН, 1998.

Кашкин В.Б. Перфект как субъективное время / В.Б.Кашкин // Вестник ЛГУ. – 1983. – № 20. – С. 67-70.

Лайонз Д. Лингвистическая семантика. Введение / Д. Лайонз. –М. : Языки славянской культуры, 2003.

Р.В. Дыкин

### **Проблематика текстов социальной рекламы и общественное сознание**

Медiateкст является мощным рычагом формирования общественного сознания. Часто он направлен на изменение поведения индивида. Особенно четко это качество проявляется в рекламе, которая создается для достижения чисто практических целей (стимулирование сбыта продукции, потребления конкретных услуг и т.п.).

Однако далеко не всегда объектом рекламы является товар, услуга или организация. В задачи так называемой социальной рекламы входит популяризация определенной модели поведения, пропаганда общественно значимых ценностей. Методы при этом выбираются разные: от предельного заострения проблемы (шоковая социальная реклама) до озвучивания положительных стереотипов.

По оценкам, на социальную рекламу в России расходуется около 1-2% всех годовых затрат на рекламу. Это гораздо меньше, чем в Европе. Дмитрий Харшак в статье «О немецкой социальной рекламе и немецкой социальной помощи» утверждает, что в немецком городе Дессау коммерческими сообщениями занято не более четверти поверхностей наружной рекламы. Остальные щиты и плакаты призывают к милосердию



и помощи бедствующим, здоровому образу жизни, своевременной профилактике заболеваний и т.д. (Харшак).

Хотя в России социальная реклама еще не стала широко распространенным явлением, анализ ее содержания позволяет определить наиболее актуальные проблемы общественной жизни. На заседании правительства Санкт-Петербурга осенью 2006 г. обсуждался вопрос о внесении изменения в закон о грантах на производство и размещение социальной рекламы. Перечень предлагалось дополнить темами, посвященными демографической проблеме, укреплению семьи, а также патриотическому воспитанию и повышению престижа службы в российской армии. Это отражает приоритеты российской власти в работе с общественностью. Заметим, что поправки в местный закон уже вносились.

В феврале текущего года перечень был дополнен проектами, направленными на гармонизацию межнациональных отношений и формирование толерантного сознания. Борьба с ксенофобией – тема, чрезвычайно актуальная для Воронежа. Однако широкомасштабных кампаний, поднимающих эту тему, в нашем городе не наблюдалось. Между тем в Челябинске, где проблемы этно-конфессиональной розни проявляются в меньшей степени, летом была выпущена серия плакатов и растяжек с общим слоганом «Мы все разные. Нам хорошо жить в одном городе!».

Эхо межэтнических конфликтов в Санкт-Петербурге, Воронеже и других городах разнеслось по всей стране, став стимулом для появления новых социальных проектов. 1 сентября 2006 года стартовала кампания «Рязань – город без вражды» в рамках проекта «Противодействие языку вражды: мониторинг и общественные действия». Одной из важных составляющих кампании стала серия образовательных мероприятий для журналистов, проводимых Рязанской школой прав человека

(РИА 7 новостей – <http://www.7info.ru/index.php?kn=1157359823>).

Данный факт является доказательством того, что адресатом социальной рекламы может быть не только широкая общественность, но и лидеры мнений. Сами кампании подобного рода тяготеют скорее к public relations, чем к рекламе.

На плакате Н. Герасимова, выставленном на Первом Международном фестивале социальной рекламы, присутствует слоган: «Когда ничего не светит, появляются разные мысли». Его дополняет короткий текст: «В России сегодня около 1 млн. человек с профашистскими взглядами. Большинство из них – люди, живущие на уровне бедности...». На иллюстрации зритель видит солнце, поэтапно преобразованное в свастику. Это еще один пример социальной рекламы против ксенофобии.

Противодействие «языку вражды» в целом характерно для социальной рекламы (вне зависимости от поднимаемых в ней проблем). В большей степени это касается «положительно заряженных» рекламных текстов, в меньшей степени – шоковой рекламы. Но и в последнем случае наличие

агрессивной лексики либо оправдано контекстом, либо является скорее «перегибом», чем правилом.

Среди других характерных для России тем социальной рекламы можно выделить противодействие распространению наркотиков и профилактику ВИЧ-инфекции. Но реальное разнообразие проблематики этого вида рекламы в нашей стране гораздо шире. Например, на улицах города Иваново вскоре должны появиться плакаты, предостерегающие горожан от грабителей, занимающихся похищением сотовых телефонов.

Поскольку социальная реклама в России устоялась, общественность может выступать активным субъектом в определении ее тематики. Опрос газеты «Краснодарские известия» (<http://www.ki-gazeta.ru>) показал, что, по мнению жителей города, в социальной рекламе прежде всего следует поднимать проблемы образования, здравоохранения и спорта. В понимании граждан, социальная реклама должна отличаться от другой информации масс-медиа позитивным настроем и продвижением «хороших идей».

Харшак Д. О немецкой социальной рекламе и немецкой социальной помощи. – [www.creatiff.ru/article/708](http://www.creatiff.ru/article/708)

Н.А. Коломейцева

### **К вопросу о соотношении понятий «личный PR», «мнение», «имидж», «репутация»**

Феномен «личного PR», на наш взгляд, заключается в его комплексном и поэтапном развитии. «Личный PR» нельзя определить однозначно, так как он носит multifunctional характер в контексте создания привлекательного образа личности в сознании масс. Предположительно, он представляет собой некую совокупность действий, направленных на формирование системы взаимосвязанных элементов желанного образа.

С этой точки зрения интересно будет рассмотреть проблему дефиниций компонентов «личного PR» – «мнения», «репутации», «имиджа» - и их комплексного взаимодействия. Это, на наш взгляд, позволит выявить основные аспекты восприятия данных понятий в сознании масс и тем самым дать определение понятию «личный PR».

Гипотеза автора заключается в том, что комплексный PR личности зарождается и развивается путём совершения системы действий, которые вызывают ответную реакцию аудитории и формируют у неё мнение об объекте PR.

В данном случае под «мнением» подразумевается суждение относительно некоторого объекта, включающее субъективную оценку. Учитывая разнородность масс и индивидуальность восприятия данного

факта в сознании носителя языка, можно предположить появление множества различных мнений относительно свершившегося действия.

В итоге совокупность информации о том, каким образом личность выстраивает своё поведение, порождает «репутацию». Она, в свою очередь, рассматривается сознанием как динамическая характеристика поведения личности, формирующаяся в течение длительного периода времени.

Следует отметить, что процесс создания репутации базируется на рациональном восприятии личности в сознании аудитории. В частности, репутация возникает путём получения достоверных знаний и оценок личности, зачастую подкрепляется собственным опытом взаимодействия с объектом PR.

Нередко репутация формируется в течение длительного периода времени, что впоследствии позволяет увеличить срок её «эксплуатации». Создание благоприятной репутации предполагает использование стратегических действий, основанных на определённом анализе и планировании. При этом в рамках стратегической концепции формирования репутации появляются предпосылки для создания имиджа. С одной стороны, это закрепляет в сознании масс уже некогда построенный, «рациональный» образ личности, а с другой стороны, позволяет эмоционально воздействовать на сознание и манипулировать им в дальнейшем.

Традиционно существует несколько определений имиджа как одного из основополагающих элементов системы личного PR. Прежде всего, имидж можно рассматривать как некий сформированный образ, выделяющий определённые ценностные характеристики личности и оказывающий эмоционально-психологическое воздействие на сознание аудитории. Стоит подчеркнуть, что имидж имеет двойственную природу: с одной стороны, он носит стихийный характер, а с другой - целенаправленный. В свою очередь, целенаправленный имидж трактуется как поверхностное, искусственно созданное представление о личности, которое складывается в сознании носителя языка. Другими словами, имидж – это некая эмоция, реакция массы на результат функционирования системы «личного PR».

Отличительной особенностью имиджа является то, что он может быть организован в довольно короткий период времени и изменён в зависимости от направленности общей концепции позиционирования личности. Несомненно, основными инструментами формирования имиджа и его корректировки выступают связи с общественностью, рекламные и PR-кампании в средствах массовой информации. В свою очередь, СМИ формируют в сознании аудитории определённые идеи и установки.

Важно отметить, что целенаправленное формирование имиджа по сути представляет собой позиционирование собственной репутации. В частности, массовое сознание воспринимает целенаправленный имидж как идеальную заявленную позицию личности. Репутацию же трактуют как воспринятую, реальную позицию объекта PR.

Итак, взаимосвязанные элементы «личного PR», такие как «мнение», «репутация», «имидж», можно назвать основными инструментами формирования привлекательного образа личности в сознании масс. Другими словами, это «комплексный PR личности», или «личный PR».

Т.Б. Колышкина

### Особенности употребления местоимений в рекламном тексте

Анализ текстов рекламы компьютеров и периферийных устройств в специализированном журнале «Мир ПК» показал значимость для рекламы грамматических средств языка.

Для усиления функции воздействия в рекламе наряду с глаголами используются местоимения. Рассмотрим функции в рекламном тексте двух разрядов местоимений – личных и притяжательных.

Личные местоимения выполняют прагматическую функцию, указывая на отношение лица к коммуникативной ситуации. Поскольку реклама нацелена на массовую аудиторию, вместо имени конкретного адресата в рекламном тексте часто используются личные местоимения, создающие у потребителя ощущение непосредственного участия в коммуникации. Местоимения 1-го или 2-го лица, отсылающие к говорящему (*я – мы*) или к слушающему (*ты – вы*), выполняют дейктическую функцию, определяя связь предмета с коммуникативной ситуацией.

Чаще других употребляется в рекламном тексте местоимение 2-го лица мн. ч. Местоимение *вы* придает обращению более доверительный тон, способствует установлению контакта между продавцом и покупателем, сокращает дистанцию между собеседниками: ***Вы** много работаете за компьютером? Ваши глаза быстро устают?* [Мир ПК 2001 №11, 3]; *Накрывает лавина информации? **Вам** нужен AquaServer* [Мир ПК 2002 №10, 83]; *С BenQ **Вам** откроются все яркие стороны жизни* [Мир ПК 2002 №10, 21].

Следует обратить внимание на то, что для рекламных текстов характерно написание местоимения 2-го лица мн. ч. как с прописной (форма вежливого обращения), так и со строчной буквы. Этому факту можно найти следующие объяснения. Во-первых, большинство рекламных текстов анализируемого издания рассчитано на достаточно серьезных потребителей, с высоким интеллектуальным уровнем, хорошим образованием, занимающих определенное положение в обществе. Так, например, следующее обращение адресовано руководителям: *Для того чтобы стать лидером в бизнесе, **Вам** нужна надежная опора, на которую можно положиться. Для компании Kyocera создавать надежную технику – естественно. Произведенные с помощью уникальной технологии долгого*

жизненного цикла принтеры и многофункциональные аппараты Kyocera поддержат **Вас** в стремлении к успеху. Просто сфокусируйтесь на цели и доверьте управление своей документацией компании Kyocera. **Вы** окажетесь в надежных руках! [«Мир ПК» 2005 №9, 5]. В этом случае местоимение *Вы* - вежливая или официальная форма обращения к одному лицу.

Во-вторых, рекламисты обращаются на «вы» ко всей целевой аудитории, имея в виду собирательный образ адресата. Например, в следующем рекламном тексте употребление «вы» (как обращение к группе лиц) вполне допустимо и оправдано, поскольку сама услуга (скоростной Интернет), а также выбор лексики, синтаксис, стиль явно указывают на адресата – молодежную аудиторию и подростков: *Офигительный коннект / Супершустрый интернет / Чтобы подключиться к Интернету через ADSL на скорости в 500 раз быстрее самого крутого Dial-Up-модема, достаточно обычной телефонной линии: никаких дырок в стенах, никаких проводов. Нужно лишь, чтобы на вашей АТС был ADSL-провайдер, а у вас – специальный модем, который сам сконфигурирует подключение и уже через три минуты после подачи питания соединит вас с Интернетом на сумасшедшей скорости / И самое приятное – ваша телефонная линия всегда остается свободной для обычных телефонных звонков* [«Мир ПК» 2005 №9, 21]. Специфика этой целевой аудитории вполне допускает демократичное общение на «ты». Кроме того, употребление формы 2-го л. мн. ч. в данном примере отражает свойственное молодым людям стремление быть вместе, объединяться в группы.

В приведенном выше рекламном тексте сочетание терминов и молодежного жаргона в заголовке (*Офигительный коннект / Супершустрый интернет*) сразу привлекает внимание. Нужно отметить, что использованная экспрессивная лексика несет положительную оценку. Следует отметить, что личное местоимение в сочетании с разговорной лексикой и молодежным жаргоном в данном тексте выступает как прием стилизации под неформальную, «агрессивную» речь молодежи четко проявляет социальные роли адресанта и адресата, подчеркивает общение на равных и отсутствие назидательности.

