

**Воронежский государственный университет
Воронежский институт повышения квалификации
и переподготовки работников образования**

Воронежская риторическая ассоциация
Воронежская психолингвистическая ассоциация
Межрегиональный
Центр коммуникативных исследований ВГУ

Культура общения и её формирование

Вып. 10

Научное издание



**Воронеж
2003**

Десятый выпуск межвузовского научного сборника «Культура общения и её формирование» включает материалы, отражающие доклады и сообщения, сделанные на очередной ежегодной региональной научно-методической конференции «Культура общения и её формирование» (Воронеж, 15-16 апреля 2002 г.) и результаты разработок в области речевого воздействия, коммуникативного поведения, риторики, культуры общения, культуры русской речи, современных тенденций развития русского языка, проведенных членами Воронежской риторической ассоциации, Воронежской психолингвистической ассоциации, Межрегионального центра коммуникативных исследований ВГУ в течение 2002 г.

Для учителей русского языка, культуры общения, риторики, делового общения, преподавателей вузов, всех интересующихся проблемами речевого воздействия и культуры общения.

Составитель и научный редактор - И.А.Стернин

Компьютерная верстка - И.А.Стернин

© Коллектив авторов, 2003