В компьютерной рекламе активно используется также форма 1-го лица *мы* в значении 2-го, когда, прибегая к приему проекции, рекламодатель прогнозирует стиль жизни определенной целевой аудитории и ведет повествование от лица представителей этой группы: *Мы привыкли к комфорту не только в офисе, но в любом месте, в котором находимся. Мы привыкли к скорости и мобильности – основным жизненным принципам нашего стремительного века, века информационных технологий. В наше время уже недостаточно идти в ногу со временем – надо опережать его! С ноутбуком iRU Stilo 3015, созданным с использованием мобильной технологии Intel Centrino, мы получаем надежный и быстрый доступ к информации в любое время и в любом*

месте, где бы **мы** ни находились – даже в любимом уютном кресле [Мир ПК 2004 №9, 13].

Такая форма построения текста помогает приблизить обращение к потребителю, местоимение *мы* создает обобщенный образ адресата – людей, для которых в жизни важны скорость и комфорт.

Значительно реже в анализируемых текстах встречается местоимение 1-го лица ед. ч. Местоимение *я* служит для обозначения говорящим самого себя, в рекламе оно абстрагировано и представляет любое лицо. Местоимение 1-го лица ед. ч. в заголовке подчеркивает индивидуальность и активность потребителя: *Мой ноутбук должен оставаться таким же ЭНЕРГИЧНЫМ, КАК И Я* [Мир ПК 2002 №10, 15] или *Я и моя семья заслуживаем только самое лучшее* [Мир ПК 2003 №11, 5].

Местоимения 1-го лица ед. ч. употребляются в тех случаях, когда рекламодатель вводит в рекламный текст речь адресата, а основным визуальным образом является реальный или типичный потребитель, например, в рекламе ноутбуков Samsung [Мир ПК 2004 №7, 3]: *«Бизнес требует от **меня** полной отдачи»*. Реплика потребителя дается как цитата, далее следует пояснение: *Денис, 30 лет. Менеджер по продажам. Работает в офисе, часто ездит на встречи с клиентами. Считает своими сильными чертами профессионализм и мобильность*. В этом тексте потребитель выступает как активный участник рекламной коммуникации, потому что он передает часть информации. Или другой пример: *«Когда пульс событий учащается до предела, **меня** выручает мой цифровой фотоаппарат COOLPIX 775. Он компактен, удобен и прост в обращении»* [Мир ПК 2001 № 11, 57]. Это высказывание от лица персонажа-потребителя (формально построено как монолог) дополняет информацию рекламодателя. Поскольку рекламодатель позволил потребителю высказать свое мнение о товаре, можно говорить о состоявшемся диалоге. На визуальном уровне этот диалог усиливается позицией «глаза в глаза» с рекламным персонажем (портрет улыбающегося молодого человека дается крупным планом, взгляд в камеру), что создает ощущение прямого и открытого общения. В данном случае употребление местоимения *меня* в сочетании с соответствующим ему притяжательным местоимением *мой* помогает представить субъективную оценку и вносит в текст некий элемент разговорности.

Интересна в рекламных текстах и роль притяжательных местоимений. Общая для притяжательных местоимений семантика принадлежности позволяет использовать их как прагматический прием заочного присвоения реципиенту предмета рекламирования. Наиболее часто в этой роли выступает местоимение *ваши* (*Ваши*), причем особенностью его употребления является то, что, кроме основного значения принадлежности, в рекламных текстах «Мира ПК» – это объект владения (например, *ваши компьютер K-Systems Irbis Lux*), оно может приобретать те или иные дополнительные компоненты значения – не собственно притяжательные. Анализ сочетаний этого местоимения с

существительными показывает, что в зависимости от значения существительного значение местоимения может несколько видоменяться.

В анализируемых рекламных текстах слово *ваши* может, в частности, указывать на тех, кто непосредственно работает с человеком, имеющим рекламируемую технику, под его руководством, в его компании: *Потому что Ваши компьютер K-Systems Irbis Lux на базе процессора Intel Pentium 4 с технологией Hyper-Threading поможет **вашим** сотрудникам работать более эффективно!* [Мир ПК 2003 №11, 19]; *Наша линия ...цифровых принтеров и цифровых многофункциональных устройств создана как будто по заказу **Ваших** клиентов – ведь она учитывает все их потребности* [Мир ПК 2003 № 11, 97]; *Дополнительную информацию о возможностях обработки постоянно растущего объема данных **Вашей** фирмы можно получить на сайте. Выделенный канал для **Вашего** офиса за 7 дней. HP LaserJet 2300 – идеальное решение для **Вашего** офиса!* [Мир ПК 2001 №11, 27].

Местоимение *ваши* используется для того, чтобы отразить будущие достижения человека, дать оценку его работы (*Вот почему с офисной техникой **Ваши** успех безграничен!* [Мир ПК 2003 № 11, 21]; *Ноутбук ЭКСИМЕР Freelfnse с технологией Intel Centrino для мобильных компьютеров изменит **Ваши** представления о современном бизнесе – ведь где бы Вы ни были, Вы всегда сможете оперативно вести дела* [Мир ПК 2003 №11, 17]), указать на результат использования товара: *Компьютеры DEPO на базе процессора Intel Pentium 4 – гарантия **Вашей** конкурентоспособности* [Мир ПК 2002 № 10, 7]; *Чем больше периферийных устройств, тем богаче **Ваши** возможности...периферийные устройства Philips, которые Вы предлагаете своим покупателям, увеличивают Ваши продажи* [Мир ПК 2002 №10, 35]; *Но что действительно имеет значение для нас ... это **Ваши** удовольствие* [Мир ПК 2003 №3, обложка].

Кроме того, слово *ваши* может приобретать в рекламном тексте метафорическое значение, например: *центр **вашей** цифровой вселенной* (о цифровом фотоаппарате) [Мир ПК 2002 № 10, 11]; ***Ваши** «оперативный работник»!* (о принтере) [Мир ПК 2002 №10, 57]; ***Ваша** новая команда – знакомьтесь* (об офисной технике) [Мир ПК 2002 №10, 93]; ***ваше** путешествие по Интернету* (поиск в Интернете) [Мир ПК 2002 №10, 89].

Другое притяжательное местоимение *наши* в рекламных текстах обычно указывает на активную позицию адресанта, коллективное лицо производителя, ср., например: ***наша** линия элегантных цифровых принтеров* [Мир ПК 2003 №11, 97]; *посетите **наш** Интернет-сайт* [Мир ПК 2002, №10, 21]; *модели **нашей** стильной коллекции* [Мир ПК 2003 №11, 97]; *сервисная поддержка **нашей** продукции* [Мир ПК 2002 №10, 7].

Слово *наши* может обозначать круг людей, объединенных общими ценностями: *Свобода общения без границ – главная идея **нашего** времени* [Мир ПК 2002 №10, 107]. Значительно реже в рекламных текстах местоимение *наши* указывает на адресата. Такое употребление возможно в

том случае, если текст строится в форме повествования или реплики от лица потребителя, как в следующем примере: *Это все **наши** новый компьютер DESTEN eStudio* [Мир ПК 2002 № 10, 1].

Среди анализируемых примеров встретился вынесенный в заголовок прием оппозиции «наш – ваш»: ***Наши** мониторы хороши для **ваших** глаз и кошелька* [Мир ПК 2001 №8, 19]. В этом примере представлено противопоставление адресанта и адресата на основе присущих различий в семантике самих местоимений. *Наши* указывает на совместность адресанта и других, т.е. подчеркивает собирательный образ рекламодателя, характерный для рекламного текста; *ваши* указывает на совместность адресата и других, т.е. обобщенный образ потребителя на основе определенных признаков. Прием оппозиции вносит экспрессивность, но вряд ли может быть признан удачным с точки зрения эффективности коммуникации и перспективы долгосрочных отношений рекламодателя и потребителя, потому что отделяет производителя от потребителя.

В силу того, что притяжательные местоимения выражают отношение кого-, чего-либо к лицу, на которое указывают, именные группы с ними могут представлять собой свернутую синтаксическую конструкцию, при этом наблюдается столь важная для рекламного текста компрессия информации: *Многофункциональные центры Brother – формула успеха / идеальное решение для **Вашего** офиса!* [Мир ПК 2002 №10, 17]; *Посетите наш вебсайт и познакомьтесь с остальными моделями **нашей** стильной коллекции принтеров и многофункциональных устройств* [Мир ПК 2003 №11, 97]. Здесь под словами *для Вашего офиса* – понимается «офис, которым вы управляете», *наша коллекция* – это «коллекция, которую мы для вас разработали». Обычно информация, заложенная в таком сочетании, благодаря контексту интерпретируется довольно легко.

Местоимение *свой* в рекламном тексте – признак адресата, признак присвоения. Еще А.М. Пешковский в свое время указывал, что возвратно-притяжательное местоимение *свой* может относиться только к тому лицу, которое сознается субъектом действия или состояния, выраженных в слове, подчиняющем (прямо или косвенно) данное местоимение [Пешковский 1959, с. 162]. В сочетании с *мы* в следующем примере оно передает модифицированное отношение к коммуникативной ситуации: *Мы ценим **свое** время и **свою** свободу. Мы хотим сами выбирать между работой и отдыхом, где бы мы ни находились* [Мир ПК 2004 №7, обложка]. В приведенном фрагменте текста местоимение реализует значение ‘собственный’ и подчеркивает принадлежность героя к определенной группе лиц, которые больше всего в жизни ценят независимость, самореализацию, индивидуальную свободу, поэтому подсознательно стремятся чувствовать себя уверенными в собственных силах и приобретают такой продукт, который обеспечит им это психологическое состояние в любых условиях.

Таким образом, личные местоимения *ты – вы* определяют социальную роль адресата, помогают установить контакт с тем сегментом рынка, для



которого разработан данный товар. Местоимения *я – мы* служат средством персонификации, указывая на потребителя, пользователя рекламируемого товара, в ряде текстов выступают как средство организации диалога. Притяжательное местоимение *ваш*, реализуя значение принадлежности, способствует заочному присвоению товара потребителям, а местоимение *наш* определяет активную позицию адресанта. Оба эти местоимения выстраивают отношения адресата и адресанта в рекламной коммуникации, а также служат средством компрессии рекламного текста.

Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. Изд 7. М.: Просвещение, 1959.

Е.А.Моисеева

### **О некоторых особенностях употребления глаголов созидания (плодить, родить, сколотить) в газетном тексте**

Глаголы созидания во всех языках представляют собой один из наиболее важных в семантическом отношении классов. Как известно, функционирование языковой единицы в речи порождает появление производных значений. Представляется интересным рассмотреть с этой точки зрения особенности функционирования глаголов *плодить*, *родить*, *сколотить* в публицистическом дискурсе.

Как показывает анализ, глагол *плодить*, имеющий следующие словарные значения: 1) (разг.) размножать, разводить; 2) (перен.) способствовать появлению, распространению - в текстах СМИ может употребляться в необычных сочетаниях. Нередко подобные примеры используются в оценочном контексте для характеристики физических, психических, интеллектуальных или социальных черт человека:

*Хватит плодить уродов!* (Аргументы и факты №43, 2003)

*Выходит, людодефицит плодит серость. А вы разве желаете такой участи своему ребёнку?* (Аргументы и факты № 40, 2003).

*Реформа плодит изгоев* (Газета №29, 2006).

*Демократия плодит придурков* (Дуэль №42, 2000).

Данный глагол может сочетаться и с существительными, обозначающими социальный статус человека. Например:

*Многие известные певцы говорили: «Мы не на «фабрику», зачем мы сами будем плодить себе конкурентов?»* (Аргументы и факты №44, 2003).

В сочетании с этим глаголом могут вступать и ставшие нарицательными имена собственные, что создаёт иронию:

«Пластилиновые» законы, или зачем **плодить юнгеймов** (Евгений Юнгейм председатель Аскизского районного Совета депутатов) (Шанс №52, 2006).

*И все правильно пишет Минкин, а зло берет: ты же, сукин сын, активно разваливал Союз и **плодил** этих **кохов*** (об Альфреде Кохе) (Дуэль, №37, 2004).

Ирония выражается и в следующем примере:

*Внешторгбанк решил **плодить** бело-голубых **стимулянтов*** (об игроках футбольного клуба «Динамо») (Гудок от 30 октября 2006).

Как следует из примеров, глагол *плодить* употребляется по большей части для выражения негативной оценки.

Интересны также примеры употребления глагола *родить*, имеющего следующие словарные значения: 1. О женщине: произвести на свет младенца; переносное - 2. дать начало чему-н., создать что-н. В сочетания с этим глаголом, употреблённом в переносном значении (дать начало чему-нибудь, создать что-нибудь), вступают различные лексические группы существительных, называющие:

### **Явления интеллектуальной и эмоциональной сферы**

*Недаром революция **родила** в Маяковском радостное **сознание**, что теперь он вырвался не только из-под ига капитализма, но и из-под власти Бога...* (Литература №6, 2003).

*Данко или Находка **рождают свет** из себя* (Литература №6, 2003).

*События начала 90-х годов **породили** у наших людей огромные **надежды и ожидания*** (Аргументы и факты №7, 2004).

### **Результат усилий**

***Победу** **родил** провал* (О победе на чемпионате по биатлону) (Аргументы и факты №7, 2004).

*Говорят, что **проект** «Новая Россия» **рождён** выходцами из Санкт-Петербурга* (Аргументы и факты №33, 2003).

### **Явления политической и экономической сферы**

*Но идеологическая борьба, **породившая** **холодную войну** по сравнению с тем, что нас ждёт, покажется плохо написанным сценарием* (Аргументы и факты №50, 2002).

*Отсутствие у правительства внятного курса социально-экономических реформ может **породить** новую серьёзную **проблему** – **молодёжный экстремизм*** (Эксперт №16, 2002).

*Ненависть и безысходность **порождают** **волну радикализма*** (Аргументы и факты №50, 2002).

*А меня, к примеру, коробит, когда, узнав, к какому вероисповеданию я принадлежу, меня начинают хвалить за полезность моей деятельности, «воспитывающей протестантскую этику», которая автоматически*

должна в светлом будущем **породить** вождельный **капитализм** (Компьютерра №30, 2000).

Причиной этого является боязнь **породить** вторую **волну «прихватизаций»**, последствия которой могут быть весьма плачевными (Российские Вести №9, 2005).

Таким образом, изменение сочетаемости данного глагола связано, в основном, с появлением новых денотатов в общественной жизни.

Подобный процесс мы наблюдаем и при употреблении глагола **сколотить**. Этот глагол со значением 1. колотя, соединить или изготовить 2. создать, собрать, организовать (прост.) 3. набрать, накопить (прост.), ранее рассматривавшийся как просторечный, сейчас утрачивает этот стилистический компонент и воспринимается как экспрессивный. Чаще всего он употребляется для описания определённых сфер жизни, в частности, экономической, преступной, политической, ставших в наши дни часто упоминаемыми во всех видах СМИ. Например:

### **Экономическая сфера**

*Андре ушёл в охранный бизнес, на котором и **сколотил** своё миллионное **состояние*** (Аргументы и факты №44, 2003).

*Кстати, подавляющее большинство многих «работниц» успевает **сколотить** неплохой **капитал*** (Д. Донцова. Домик тетушки лжи).

*Своё **материальное благополучие** Вадим Ильин **сколотил** во время службы в Группе советских войск в Германии* (Аргументы и факты №46, 2003).

Архаичное употребление данного глагола с существительными, обозначающими экономические понятия, становится неологизмом по причине изменения социально-экономических условий, появления в общественной жизни тех реалий, которые долгое время отсутствовали.

### **Преступная сфера**

*На зарплату в 300 долларов Лапин жить не хотел и решил добывать деньги другим путём: **сколотил банду** из бывших омовцев...* (Аргументы и факты №47, 2003).

*Бывшая работница колбасной фабрики **сколотила банду** из мужиков, которая наводила ужас на дорогах юга России* (Комсомольская правда от 17 октября 2003г.).

*Наумов по кличке Кашалот **сколотил группу** из бывших рязанских «слонов», скрывавшихся от правосудия...* (Аргументы и факты № 24, 2003).

### **Политическая сфера**

*В предвыборном деле главное – **команду сколотить** и по деревням ездить* (Комсомольская правда от 3 октября, 2003г.).

*Есть такие, кто весь депутатский срок болтался по думским коридорам, **партийные блоки сколачивал** и очень убедительно обещал* (Народникъ. Предвыборная листовка).

*А помните, на заре демократии, сколько депутатов пытались на этом страхе себе предвыборную **платформу сколотить**? (Огонёк №14, 2000)*

*Но 7 лет назад кандидату №2 В. Яковлеву удалось **сколотить коалицию** и развернуть агитацию против соперника (Аргументы и факты № 41, 2003).*

Употребление глагола *сколотить* применительно к политической сфере вносит элемент иронии.

Анализ показал, что глаголы в переносном значении нередко используются для описания экономической и политической сфер жизни. Такое явление связано с общественно-политическими изменениями в российском обществе в последние десятилетия. Эти изменения способствовали образованию более свободного публицистического стиля, для которого жёсткие рамки советской цензуры были сразу же отброшены. Употребление глаголов в переносном смысле, лексики, ранее считавшейся просторечной, стало использоваться для создания в газетном тексте иронии, экспрессивности и образности. Этим явлением подтверждается мысль, высказанная И.А. Стерниным, что «публицистический дискурс стал заметно более эмоциональным и образным» (Стернин 1997, с. 14).

---

И.А.Стернин Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века, Воронеж, 1997.

М.Е. Новичихина

### **Коммерческое название: подверженность моде?**

В данной работе изучалась так называемая коммерческая номинация. В нашей трактовке коммерческая номинация – это языковая номинация учреждений и товаров, преследующая коммерческие цели и ориентированная на получение коммерческой прибыли (например: магазин «Глобус», кафе «День и ночь», турфирма «Ольвия», конфеты «Лира»).

Коммерческие наименования, относясь к именам собственным, характеризуются целым рядом черт, присущих данному разряду имен.

Так, известно, что имена – это та часть лексики, которая активно реагирует на общественные изменения. Выбор того или иного имени становится результатом сложного взаимодействия как собственно языковых, так и внеязыковых факторов. Вероятно, именно поэтому имена чрезвычайно подвержены влиянию моды.

Как утверждает А.В. Суперанская, проблема моды пронизывает всю ономастику, но в каждой отдельной области развивается особым образом (Суперанская 1973, с.43). Так, если слова-топонимы в меньшей степени подвержены моде (поскольку основное назначение топонимов – сориентировать, а не украсить), то личные имена активнейшим образом реагируют на моду. Например, в 20 – 30-е годы XX века детям давались такие личные имена, как Вилен, Владлена, Ким. В 60-е годы активно появлялись Марины, Валеры, в 70-е годы – Наташи и Сережи. А позднее вернулись «модные» еще на рубеже XIX - XX веков Маши, Кати, Насти.

Точно так же, как и личные имена, подвержены влиянию моды и рассматриваемые нами коммерческие названия.

Как показывают исследования, к современным тенденциям формирования коммерческого названия относятся:

- актуализация литературно-мифологической тематики (например, «Самсон», «Танаис»);

- появление наименований с указанием адресата, своеобразная ориентированность на покупателя, например: «Ваш уют», «Ваш дом», «Твой выбор», «Все для Вас». Случаи использования наименований такого рода ранее нам неизвестны;

- появление наименований-предписаний типа «Плати меньше», «Сделай сам», «Non stop»;

- актуализация в коммерческой номинации арифметической тематики (например: «3+2», «777», «33» и др.);

- появление звукоподражательных названий (типа «Ням-ням», «Тик-Так»).

Одной из особенностей современной коммерческой номинации является так называемая гиперболизация. Элементы гиперболизации прослеживаются в названиях с использованием обобщающих слов (типа «Для всей семьи», «Все для дома», «Все для животных и рыбалки» и др.).

В коммерческой номинации последних лет все чаще находит отражение один из традиционных способов русской коммерческой номинации — указание на местоположение называемого объекта или на принадлежность какому-либо лицу («У заставы», «У перекрестка», «У дяди Кости» и др.).

Исследования свидетельствуют, что на своеобразном этапе «выхода из моды» находится так называемая прямая номинация (т.е. конкретное упоминание в названии предлагаемого товара или услуги). Действительно, в наши дни уже не так часто встречаются названия «Хлеб», «Молоко», «Соки-воды» и т.п. - пик «моды» на эти названия пришелся на прежние десятилетия.

Значительно раньше прошла мода на использование в заголовке вида называемого объекта (парикмахерская, ресторан, мастерская и т.п. (ср. «модные» в XIX веке названия типа «Трактир Бубнова», «Сандуновские бани», «Овощная лавка Авдеева», «Парикмахерская Маргулиса» и др.).

Косвенным подтверждением того, что коммерческие названия подвержены влиянию моды, оказывается факт появления одинаковых

названий в разных регионах. К числу широко используемых названий могут быть отнесены: «Исток», «Спутник», «Ирина», «Эврика», «Натали», «Ландыш» и другие. При этом названия «Витязь», «Клен», «Исток», «Плутон» неоднократно встречаются даже в пределах одного и того же города.

Нередки случаи, когда идентичные названия даются учреждениям и товарам разных видов, например, «Ольвия» – магазин и «Ольвия» – турфирма, «Орбита» – транспортное агентство, «Орбита» – магазин и «Орбита» – сыр, «Лира» – конфета и турфирма, «Рекорд» – телевизор и магазин, «Эффект» – магазин, стиральный порошок и название чистящей губки, «Тройка» – ресторан, магазин, конфеты и шоколад, «Красная шапочка» – магазин, конфеты и шоколад, «Монолит» – клей и магазин, «Сказка» – кафе и мыло, «Идеал» – крем и магазин, «Мелодия» – конфета и магазин, «Маска» – конфета и ночной клуб, «Контур» – выставочный зал и магазин и т.п.

Можно предположить, что выявляемые стабильные ментальные механизмы номинации объясняются ассоциативной общностью внутри «коллективного» сознания (см.: Залевская 1990; Горелов, Седов 1997 и др.), а также общностью процессов фонетического восприятия (см.: Журавлев 1974; Журавлев 1991) и эстетического оценивания. Ассоциативная же общность, фонетическое восприятие, в свою очередь, мотивированы особенностями культуры, социального бытия и др.

Появление одинаковых названий в разных регионах, идентичных названий товаров разных видов, так же, как и пошив платьев одного фасона разными людьми – результат своеобразной приверженности моде.

Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. - М.: Наука, 1973. – 366 с.

Залевская А.А. Слово в лексиконе человека / А.А. Залевская. - Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1990. – 205 с.

Горелов И.Н. Основы психолингвистики / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. - М: Лабиринт, 1997. – 221 с.

Журавлев А.П. Содержательность формы знаков в современном русском языке (Психолингвистическое исследование): Дис. ... докт. филол. наук / Журавлев Александр Павлович. - Саратов, 1974.

Журавлев А.П. Звук и смысл / А.П. Журавлев. - М.: Просвещение, 1991. – 160 с.

## **Персонаж-герой как элемент атрибутики фирменного стиля**

Поскольку образ и товарный знак являются содержательными и формальными составляющими идентичности бренда, важным этапом маркетинговых коммуникаций является позиционирование бренда – определение его уникальных характеристик относительно конкурентов. Идентичность бренда – это видение его потребителем. Под идентичностью понимается уникальный набор признаков марки, который условно можно разделить на две части:

- формальные признаки, которые можно потрогать, услышать, увидеть, попробовать на вкус (атрибутика бренда);
- содержательные признаки, которые относятся к сфере чувств, эмоций, мыслей, ожиданий потребителя и возникают в связи с данной маркой.

В идеальном виде содержательные и формальные составляющие должны быть единым целым, не вызывать внутренних противоречий у потребителя. Идентичность – то содержание, каким оно должно представляться покупателю бренда. Поэтому одной из задач брендинга является максимальное совпадение запланированного и воспринимаемого образов бренда. Другими словами, должны совпадать товарный знак (форма, воплощение образа товара) – brand-name и образ (смысл, содержание, наполнение формы) – brand-image. Образ и торговый знак соотносятся друг с другом как содержимое и оболочка, и они являются составляющими идентичности бренда.

Рассмотрим понятие «образ» более подробно, с тем, чтобы понять его роль в формировании идентичности бренда.

Образ в широком понимании служит средством обобщения действительности, является представлением о чем-либо. В рекламе образ выполняет функцию обобщения характеристик рекламируемого объекта. В связи с этим следует развести два похожих понятия: образ и имидж.

Вообще, слово «имидж» (image) так и переводится – образ, представление, облик. Но если рассматривать понятия «образ» и «имидж» в контексте маркетинговых коммуникаций и рекламы, то их значение будет различно. Термин «имидж» чаще применяется к личности, когда речь идет об образе как модели поведения, стиле жизни. Понятие «имидж» употребляется, как правило, в сфере политических коммуникаций и PR. Имидж опирается на личностные качества человека, он связан с объектом реальными общими признаками по следующей схеме: товар – означаемое, его признаки – означающее, связь между ними – имидж.

Образ также строится на вполне реальных качествах товара, обобщает действительность, но связь между товаром и его признаками отсутствует. Рекламный образ стремится к полному отождествлению с товаром.

Рекламный образ строится на базе архетипа. По определению Карла Густава Юнга, «архетипы – вечные неизменные образы, проявляющиеся в разные времена в различных культурах». Архетипы имеют важное значение для создания образа бренда, так как они обеспечивают недостающее звено между мотивацией клиента и продажей товара (Михалковия 1986). Индивидуальность продукта, построенная на архетипе, прямо обращается к глубинному сознанию человека, активизируя в нем уже существующие образы. Архетипические образы обращаются к базовым желаниям и мотивациям, выпускают наружу глубокие эмоции. Такие реакции объясняются тем, что человек бессознательно воспроизводит в памяти критические моменты своей жизни либо предвосхищает их. Такие архетипические сюжеты заставляют человека реализовывать свои базовые потребности и желания (Там же).

Для воздействия рекламы это особенно актуально: потребитель отождествляет себя с увиденными рекламными образами, построенными на архетипах, типичными ситуациями и сюжетами. Следовательно, архетипическая основа запускает процессы идентификации и проекции.

Марк и Пирсон выделяют 12 архетипов (Марк, Пирсон 2005).

<b>Архетипы</b>	<b>Помогают людям</b>
творец	создавать нечто новое
заботливый	заботиться о других
правитель	осуществлять контроль
шут	приятно проводить время
славный малый	быть в порядке, как и они
любовник	искать и дарить любовь
герой	действовать смело
бунтарь	нарушать правила
маг	осуществлять превращения
простодушный	сохранять или обновлять веру
искатель	отстаивать независимость
мудрец	понимать этот мир

Причины использования архетипов в создании бренда следующие.

Во-первых, архетипы позволяют делать обращение к «опыту опытов», через инструменты маркетинговых коммуникаций обратиться к личному опыту потребителей. Архетип содержит тип эмоциональных переживаний, сюжет, этапы эмоций, цель и ожидаемый результат действий;

Во-вторых, архетип позволяет сделать маркетинговые коммуникации фрагментарными, обеспечивает легкость усваивания сообщений о бренде;



В-третьих, архетип создает глубинное значение бренда для каждого отдельного потребителя.

В рекламе существует множество образов: вербальные образы, образ автора, персонажи, герои и т.д. Все они выполняют разные локальные задачи в зависимости от вида рекламного обращения, но в целом призваны формировать и поддерживать идентичность и индивидуальность бренда.

Остановимся подробнее на рассмотрении персонажа как элемента атрибутики бренда. Прежде всего, персонаж являет собой образ, то есть некое целостное обобщенное восприятие действительности. Если говорить о персонаже в контексте рекламных коммуникаций, то он как бы обобщает «действительность» товара, проецирует на себя все его значимые и уникальные характеристики. Персонаж как нечто овеществленное является формой этого образа. Другими словами, персонаж – это обобщение, наглядно-чувственное представление, помогающее раскрыть потребителю свойства и характеристики товара.

В.Домнин разделяет персонажи на рекламных героев и персонажей – символов (Домнин 2004). К первым он относит образы, созданные на основе моделей поведения. Это такие герои, которые присутствуют только в рекламном обращении (ролике), но не являются постоянным спутником бренда.

К примеру, в телевизионном ролике рекламы пива «Толстяк» герой, сыгранный Александром Семчевым, не присутствует на этикетке самого продукта (бутылке пива). Персонажи-символы – это выдуманные образы, но они в большей степени соотносятся с атрибутикой бренда и являются формальным выражением фирменного стиля.

Персонажи выступают самостоятельным элементом фирменной символики и могут быть охраняемы юридически. Персонажи присутствуют на упаковке, в роликах, в других рекламных обращениях, их можно воплотить в форме игрушки или сувенира, образ персонажа можно использовать в местах проведения промо-акций, на выставках, то есть персонаж может реализовываться всеми средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Воздействие анимационных роликов и персонажей специфично. Они могут хорошо выполнить одну конкретную задачу рекламиста, но способны погубить другую. Уместность использования персонажей в рекламе определяется многими факторами, самым важным из которых, на наш взгляд, является следующий: персонаж используется для установления контакта с аудиторией, нейтрализации негативных образов, объединяет разрозненные по стилю рекламные продукты.

Если говорить об основных принципах создания персонажа для бренда, то необходимо выявить и проанализировать общие черты и признаки рекламного персонажа.

Персонаж – своеобразный элемент идентификации производителя, имеющий двойную природу. С одной стороны, это самостоятельный атрибут бренда, который можно зарегистрировать и охранять юридически.

Кроме того, персонаж взаимодействует с другими атрибутами бренда, объединен с ними общей идеей. С другой стороны, персонаж включен в систему фирменного стиля и неотъемлемо связан со всеми его составляющими. Основными атрибутами бренда являются *внешний вид товара, его физические свойства; имя бренда; упаковка; реклама; фирменный знак, логотип; цветовые сочетания, фирменные шрифты; жесты, прикосновения; музыка, голос, специфические фразы; естественные коммуникаторы.*

Элементами фирменного стиля являются: *цветовые сочетания, фирменные шрифты; фирменный знак, логотип; музыка, рекламный «джингл», гимн; корпоративная одежда; корпоративный речевой стиль; слоган.*

На основе этих элементов – атрибуты бренда и компонентов фирменного стиля – сформулируем общие признаки персонажа. Их может быть несколько:

- внешний вид героя.
- имя героя
- цветовые сочетания
- музыка и голос
- речевой стиль

Эти категории условно можно разделить на *вербальные, визуальные и акустические.*

К вербальным средствам создания персонажа относятся *речевой стиль* героя и его *имя*. Речевой стиль подразумевает то, как герой выстраивает коммуникацию с потребителем, какие при этом использует слова и речевые обороты. Имя персонажа и товара несет важную смысловую нагрузку. Имя товара замещает представление о бренде во всех коммуникациях, связанных с маркой. Потребитель чаще всего контактирует с именем. Сложно сказать однозначно, необходимо ли персонажу иметь имя. Имя почти всегда есть у персонажей детских брендов. Это связано с тем, что дети, выбирая продукт, в первую очередь выбирают друга. Персонаж – ситуативный друг, и ребенку проще воспринимать его с именем, так он реальнее. Требования, предъявляемые к имени, следующие:

- точность и емкость;
- краткость;
- экспрессивность;
- благозвучие;
- связь с именем бренда / продукта.

К визуальным средствам создания персонажа относятся *внешний вид* героя и *фирменные цвета*. Главным требованием к материальному воплощению персонажа является антропоморфность, то есть признаки человеческого существа. Если персонаж не напоминает человека хотя бы отдаленно, то он не вызовет никакой эмоциональной реакции со стороны

потребителя. Кроме того, ошибочно создавать персонаж, одушевляя товар. Особенно это касается продуктов питания. Дело в том, что ожившие продукты (конфета, пельмени, чипсы) могут выглядеть привлекательно и ярко на упаковке или в рекламном ролике, но не в представлении потребителя, ведь, по сути, ему (потребителю) предлагают есть нечто живое.

При создании персонажа используются те же фирменные цвета, что и для всех визуальных компонентов фирменного стиля. Цвета имеют важное значение в рекламе и коммуникации в целом, так как они обращаются не к логике человека, а к его чувствам и эмоциям. В создании персонажа цвет выполняет следующие функции:

- вызывает психологическую реакцию;
- имеет физиологическое влияние;
- передает эмоции, качество, настроение.

Кроме того, цвет служит средством выделения и акцентирования внимания.

*Музыка и голос* относятся к акустическим средствам создания персонажа. Музыка в рекламных обращениях создает специфическое настроение, передает уникальные переживания, помогает довершить целостный образ персонажа. К музыке можно отнести оригинальные песни и рекламные «джинглы» (короткие музыкальные заставки). Они помогают потребителю «опознать» продукт с первых же тактов. Музыка является фирменным маркером, идентифицирующим сообщение.

Голос также может выступать фирменным маркером бренда или продукта, довершать образ персонажа (особенно если в рекламных обращениях используется специфический неповторимый голос). Он способствует запоминаемости персонажа и, как следствие, рекламируемого товара.

*Визуальные, вербальные и акустические* средства имеют важное значение при формировании образа персонажа и при воздействии на потребителя. Они позволяют обращаться к аудитории, используя разные каналы распространения информации. К примеру, цвет и внешний вид персонажа воздействуют на зрительное восприятие потребителя (реклама на телевидении, печатная, наружная реклама). Музыка и голос в большей степени воздействуют на слуховое восприятие и важны при создании рекламы на радио.

Далее проведем подробный анализ персонажа, наиболее полно соответствующего основным параметрам персонажа-героя.

Название торговой марки: «Nesquick» (шоколад, сухие завтраки, молочные продукты для детей)

Производитель: «Nestle»

Персонаж: кролик Quicky (Квики)

*Имя* бренда и персонажа. Имя героя и торговой марки созвучны и образованы от одного слова «quick» (англ.) – «быстрый, живой, сообразительный». Слово «Nesquick» образовано от двух слов: «Nestle»

(от англ.- «поселять, уютно устраивать, прикорнуть») и «quick». Следовательно, название торговой марки указывает на производителя и на персонажа одновременно, а в его значении содержится выражение идеи торговой марки: продукты для сообразительных и непоседливых ребят.

Quicky можно перевести как «непоседа», «живчик», «быстренок» и т.п. Имя персонажа соответствует его роли в рекламных обращениях: быстро приходить на помощь, с легкостью решать трудные (для детей) задачи. Имя точное и емкое, краткое, благозвучное и экспрессивное.

*Внешний вид.* Квики 12 лет, он живет в городе и обожает проводить свое свободное время с друзьями. Летом он всегда играет с ними в футбол и баскетбол, катается на роликах, а зимой - на санках с горки и коньках.

*Фирменные цвета* героя, синий и желтый (одежда), выбраны из основных фирменных цветов фирменного стиля продукта.

*Музыка и голос.* В рекламных обращениях не используются оригинальные жесты, голос или музыка.

*Речевой стиль.* Сленговая речь подростков. В речи Квики используются такие слова, как «прикол», «клево» и т.п. Однако речь героя не перенасыщена сленгом. Тексты телевизионных роликов простые и понятные, предложения и фразы короткие, динамичность речи достигается за счет использования глаголов действия «бежим», «спешим» и т.п. Экспрессия текстов построена на коротких словах «Ура!», «Победа!» или вздохах сожаления и огорчения.

Таким образом, учет основных параметров персонажа-героя и грамотное их использование позволит наиболее полно выразить заданную концепцию бренда и, как следствие, будет способствовать позиционированию бренда на рынке товаров и услуг.

Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб и др.: Питер, 2004.

Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь: создание брендов с помощью архетипов. – СПб и др.: Питер, 2005.

Михалкович В. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. – М.: Наука, 1986.

Е.В.Швец

### **«Звездное» интервью в коммуникативно-прагматическом аспекте**

Разнообразные подходы к интервью возникли как результат желания исследователей обобщить и проанализировать этот наиболее популярный и эффективный способ получения информации. Конечно, поведение

журналиста варьируется в зависимости от разнообразия целей, уровня поставленных задач и степени индивидуального участия в них журналиста. Тем не менее, во всех случаях, по мнению Лукиной, «... интервью - это межличностное вербальное общение для получения информации и производства нового знания в целях удовлетворения информационных потребностей общества» (Лукина 2003, с.13).

Наиболее точное, на наш взгляд, определение интервью как вида журналистского творчества дал С.Н. Ильченко: «Интервью – целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес» (Ильченко 2003, с. 50).

«Звездное» интервью относится к портретному виду. Оно нацелено на создание яркого эмоционально-психологического портрета, вопросы в нем, как правило, носят личностный характер.

«Звездное» интервью содержит большой объем личностной информации и является менее информативным с точки зрения его общественно-политической значимости. Следует отметить, что в российской коммуникации личностная информация является значимой независимо от типа интервью, так как российский читатель часто оценивает полученную информацию через оценку персональных качеств ее носителя.

Что касается организационно-структурного аспекта «звездного» интервью, то это всегда личностный, тематически развернутый, политематический вид диалога. Цель «звездного» интервью – сенсация, знакомство, развлечение, реклама. Информационный повод для встречи с интервьюируемым – известный человек, популярная личность, «раскрутка», «возобновление» популярности, событие в личной жизни звезды, вызывающее огромный читательский интерес (свадьба, рождение ребенка, развод, покупка нового дома и т.д.), значительно реже – участник яркого, сенсационного события. Но всегда – удовлетворение читательского интереса, любопытства.

Исходя из наличия фактора двойного адресата, интервьюер в «звездном» интервью решает две стратегические задачи: во-первых, он должен активизировать из имеющегося набора фреймов те, которые бы в максимальной степени способствовали раскрытию собеседника, давали представление о нем как о личности, о системе его ценностей; во-вторых, он должен использовать эти фреймы таким образом, чтобы они были понятны не только респонденту, но и читателям. Следовательно, основной стратегией по отношению к интервьюируемому являются стратегия стимулирования развития диалога и оценочных суждений, а по отношению к читателям – стратегия стимулирования суждения по отношению к «звезде» и информационного насыщения, удовлетворяющего любопытство и поддерживающего интерес.

Первая фраза «звездного интервью – контактоустанавливающая. Чаще всего контактоустанавливающую функцию выполняют утвердительные высказывания интервьюера, демонстрирующие его осведомленность, компетентность и содержащие комплимент.

Пример 1.

(Из интервью с Иваром Калныньшем, журнал «7 Дней», № 36, 2005, с. 55-78).

Ж. – Ивар, то, что вы мужчина красивый, очевидно не только зрителям и особенно зрительницам, но и для вас, надо полагать, не секрет. Это вам осложняет жизнь или, наоборот, облегчает? (Утверждение в форме комплимента и по этому поводу вопрос).

Пример 2.

(Из интервью с актером Андреем Соколовым, журнал «7 Дней», №16, 2005, с. 73-78)

Ж. – Андрей, вы такой интеллигентный, элегантный, а свою трудовую деятельность начинали слесарем-сантехником? Трудно как-то в это поверить. Шутите, наверное? (Два вопроса в одном: первый начинается с комплимента; далее – реплика-сомнение самого интервьюера и вопрос-предположение).

Пример 3.

(Из интервью с актером Борисом Смолкиным, который довольно поздно (в 56 лет) обрел популярность, благодаря участию в телесериале, журнал «7 Дней», №21, 2005, с. 67-72).

Ж. – Борис Григорьевич, для вас роли слуг привычны. Вы ведь играли Труффальдино в театре музыкальной комедии, да и на эстраде выступали с программой «Слуга на все времена», где читали монологи слуг из классических литературных произведений. Но популярность вам принес дворецкий из «Моей прекрасной няни». Заждались, наверное, славы?

(Утвердительное высказывание интервьюера, где он демонстрирует свою подготовленность, осведомленность. Далее – отчасти некорректный вопрос-предположение).

Как мы видим из приведенных выше примеров, уже первые фразы интервьюера содержат некоторые завуалированные оценочные суждения, которые стимулируют стратегию оценочных суждений читателя и стратегию развития диалога со стороны интервьюируемого.

Основная стратегическая цель достигается журналистом обычно при помощи «тактики содействия» (Попова 2002, с.122), реализующейся в полных, честных ответах на вопросы журналиста.

Однако бывают ситуации, когда правдивый ответ на вопрос может повредить имиджу «звезды», или когда вопрос журналиста звучит предельно некорректно.

Тогда используется тактика противодействия (Попова 2002, с.122) – отказ отвечать на вопрос; или тактика уклонения (там же) – неточный или неполный ответ.

Пример 1.

(из интервью с Андреем Соколовым, там же).

Ж. – Андрей, ещё один прямой вопрос: скажите, сколько же у вас вообще было женщин?

А.С. – Ничего себе вопрос! Да за такие вопросы в Грузии голову могут оторвать, разве не так? (Интервьюер – грузин по национальности. Прим. автора).

Ж. – Хорошо, скажите, какое вообще место любовь к женщине занимает в вашей жизни?

А, С. – Трудно ответить... Это – болезнь, которой иногда болеешь.

При использовании собеседником тактик противодействия или уклонения журналист может использовать реплику, эксплицирующую для читателей факт уклонения, а затем переформулировать вопрос.

Однако следует отметить, что для «звездного» интервью является характерным нарушение общепринятых этикетных норм и использования открытых авторских оценочных суждений. Журналисты очень часто используют некорректные вопросы и при этом получают на них ответы (тактики уклонения и противодействия отсутствуют).

Пример 1.

(из интервью с актрисой Марией Куликовой, там же).

Ж. – Любопытно, а какой гонорар вам предложили за вторую часть? (сериал «Две судьбы»).

М.К. – Очень хороший. Первую часть как раз снимали задешево. (...) Я лично получила за весь съемочный период 6 тысяч долларов, т.е. примерно 300 долларов в месяц – независимо от количества съемочных дней. А во второй части уже все было по-другому. (...) Я назвала большую сумму. И, представьте, никто особо не возражал.

Ж. – И не пробовали торговаться?

М.К. – Нет. Я даже пожалела, что больше не попросила – уж больно легко они согласились (...).

Следовательно, можно сделать вывод, что в «звездном» интервью преобладает тактика содействия со стороны интервьюируемого, а значит, максимально удовлетворяется читательский интерес.

Стратегия развития диалога со «звездой» осуществляется посредством развивающих вопросов и развивающих реплик интервьюера. Здесь используется весь арсенал вопросительных форм, включая те, которые нарушают канонические рекомендации: некорректные вопросы, риторические, перегруженные, два вопроса в одном. Интервьюер позволяет себе делать собственные выводы, высказывать собственные суждения, давать оценки, иронизировать.

В нестандартном построении российского «звездного» интервью (мы исследовали «звездные» интервью только российских журналистов с российскими «звездами» на материале информационно-развлекательного журнала «7 Дней») прослеживается желание журналиста уйти от шаблонного решения, создать свой имидж, привлечь к своей работе больше внимания.

За основную единицу коммуникативно-речевой структуры диалога мы принимаем диалогическое единство. Исследования показали, что все интервью представлены следующими разновидностями диалогических единств: «вопрос – повествование», «повествование – повествование», «повествование + вопрос – повествование», «вопрос + повествование – повествование».

По развернутости диалогического единства они могут быть представлены следующими сочетаниями: краткий вопрос – краткий ответ; краткий вопрос – развернутый ответ; развернутый вопрос – краткий ответ; развернутый вопрос – развернутый ответ.

Самым употребительным в жанре «звездного» интервью типом диалогического единства является тип: «повествование + вопрос – повествование», чуть реже – «вопрос – повествование».

Если рассматривать диалогические единства с позиции краткости – развернутости реплик коммуникантов, то самым «диалогичным» является «звездное» интервью. Самым распространенным является параметр «краткий вопрос – развернутый ответ», чуть реже – «краткий вопрос – краткий ответ» и затем – «развернутый вопрос – развернутый ответ». Объемы реплик свидетельствуют не только о желании коммуникантов доминировать в общении, но и объективно расставлять акценты, что находится в компетенции основного носителя информации – интервьюера.

В «звездном» интервью зафиксировать смены одних видов диалогических единств другими очень трудно, т.к. интервью чаще всего представляет собой неформальную беседу. В «звездном» интервью может происходить отклонение от первоначальной темы и возврат к ней, а также возникает несколько подтем. Например, в интервью с актером Евгением Меньшовым (журнал «7 Дней» №31, 2005, с. 48-53) основная тема «актер и кино»; фрейм «отношение к своей профессиональной деятельности». Он включает следующие позиции: «место работы в жизни интервьюируемого», «приоритетное место кино или театра», «удовлетворение от работы», «оценка своей работы».

Но здесь развиваются подтемы: «актер и новое амплуа ведущего», «актер и любовь», проблема «отцов и детей». Таким образом, специфические признаки «звездного» интервью порождают своеобразие его тематического и формального построения, что, в свою очередь, является залогом эффективной коммуникации с массовым адресатом.

Ильченко С. Н.. «Интервью в журналистском творчестве», СПб.: СПбГУ, 2003.

Лукина М. Технология интервью. Аспект Пресс, М., 2003.

Попова Т. И. «Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте». СПб.: СПбГУ, 2002.



## **Профессиональный дискурс**

Е.В.Бобырева

### **Сравнительные характеристики религиозного дискурса в русском и английском языках**

Религия в самом общем виде – определенное мировоззрение и мироощущение, а также соответствующее поведение индивида и определенные культовые действия последнего, основанные на вере в божественное, в существование высшей силы - Бога или богов - определенной разновидности сверхъестественного. Интерес к религии в настоящее время огромен.

Представляется возможным проследить определенную, существующую именно в нашем обществе тенденцию, которая, с одной стороны, может быть охарактеризована как возрастание интереса к религии (причем, не к конкретной религиозной концепции, а к религии, вере вообще, как к чему-то сверхъестественному и всесильному), с другой стороны, четко прослеживается тенденция некоторого «метания», при которой значительный слой населения пытается «найти себя» в той или иной религии, в вере в целом. Огромное количество религиозных течений, направлений и школ, появившееся и продолжающее появляться в нашем обществе, является ярким тому подтверждением.

Если сравнить религию как веру в существование Высшего начала, источника всего сущего, у нас в стране и на Западе, мы сможем увидеть сложившиеся и вполне устойчивые религиозные взгляды и убеждения «у них»; а также, с одной стороны, веками формировавшиеся религиозные взгляды и убеждения в России, а с другой стороны, только начинающиеся формироваться основы веры после многих десятилетий забвения и пренебрежения к религии в нашей стране. Все это не может не накладывать отпечаток на религиозный дискурс, его формирование, содержательное наполнение и развитие в разных культурах.

Мир религии охватывает широкий диапазон явлений: в него входят религиозные сообщества людей, религиозные субъекты, институты и организации, традиции и ритуалы, религиозная идеология и культура и др. Все элементы поля религии так или иначе опосредованы дискурсом, отражаются в дискурсе, реализуются через дискурс: они либо составляют собственно предмет общения (его референциальный аспект), либо выступают в качестве элементов прагматического контекста, прагматических presuppositions.

В узком смысле религиозный дискурс можно рассматривать в качестве совокупности речевых актов, используемых в религиозной сфере; в широком смысле под религиозным дискурсом мы будем понимать набор определенных действий, ориентированных на приобщение человека к вере, а также совокупность речеактовых комплексов, сопровождающих процесс взаимодействия коммуникантов, включая текстовые фрагменты, используемые в процессе религиозной коммуникации.

Говоря об общественном институте применительно к религиозному дискурсу, прежде всего выделяют церковь как его главный социальный институт. Однако границы религиозного дискурса выходят далеко за рамки церкви; ограничение его только рамками храма может значительно сузить и существенно исказить сущность данного сложного, многомерного явления.

Представляется возможным выделить ряд подвидов религиозного общения в зависимости от типа ситуации, в которой оно имеет место, и, соответственно, особенностей взаимоотношений коммуникантов. Церковь как общественный институт постоянно присутствует в сознании верующих (по крайней мере, в сознании приверженцев традиционной религии), но реальным местом актуализации и реализации религиозного дискурса не всегда является пространство храма. Можно обозначить следующие сферы функционирования религиозного дискурса.

1. Общение в церкви как основном религиозном институте – в данном случае возможно говорить о процессе коммуникации, в который оказывается вовлечен большой круг людей и который действительно оказывается ограничен, в прямом и переносном смысле, рамками (стенами) церкви. Общение в рамках храма отличается высокой степенью клишированности, ритуализованности, театральности. Все церковное общение, общение, ограниченное рамками храма, может рассматриваться как промежуточный компонент, связующее начало между миром верующих и неким идеальным началом – Богом.

2. Общение в малых религиозных группах – форма функционирования религиозного дискурса, при которой процесс общения имеет место не в храме, а вне его. Можно выделить ряд подтипов такой коммуникации. К первому подтипу относится общение верующих между собой – как общение свободное, не скрепленное рамками церковного ритуала. Например, беседа, общение верующих, в ходе которого коммуниканты планомерно обсуждают наиболее актуальные для них проблемы, комментируя определенные детали, высказывая свою трактовку, свое понимание услышанного или прочитанного.

В ряде стран, в частности в Соединенных Штатах Америки, широко распространено такое явление, как «Sunday School», которое в отличие от общей церковной службы (community service), действительно представляет собой общение верующих, объединенных в малые группы, друг с другом,

обсуждение некоторых частей Святого Писания, попытку сообща, в ходе дискуссии найти ответы на злободневные вопросы современной жизни.

Такая дискуссия в противоположность общей церковной службе создает эффект единения - эмоционального и рационального. В данном случае под эмоциональным началом мы понимаем веру в Бога, высшее начало, тогда как под рациональным - попытку найти ответы на злободневными вопросы современности в ходе непосредственного общения. Интересно отметить, что такая форма общения характерна и для ряда религиозных сект, возникающих и начинающих функционировать в нашей стране.

3. Общение человека с Богом – те случаи, когда верующий не нуждается в посредниках для обращения к Богу. Наиболее ярким примером такого общения является молитва. Можно выделить коллективную молитву, при которой просьбы, мольбы произносятся медиумом в храме и повторяются собравшимися верующими; и индивидуальную молитву, которая формируется в сознании конкретного верующего и для «презентации» Богу не обязательно должна быть реализована вербально. Коллективная молитва легче поддается анализу и интерпретации.

Для изучения индивидуальной, скрытой, зачастую вербально нереализованной молитвы необходим анализ внутреннего психологического состояния верующего. В этом случае лингвистический анализ религиозного дискурса невозможен без анализа основных процессов, протекающих в психике человека.

Следовательно, где бы ни протекал религиозный дискурс, одну из основных его задач можно сформулировать следующим образом: выразить чаяния, мольбы, надежды верующего человека, найти духовную подпитку, поддержку (либо у последователей той же веры, либо у Всевышнего). Развитие и формы существования религиозного дискурса определяются его целями: а) получить поддержку у Бога, б) очистить душу, в) призвать ближних к вере и покаянию, г) утвердить верующих в вере и добродетели, д) через ритуал осознать свою принадлежность к той или иной конфессии (Карасик 2002, с. 325).

Говоря о религиозном дискурсе, следует отметить одну из особенностей, которая резко отличает его от других типов общения и создает его индивидуальность. В любом другом типе дискурса (например, политическом) на первом месте находится речевая деятельность, а конкретные действия, закрепленный, установленный ритуал лишь подкрепляют ее, то есть «многие политические действия по своей природе являются речевыми действиями.....политическая деятельность вообще сводится к деятельности языковой.....» (Шейгал 2000, с.27).

Данное утверждение, сделанное в отношении политического дискурса, верно и для многих других типов дискурса - научного, художественного, педагогического. В религиозном же дискурсе ритуал доведен до своей

высшей ступени, возводится в абсолют, являясь основой, базой религиозного общения.

Применительно к религиозному дискурсу правомерно говорить о вербальном и невербальном ритуале. *Под невербальным (поведенческим) ритуалом* понимается определенная деятельность, цепочка действий, которые совершаются в строго определенном порядке и сопровождают вербальное, речевое высказывание. Можно выделить подвиды поведенческого ритуала в зависимости от того, где и кем он совершается и кто его придерживается.

Религиозный поведенческий ритуал в церкви, храме включает определенные действия, совершаемые как священнослужителем, так и прихожанами, паствой. Это выход священнослужителя к пастве, его действия и движения во время совершения службы: простертые вверх руки, приклоненная голова, взмах кадилом при совершении обряда внутреннего (духовного) и внешнего (телесного) очищения. Со стороны верующих приобщение к ритуалу или участие в храмовом ритуале может включать: покрытие головы у женщин и обнажение головы у мужчин; склонение головы как знак смирения; преклонение головы и коленопреклонение как знак мольбы или благодарности Всевышнему; осенение себя крестным знамением как демонстрация ограждения верующего от возможной опасности, врагов, страстей и др.

Однако религиозный поведенческий ритуал у верующих не ограничивается только стенами храма, церкви. Религиозный дискурс может продолжать развиваться и вне стен храма, и от этого он не перестает быть религиозным дискурсом, например, совершение верующими ежедневных молитв в определенное время - молитвы утренние, вечерние и т.д. При этом данный вид религиозного дискурса также сопровождается ритуалом - вне стен храма молитва обычно совершается в одиночестве, вне суеты бренного мира. Для ее произнесения верующий, как правило, уединяется, и такое уединение может рассматриваться как один из компонентов поведенческого ритуала.

Элементы поведенческого ритуала можно встретить и вне рамок религиозного общения: особое поведение священнослужителей в мирской жизни, поведение верующих «в миру», в повседневной жизни. Однако данную ситуацию можно рассматривать двояко – либо как привнесение элементов религиозного дискурса в дискурс бытовой, либо как процесс функционирования, развития религиозного дискурса в нетипичном для него социальном (бытовом) контексте.

*Под вербальным ритуалом* мы понимаем не просто речевые образцы, сопровождающие процесс формирования и функционирования религиозного дискурса, а совокупность речевых образцов, определенным образом обозначающих, очерчивающих его границы. Например, начало церковной службы, литургии обычно сопровождается фразой: «Во имя Отца и Сына и Духа Святого, Аминь»; началу молитвы может

соответствовать фразе: *«Отче Наш, Иже еси на небесах! Да святится имя Твое, да придет Царствие Твое, да будет воля Твоя, яко на Небеси, так и на земли»*; начало хвалебного песнопения Богу (акафиста) может начинаться со слов: *«Верую во единого Бога Отца Вседержителя, Творца небу и земли, видимым же всем и невидимым...»* и т.д.

Окончание службы или коллективной молитвы подытоживается, как правило, емким восклицанием *«Аминь!»*. Такие фразы, которые можно обозначить как этапные, сопровождают все образцы религиозного дискурса; именно они помогают создать и поддержать определенный ритуал: призыв к началу коллективной молитвы (произносимый на заутренней службе): *«Воставше ото сна, припадем Ти, Блаже, и ангельскую песнь вопием Ти сильнее: Свят, Свят, Свят, еси, Боже, Богородицею, помилуй нас...»*; призыв к исповеданию, покаянию: *«Покайся, сын мой, очисти душу свою...»*; призыв к прославлению Господа, к началу песнопения: *«Воспойте Господу песнь новую; воспойте Господу вся земля. Пойте Господу, благословляйте имя Его, благовествуйте со дня на день спасение его. Возвещайте в народах славу Его, во всех племенах чудеса Его»* и др.

Сопоставление религиозного дискурса с любым другим типом общения позволяет увидеть, что значимость ритуала в разных видах дискурса весьма различна. Можно говорить о том, что в некоторых видах дискурса ритуал присутствует имплицитно, он не бросается в глаза, не выступает так рельефно, как в религиозном дискурсе.

Если обратиться, например, к дискурсу научному, все развитие которого посвящено и подчинено целям ведения дискуссии для поиска и обнаружения абсолютной истины, то мы заметим, что ритуал в научном дискурсе может включать обязательное выполнение следующих этапов: постановку\выдвижение проблемы; определение\обозначение объективных оппонентов\сторонников подхода; последовательное доказательство правоты своей точки зрения; констатацию конечного результата исследования.

Ритуал педагогического дискурса подчинен глобальной цели этого вида общения – передаче знаний от лица с более высоким статусом (учителя, наставника) лицу, имеющему более низкий статус (ученика). В педагогическом дискурсе обязательно присутствуют ритуально значимые компоненты: до определенной степени фиксированные и нормативно закрепленные - начало и окончание урока (проверка присутствующих в начале занятия\перекличка, проверка выполнения домашнего задания, объяснение нового материала, объяснение домашнего задания в конце занятия); определенное положение учащихся при ответе (стоя за партой или у доски) и при восприятии объяснения учителя (сидя за партой и сложив руки перед собой), а также при желании дать ответ на вопрос учителя или самому задать вопрос в случае, если что-то непонятно (поднятая вверх согнутая в локте рука); приветствие входящего в класс и выходящего из класса учителя или посторонних лиц вставанием.

Однако в любом другом типе дискурса ритуал играет лишь второстепенную роль, подчеркивая значимость происходящего. «Вырвав» многие ритуальные действия, к примеру, из педагогического или научного дискурса, из типичной ситуации, мы лишим их всякого смысла. Ритуал же религиозного дискурса значим уже сам по себе. Даже будучи «вырваны» из непосредственного религиозного контекста, многие религиозные действия, сопровождающие тот или иной речевой акт, не теряют значения и продолжают действовать без слов. Так, сложенные на груди ладони могут означать жест мольбы, руки, простертые вверх, обозначают просьбу о помощи, осенение верующим себя крестным знаменем (даже вне стен храма) есть жест защиты, попытка оградить себя от темных, злых сил.

Применительно к религиозному дискурсу трудно определить, что является первоосновой, а что дополняет ее – невербальный ритуал дополняет речевые действия или речевые действия сопровождают ритуал. В этом случае представляется возможным провести аналогию и еще раз сравнить церковную службу в православной христианской церкви в России и службу на Западе. Применительно к церковному ритуалу русской православной церкви можно говорить о том, что речевые действия лишь сопровождают, дополняют ритуал церковной службы. Например, ритуалы крещения, венчания, причащения, соборования не потеряют своей значимости даже при полном отсутствии вербального компонента. На Западе же во время церковной службы ритуал действительно лишь сопровождает речевые действия и носит второстепенную, вспомогательную роль.

Если провести эксперимент и попытаться убрать вербальный компонент из любого другого типа дискурса, дискурс просто перестанет существовать – говорим ли мы о политическом, педагогическом, научном или любом другом типе общения. «Лишение» религиозного дискурса вербального наполнения не прекращает его существования, а лишь переводит данное общение в несколько иную ипостась – безмолвное (основанное на жестах и телодвижениях) общение с Высшим началом. Именно поэтому только в религиозном дискурсе выделяется такой жанр, как «безмолвная внутренняя молитва», «молитва в душе». Можно сказать, что в любом другом виде дискурса ритуал накладывается на речевую ткань, тогда как в религиозном дискурсе вербальный компонент лишь дополняет ритуал, который значим уже сам по себе. В религиозном дискурсе вербальный компонент может быть сведен к минимуму за счет расширения рамок ритуала (именно *может быть* сведен в ряде ситуаций, а не сводится вообще).

Говоря о степени ритуализованности того или иного типа общения, можно расположить все виды дискурса по степени возрастания удельного веса и значимости ритуала в том или ином типе общения. На такой своеобразной шкале самым приближенным к ритуалу (если не сливающимся с ним) будет религиозный дискурс, а самым удаленным от

ритуала - дискурс бытовой. Такие типы дискурса, как педагогический, научный и (в некоторой степени) политический, будут занимать на этой шкале некоторое срединное положение.

Если задаться целью и попытаться установить процентное соотношение вербальных и невербальных действий, находящихся реализацию в религиозном дискурсе, мы увидим, что невербальные действия занимают здесь ведущее место. Такая ситуация не характерна более ни для одного другого типа общения - именно это существенно отличает религиозный дискурс от всех остальных.

Среди характерных особенностей любого типа институционального дискурса отмечается, в первую очередь, содержание, тематика общения. Для религиозного дискурса важны в равной степени как тематика (содержание), так и форма. Пожалуй, трудно определить их приоритетное положение по отношению друг к другу, так как в ряде случаев форма действительно значительно превалирует над содержанием.

В содержательном плане религиозный дискурс чрезвычайно богат и разнообразен, хотя можно и нужно отметить, что основная тематика концентрируется вокруг вопросов веры в сверхъестественное начало, страха наказания за греховные поступки и надежды на избавление от тягот нынешней жизни, мольбы к высшему началу о прощении человека и ниспослании счастья и благоденствия в будущей жизни.

Форма всегда определяется содержанием; содержание признается центральным компонентом любого типа дискурса, а выбор формы, как правило, подчинен содержательной стороне дискурса. Однако язык религии чрезвычайно богат и многообразен. Если в другом типе дискурса именно содержание, тематика, а не форма является отличительной характеристикой, то в религиозном дискурсе как форма, так и содержание играют одинаково важную роль, в совокупности создавая специфику данного типа общения. Вопрос о превалировании, приоритете, значимости того или иного начала просто неуместен. С другой стороны, в некоторых случаях в религиозном дискурсе форма, действительно, несколько закрывает собой содержание, выступая на первый план и создавая неповторимый колорит религиозного дискурса.

Необходимо отметить также, что сфера религии, пожалуй, единственная в современной практике, в которой сочетаются элементы современного русского и старославянского языков: *«Владыко, Господи Иисусе, Христе, Боже наш, источник жизни и бессмертия, всея твари видимыя и невидимыя Создателю, безначальнаго Отца соприисносущий Сыне, премногия ради благодати в последния дни в плоть оболкийся, и распныйся, и погребыйся за ны неблагодарныя и зловонныя, и Твоею кровию обновивый растлевшее грехом естество наше, Сам, бессмертный Царю, приими и мое грешнаго покаяние, и приклони ухо Твое мне, и услыши глаголы моя»* (Молитвослов, 2002: Молитва Святого Василия Великого, 1-ая: 250-251).

Причем такое сочетание и специфика характерны только для русского религиозного дискурса, русской ортодоксальной церкви. Русская ортодоксальная церковь является единственной, до сих пор сохранившей службу на старославянском. Церковная служба ведется на языке не до конца понятном или, лучше сказать, малопонятном не только простому обывателю, но даже прихожанину, простому верующему.

Находясь в церкви, человек нередко воспринимает смысл всего происходящего, не вполне понимая значения произносимых слов и не вдаваясь в детали слышимого и повторяемого им самим как своеобразной мантры: *«Помилуй мя, Боже, по велицей милости Твоей, и по множеству щедрот Твоих очисти беззаконие мое. Наипаче омый мя от беззакония моего, и от греха моего очисти мя; яко беззаконие мое аз знаю, и грех мой предо мной есть выну. Тебе единому согреших и лукавое пред Тобою сотворих; яко да оправдишися во словесех Твоих, и победиши внегда судити Ти. Се бо в беззакониях зачат есмь и во грехах роди мя мати моя.....Окропиши мя иссопом и очищуся; омыеши мя, и паче снега убелюся...»*.

Можно провести несложный эксперимент: человеку, не владеющему каким-либо иностранным языком, предлагают повторить ряд фраз на языке, которого он не знает. При произнесении, повторении слов или фраз на незнакомом иностранном языке мозг человека, наше сознание начинает спонтанно (самопроизвольно) и без нашего желания домысливать сказанное и вкладывать в услышанное дополнительный смысл, который в виде своеобразной картинки, иллюстрации услышанного формируется в нашем сознании. Здесь уместно провести аналогию с известной «глокой куздрой».

Естественно, мы ни в коем случае не хотим умалить значение религиозных текстов, различных образцов религиозного дискурса и не хотим акцентировать внимание на их полной неясности, непонятности как для простого обывателя, не связанного с религией, так и для человека верующего.

Мы всего лишь хотим подвести читателя к тому, что при восприятии различных жанровых образцов религиозного дискурса огромная роль в их интерпретации отводится языковой догадке, интуиции. Непонятные или малопонятные лексические единицы в религиозном дискурсе придают ему большую мистичность и загадочность: *«Господи, устне мои отверзеши, и уста мои возвестят хвалу Твою. Яко аще бы восхотел еси жертвы, дал бы убо: всесожжения не благоволиши...»* - а все мистическое, как известно, привлекает внимание. Нам не дано заглянуть в мысли верующего человека, но, на наш взгляд, если бы такое стало возможным, мы бы получили ряд интересных и, бесспорно, разнообразных видов индивидуальных интерпретаций одного и того же языкового образца религиозного дискурса.

Мистическое начало занимает одно из центральных положений в религиозном дискурсе. Ни один другой тип дискурса не содержит такого



огромного количества специфических лексических единиц, выражений, оборотов речи, как религиозный дискурс. Такая специфика (придающая дискурсу некоторую мистичность) проявляется как в лексике и грамматике, так и в структурно-синтаксическом построении фраз.

Если человек, совершенно незнакомый со спецификой религиозного общения, впервые столкнется с языком религии, то у него наверняка создастся впечатление, что, несмотря на то, что весь религиозный дискурс реализован средствами родного для него языка, при восприятии практически любого жанрового фрагмента религиозного дискурса создается впечатление того, что вы, как это ни парадоксально, не можете до конца понять сказанное или услышанное.

Язык религии представляет собой застывшее образование, сочетающее в себе черты языка предшествующих эпох, тогда как язык любого другого типа дискурса (научного, педагогического, политического, бытового) постоянно претерпевает изменения, отвечая требованиям общественно-исторических особенностей эпохи и данному уровню развития социума. Не развиваясь, оставаясь на месте, он просто не сможет удовлетворять потребности общения; язык же религии, напротив, представляет собой некий застывший конгломерат устаревших форм, преднамеренно сохраняя огромное количество архаичных слов и выражений. На наш взгляд, все это призвано еще раз подчеркнуть мистичность, с одной стороны, и идею незыблемости религии и веры (существующей на протяжении тысячелетий), с другой.

Это своеобразие проявляется в использовании как необычных лексических единиц: «*иже*», «*сый*», «*ны*», «*наипаче*» и др.; устаревших грамматических форм: «*сыне*», «*матере*», «*буди*», «*воздвигл*», «*сотворих*»; так и необычных и несколько «тяжелых» для восприятия синтаксических конструкций: «*Тебе единому согреших и лукавое пред Тобою сотворих; яко да оправдашися в словесех Твоих, и победиши внегда судите Ти. Се бо истину возлюбил еси...*».

Язык религии в отличие от языка других сфер общения непонятен широкому кругу людей, не связанных с религией, людей, далеких от веры. Даже в том случае, когда верующие читают, либо повторяют за священником фрагменты Писания или молитвы, они не до конца осознают смысл сказанного. «Верую, ибо непонятно...» - на таком парадоксе строится все религиозное учение. Анализ языка религиозного дискурса, позволяет говорить о существовании своеобразного религиозного подъязыка.

Итак, религиозный дискурс предстает как особое структурно-семантическое и коммуникативно-прагматическое образование, со специфическими целями и задачами, с особым местом в структуре других типов дискурса. Религиозный дискурс – явление многостороннее и разноплановое, обладающее специфическими признаками и выполняющее определенные функции.

---

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002.

Православный молитвослов. М., 2002.

Е.В.Хлопкова

### **Некоторые приемы вербальной манипуляции в судебном процессе**

Слово "манипуляция" происходит от латинского manus - рука (manipulus - пригоршня, горсть, от manus и ple - наполнять). В словарях европейских языков это слово трактуется как обращение с объектами с определенными намерениями, целями (например, ручное управление, освидетельствование пациента врачом с помощью рук и т.д.). Отсюда произошло современное переносное значение слова - ловкое обращение с людьми как с объектами, вещами. Таким образом, свидетель в суде является для адвоката/прокурора объектом, на который он вербально воздействует с определенной целью - заставить свидетеля говорить нужные им факты и сведения, дать показания в свою пользу.

Оксфордский словарь английского языка трактует манипуляцию как "акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка" (Хорнби 1984, с.379). Отсюда следует, что адвокат/прокурор управляют свидетелем, обрабатывают его.

В своей книге "Манипуляция сознанием" С.Г. Кара-Мурза выделяет следующие признаки манипуляции:

1. Манипуляция - это вид духовного, психологического воздействия (а не физическое насилие или угроза насилия). Мишенью действий манипулятора (в нашем случае адвоката/прокурора) является дух, психические структуры человеческой личности (свидетеля).

2. Манипуляция - это скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции. Когда попытка манипуляции вскрывается и разоблачение становится достаточно широко известным, акция обычно свертывается, поскольку раскрытый факт такой попытки наносит манипулятору значительный ущерб.

3. Это воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний. (Кара-Мурза 2006, с.703).

Самая известная классификация манипуляции была предложена А.А. Леонтьевым. Он делил манипуляцию на вербальную и невербальную (Леонтьев 2005, с.54). Изучение невербальной манипуляции является предметом психологии, нас же интересует вербальная манипуляция, поскольку адвокат/прокурор воздействуют на свидетелей посредством

своих речей. Под вербальной манипуляцией, или языковым манипулированием, понимают «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» (Быкова 1999, с.99). Иными словами, когда скрытые возможности языка используются говорящим для того, чтобы навязать слушающему определенное представление о действительности, сформировать нужное отношение к ней, вызвать необходимую адресанту эмоциональную реакцию, мы говорим о языковом манипулировании. В данном случае адресант (адвокат/прокурор) активен, а адресат (свидетель) пассивен: ему предлагается уже готовый и словесно оформленный продукт размышления, а сам он при этом никаких самостоятельных умственных усилий не прилагает.

Манипулируя свидетелями, адвокат/прокурор пользуется различными приемами. Рассмотрим некоторые из них. Наиболее распространенными способами манипуляции, к которым прибегает адвокат/прокурор в судебном процессе, являются:

**1). Введение в заблуждение или дезориентация.**

Приведем пример из стенограммы судебного заседания Лазаревского районного суда г. Сочи, которое состоялось 28 мая 2004 года:

*Защитник Шаховалов Н.И.:*

- У Вас были фотографии, где был изображен Сокровищук?

*Потерпевший Абьян А. А.:*

- Ну так, издавека.

- Вы их следователю отдали?

- Не помню. Нет, следователю я не давал.

- Кому эти фотографии были переданы: следователю или работникам милиции? [<http://www.kuban-justice.ru/info/sud.htm>].

Из приведенного примера видно, что защитник пытается дезориентировать потерпевшего. Во-первых, он использует стилистический прием – повтор. Во-вторых, на вопрос адвоката, следователю ли он отдал фотографии, потерпевший Абьян отвечает, что следователю их не отдавал. Но перед этим он произносит фразу: *"Не помню"*. Это дает возможность защитнику попытаться дезориентировать свидетеля, и поэтому в его следующем вопросе снова звучит мысль о том, что потерпевший мог передать фотографии следователю. Дело в том, что свидетели, воспроизводя в показаниях удержанные памятью впечатления, помогают суду в исследовании события преступления; а между тем память является тем объектом, на котором проявляют свое влияние приемы манипуляции, в том числе дезориентация.

Пример 2:

*Защитник Шаховалов Н.И.:*

- А что там было изображено?

*Потерпевший Абьян А.А.:*

- Трое ребят, девушка и как раз вот он был, который с наколками.
- Я так понял, что наколки на теле у Сокровищука Вы сами не видели, а Вам о них рассказали? - Да, работник сказал. Тот самый, что жил у меня, из Ростова.
- А сами Вы эти наколки видели?
- Вы меня в заблуждение не вводите. Я сказал, как есть. У меня жил работник из Ростова, вот он сказал, что один парень был с наколками.
- А Вы сами у Сокровищука наколки видели?
- Я - нет.
- Эти наколки Вы видели только на фотографии?
- Да.
- Хорошо, у меня пока вопросов нет [<http://www.kuban-justice.ru/info/sud.htm>].

В данном примере адвокат снова прибегает к приему дезориентации, различным образом ставя один и тот же вопрос: "А сами Вы эти наколки видели?", "А Вы сами у Сокровищука наколки видели?", "Эти наколки Вы видели только на фотографии?". Защитник использует перестановки, замены. Хотя сначала защитник заявил, что потерпевший наколок на теле у подозреваемого не видел.

**2). Искажение информации.** Манипуляция обладает широкими возможностями искажения реальной значимости как отдельных объектов (например, событий), так и картины мира в целом. Приведем пример из книги С.Г. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием».

*В Америке нашу эмигрантку из Одессы привели в суд:*

- Вы обвиняетесь в том, что украли курицу.
- Нужна мне ваша курица.

*(Переводчик переводит судье: «Она говорит, что курица была ей очень нужна»).*

- В таком случае заплатите владельцу два доллара.
- Здравствуйте, я ваша тетя!

*(Переводчик судье: «Она вас приветствует и говорит, что вы приходите к ней племянником»).*

Ситуация комична, но тем не менее слова, сказанные обвиняемой, будут записаны в протокол, и получается, что она созналась в воровстве.

**3). Надевание маски.** Обращаясь к свидетелю в суде, адвокат/прокурор занимает по отношению к нему определенную позицию, «надевает» на себя определенную «маску» (Попова 2002), что выражается в его речи.

**Позиция советчика.** Адвокат/прокурор пытается донести до адресата свое мнение относительно того или иного происшествия, привести доводы в пользу своего мнения и т. д. Например:

*Гос. обвинитель Ефросинин Д.Г.:*

*- Кто из троих нападавших наиболее напоминал строителя, был похож на строителя?*

*Потерпевший Абьян А.А.:*

*- Как напоминал?*

*- Ну, может там, по глазам?*

*- Ну, глаза были похожи... [http://www.kuban-justice.ru/info/sud.htm].*

В данном примере государственный обвинитель надевает на себя маску советчика. Сначала задается общий вопрос, без уточнений и пояснений: *"Кто напоминал строителя?"* Обвинитель ставит свидетеля в затруднительное положение, а затем "советует", "подсказывает": *"Ну, может там, по глазам?"*. Свидетель соглашается, и обвинитель добивается нужного ему ответа.

**Позиция комментатора.** Эта позиция предполагает наличие дополнительных сведений и личных оценок о существующем факте:

*Гос. обвинитель Ефросинин (утвердительно):*

*- Вы опознавали кого-нибудь?*

*Потерпевший Абьян А.А.:*

*- Ну, я опознал то, что я сказал: что вот вроде как один был, похожий на него, на рабочего, по телосложению. А так - как я скажу? Я что, ясновидящий?*

*- По глазам, то есть матерчатая повязка позволила разглядеть глаза. Он к вам подошел, и Вы разглядели. Это Вы рассказывали следователю. [http://www.kuban-justice.ru/info/sud.htm].*

Таким образом, вербальная манипуляция является способом воздействия на свидетелей в судебном процессе. Она может осуществляться различными приемами: введением в заблуждение, искажением информации, «надеванием маски», а также игрой мотивами и переакцентуацией. Манипулируя свидетельскими показаниями, адвокат/прокурор занимает позицию собеседника, информатора, советчика, комментатора. Все это способствует тому, что свидетель выдает необходимую адвокату/прокурору информацию.

Быкова О.Н. Языковое манипулирование//Теоретические и прикладные аспекты речевого общения - Красноярск, 1999. - №1

Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием - М.: Эксмо, 2006. – 864 с.

Леонтьев А.А. Психология общения - М.: Академия, 2005. – 368 с.

Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия//Гуманитарные науки, 2002. - №5

Хорнби А.С. Учебный словарь современного английского языка – М.: Просвещение, 1984. – XII, 769 с.

## Рецензии

### Концепт и фразеологическая картина мира

В саратовском издательстве «Научная школа» вышла небольшая монография Анастасии Львовны Игнаткиной, посвященная анализу концепта *public relations* на материале фразеологических единиц американского и британского вариантов английского языка<sup>15</sup>.

Интерес представляет как сам анализируемый концепт, так и предлагаемая методика анализа, а также исключительно фразеологический материал, на котором выполнено исследование, что бывает не так часто.

В монографии дается краткий и достаточно содержательный анализ взглядов современных ученых на понятие языковой и когнитивной картины мира, убедительно аргументируется важное положение о том, что языковая картина мира – это вторичное по отношению к когнитивной картине мира явление.

Рассмотрена теория лингвистической относительности, убедительно показано, что эта теория дает искаженное представление о соотношении языка и мышления, языковой и когнитивной картины мира.

Центральным понятием, анализируемым в монографии, является концепт, который определяется в работе А.Л.Игнаткиной как «единица национальной концептосферы, содержательная единица мышления, отражающая результат познания человеком окружающего мира» (с.12). Концепт – «это продукт когниции, ...содержание концепта включает то, что человек знает, думает, предполагает, воображает об объектах мира» (с.18). Таким образом, концепт включает комплексную информацию самого различного характера.

В монографии представлен также краткий теоретический обзор взглядов лингвистов, философов и когнитологов на такие проблемы как *концепт и культура*, *концепт и значение*, рассмотрена классификация концептов, структура и способы языковой репрезентации концептов.

Для описания структуры концепта автор предлагает использовать понятие *слой*: выделяется этимологический, универсальный, национальный, профессиональный. Правда, сразу возникает вопрос – насколько исчерпывающим является список «слоев»? Где, к примеру, групповой, индивидуальный, наконец – гендерный слой (последний даже не упоминается)?

---

<sup>15</sup> А.Л.Игнаткина. Концепт *public relations*: лингвокультурологический аспект. Саратов: «Научная школа», 2006.130 с.

Переходя к описанию содержания и структуры концепта, А.Л.Игнаткина предлагает интересный и содержательный анализ истории возникновения концепта *паблик рилейшенз* с античных времен, подробно описаны экстралингвистические факторы формирования концепта (с.41-42).

Выявлен и проанализирован синонимический ряд номинаций исследуемого концепта – *lobbying, propaganda, advertising, public relations*, установлены сходные и различающие семантические компоненты этих номинаций.

В работе доказывается, что концепт *public relations* «является продуктом американской культуры, находящейся в отношениях корреляции с британской культурой» (с.57).

Исходя из сформулированной автором теоретической модели организации концепта, рассматривается содержание анализируемого концепта, последовательно выделяются и описываются этимологический, универсальный, национальный, и профессиональный «слои».

Автором описывается *ментальная схема* концепта *public relations*, под которой понимается «содержание и способ организации смыслов» - то есть содержание и структура концепта – почему бы, кстати, так и не назвать этот раздел? (с.57). Хотя, конечно, *ментальная схема* звучит красивее.

Особый, достаточно объемный раздел монографии посвящен «базовой метафоре концепта *public relations*» (с.64), в качестве которой автор анализирует метафору *игры* – с нашей точки зрения, без особых на то оснований, фактически не приводя аргументов в пользу того, то именно *игра* - базовая метафора исследуемого концепта и рассматривая как виды игры также спортивное соревнование, охоту и даже войну.

Анализируя универсальный слой концепта (с.73-74), автор, как видно из примеров, описывает не сам слой, не его концептуальное содержание, а называет лишь отдельные языковые единицы, которые перешли из профессионального подязыка в общенародный язык и стали общепонятными – *brain drain, feel-good factor, political correctness* и др. Однако общеупотребительные единицы и «универсальные» когнитивные признаки – это не одно и то же. Получается, что с собственно когнитивной стороны универсальный когнитивный слой не описан, а его наличие просто декларируется, что вызывает сожаление, поскольку именно содержание этого слоя представляет наибольший интерес для читателя (а этот раздел в монографии занимает всего немногим более одной страницы общих рассуждений).

Более подробно и содержательно рассмотрены национальный и особенно профессиональный слои концепта; последний описан через перечисление многочисленных конкретных фреймов, что позволяет вполне определенно представить содержание исследуемого концепта.

Автор делает общий теоретический вывод о фреймовом подходе как наиболее адекватном способе описания концепта (с.114).

Рецензируемая монография, таким образом, иллюстрирует на конкретном материале определенную модель и методологию описания концепта, предложенную автором. Полнота и точность, а также содержательность описания разных компонентов и слоев концепта различна, что является, с нашей точки зрения, свидетельством необходимости определенной коррекции принятой модели. К примеру, вычленение таких слоев как *этимологический* и *универсальный* мало что дает для описания реального когнитивного содержания концепта, что становится очевидно из проведенного автором исследования.

Ознакомление с рецензируемой монографией побуждает нас высказать некоторые дополнительные соображения. Так, нам кажется слишком узким избранный материал исследования – только фразеологические средства объективации концепта. Выбор материала, естественно, всегда остается за исследователем, но ограничение материала только фразеологией сужает область исследования – ведь такой важный общественно-политический концепт как *наблик рилейшенз* имеет и обширную лексическую объективацию, которая остается вне поля исследования, а, следовательно, и объективируемые лексикой когнитивные признаки. Однако с другой стороны, представленный в монографии материал показывает большие потенции фразеологической номинации – концепт *наблик рилейшенз* и на чисто фразеологическом материале оказывается возможным описать довольно содержательно, особенно в его профессиональном слое. Это говорит о том, что фразеологическая номинация – важная интегральная часть номинативного поля концепта, хотя без лексической номинации при описании любого концепта, с нашей точки зрения, обойтись нельзя.

Некоторые выводы автора монографии представляются нам излишне категоричными, например: «Структуры человеческого знания носят метафорический характер» (с.114). Далеко не все структуры знания носят «метафорический характер» – например, чувственное познание носит прямой, а не метафорический характер, чувственные образы, формируемые человеком в результате эмпирического чувственного познания, не имеют метафорического характера.

Есть некоторые неясности в используемой автором терминологии. Так, на с. 32 читаем: «тексты, в которых концепт значимо употребляется». Что значит «значимо употребляется»? Может ли концепт вообще употребляться? Употребляется в речи номинация концепта. На с.24 указывается, что американский и британский культурный континуум «имеют общую культурную долю». Что такое культурная доля, не объясняется.

В работе встречаются довольно многочисленные опечатки, некоторые из которых искажают смысл текста. Например, с.43, второй абзац снизу - «с последующим «внесении» его из профессиональной концептосферы...».



На с. 20 приводится ссылка на Лакоффа 1988, а такой работы в библиографии нет. Затрудняет чтение монографии большое количество контекстуальных аббревиатур, которые, как известно, упрощают написание текста автору, но затрудняют восприятие текста читателю.

Ознакомление с монографией А.Л.Игнаткиной также позволяет сделать некоторые теоретические выводы, которые могли бы быть сделаны и самим автором монографии, но оказались вне поля его внимания.

С нашей точки зрения, исследование А.Л.Игнаткиной показывает, что существует *фразеологическая картина мира* – разновидность языковой картины мира, ее составная часть. Такой вывод однозначно напрашивается из анализа материала.

То, что по результатам исследования именно профессиональный слой концепта оказался наиболее содержательным, с нашей точки зрения говорит о том, что именно профессиональная информация составляет ядро концепта, а историческая часть периферийна.

И еще одно соображение. Для определения в структуре концепта места тех или иных когнитивных признаков целесообразно дополнять исследование психолингвистическим экспериментом, который, кроме того, что позволит сделать надежную полевую стратификацию содержания концепта, даст также возможность выявить универсальное, групповое и личное в концепте, что остается слабым местом в рецензируемой работе.

У нас также не вызывает сомнения целесообразность применения полевого метода при описании структуры концепта, который позволяет ранжировать выделенные когнитивные признаки по яркости и более адекватно представить актуальную для носителя языка когнитивную структуру концепта.

В целом следует положительно оценить рецензируемую монографию А.Л.Игнаткиной как исследование, продвигающее вперед изучение структуры концептов разных типов и вносящее вклад в разработку методики подобного исследования.

И.А.Стернин

## Содержание

<b>От редколлегии</b>	с.3
<b>Вопросы теории</b>	с.3
Мартынов М.С., Мартынова Е.М. (Орел) Текст как волновое явление	с.3
Стуколова Г.П. (Воронеж) Текст как источник порождения синтаксических структур	с.6
Чарыкова О.Н. (Воронеж) Художественная картина мира как объект лингвокогнитивного исследования	с.11
<b>Языковая картина мира</b>	с.16
Атланова Е.О.(Борисоглебск) Бином «евро» в современной русской языковой картине мира	с.16
Иванова М.М. (Воронеж) Семантические особенности лексемы предприниматель ( на материале публицистических и художественных текстов)	с.20
Медведева А.В. (Воронеж) Зооморфные метафоры в русской лексике	с.26
Панкова Т.Н. (Воронеж) Метафорические значения лексем “сок”, “сочный” и “juice”, “juicy” в русской и английской языковой картине мира	с.30
Пенталь Д.В. (Воронеж) Лексема <i>ночь</i> в испанской языковой картине мира	с.33
Черногрудова Е.П. (Борисоглебск) Лесть, клевета и ложь в русских народных пословицах	с.36
<b>Когнитивная картина мира</b>	с.38
Досимова М.С. (Астрахань) Концепт «женщина» в объективации русской фразеологией	с.38
Зиновьева О.А. (Воронеж) Концепт «Италия» в поэтической концептосфере А.С.Пушкина	с.42
Крючкова Т.М. (Воронеж) Вербализованные концепты русской массовой культуры (по произведениям русских писателей конца XX – начала XXI вв.)	с.47
Курилова Н.И. (Волгоград) Концепт нищий в русской когнитивной картине мира (по данным словарей и экспериментальных исследований)	с.49
Онищенко М.С. (Ульяновск) Концепт «свободная страна» в русском, немецком и американском дискурсе	с.53

Павлюк Л.В.(Москва) Языковые концепты в когнитивной картине мира (экспериментальное исследование)	с.56
Сычева О.А. (Воронеж) Концепт убеждать в современной русской картине мира (по данным лексикографических источников)	с.61
Трущинская А.С. (Воронеж) Актуализация концепта родители в русском и английском художественном тексте	с.66
<b>Художественный текст</b>	с.74
Болдырева Е.М. (Ярославль)Понятие autofiction: проблемно-методологический аспект	с.74
Борисова Л.М. (Воронеж) Метакоммуникативный комментарий как способ организации повествования	с.78
Голяндина М.И. (Астрахань) Интерпретация темы фашизма в романе Мишеля Турнье «Лесной царь»	с.84
Князева Л.В. (Воронеж) Сборник новелл Л.Хьюза «Пути белого народа» через призму межрасовых отношений	с.87
Кучина Т.Г. (Ярославль) Слово и тело: идиолект телесности в романе Н.Кононова «Нежный театр»	с.89
Литвинова М.М. (Москва) Стилистические свойства глаголов движения (на материале романа Михаила Булгакова «Мастер и Маргарита»)	с.93
Мещерякова О. А. (Елец) Световые лексемы в художественном дискурсе И. А. Бунина	с.102
Морозова Т.В., Панкова Т.Н. (Воронеж) Приёмы и способы построения картины мира в романах М. Делибеса «Пять часов с Марио» и «Письма шестидесятилетнего жизнелюбца»	с.106
Овчинников Д. В., Чарыкова О.Н. (Воронеж) Языковая метафора в художественном тексте (на примере лексем, называющих рельеф местности)	с.109
Петунина И.Э. (Воронеж) Лексико-фразеологическое поле «судьба» в произведениях М.А.Шолохова	с.115
Рыбачева Л.В. (Воронеж) Textoобразующие функции имен действия в художественном тексте	с.121
Студенова О.В. (Воронеж) Формирование романтического компонента коннотации в значении слов, обозначающих фрагменты пейзажа (на примере художественных текстов XX века)	с.125
Ускова Т.Ф. (Воронеж) «Легенда о драконе» А.И.Несмелова как образец авторской интерпретации национального мифа	с.129
Хади Н.Дж., Чарыкова О.Н. (Воронеж) Обращение с использованием отчества в прозе А.П.Чехова как художественный приём	с.133

<b>Художественно-публицистический текст</b>	c.138
Аниськина Н.В. (Ярославль) Особенности оценочной лексики в произведениях А. Синявского, посвященных А.С. Пушкину	c.138
Грищенко М.А. (Воронеж) Литературные портреты писателей прошлого и идеологическая борьба (Луи Арагон и его литературные портреты)	c.142
<b>Художественный дискурс в сопоставительном аспекте</b>	c.146
Дробышева Т.В. (Воронеж) Прагматический уровень эквивалентности перевода художественного текста: эмоционально-оценочный и экспрессивный компоненты	c.146
Дробышева Т.В. (Воронеж) Проблема авторства переводного художественного текста	c.150
Зырянова М.Ю. (Воронеж) К вопросу об адекватности поэтического перевода (на примере переводов стихов А.А.Фета на немецкий язык)	c.155
Молодых Е. А. (Воронеж) Особенности перевода стилистически окрашенной лексики (на примере русских переводов романов В. Скотта)	c.158
<b>Политический дискурс</b>	c.161
Ковалева Т.Г. (Воронеж) Атрибутивная лексика с темпоральным значением в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков)	c.161
Макарова В.В. (Каунас) Тактики убеждения в российском политическом дискурсе	c.165
Мочалова Е. В. (Липецк) Метафора в политической коммуникации	c.174
Филатова И.Н. (Воронеж) Влияние речевых нарушений на имидж политического оратора ( на материале фрагментов речей Дж. Буша-младшего)	c.177
<b>Тексты СМИ и рекламы</b>	c.182

Астахова Е.А. (Воронеж) Телевизионная реклама как ретранслятор современной картины мира	с.182
Вахтель Н.М. Высказывания с глаголом в форме прошедшего времени в позиции газетного заголовочного микротекста	с.185
Дыкин Р.В. (Воронеж) Проблематика текстов социальной рекламы и общественное сознание	с.192
Коломейцева Н.А. (Воронеж) К вопросу о соотношении понятий «личный PR», «мнение», «имидж», «репутация»	с.194
Колышкина Т.Б. (Ярославль) Особенности употребления местоимений в рекламном тексте	с.196
Моисеева Е.А. (Воронеж) О некоторых особенностях употребления глаголов созидания (плодить, родить, сколотить) в газетном тексте	с.201
Новичихина М.Е. (Воронеж) Коммерческое название: подверженность моде?	с.204
Ухова Л.В. (Ярославль) Персонаж-герой как элемент атрибутики фирменного стиля	с.207
Швец Е.В. (Воронеж) «Звездное» интервью в коммуникативно-прагматическом аспекте	с.212

### **Профессиональный дискурс** с.217

Бобырева Е.В. (Волгоград) Сравнительные характеристики религиозного дискурса в русском и английском языках	с.217
Хлопкова Е.В. (Астрахань) Некоторые приемы вербальной манипуляции в судебном процессе	с.226

### **Рецензии** с.230

Стернин И.А. (Воронеж) Концепт и фразеологическая картина мира	с.230
--	-------

### **Содержание** с.234

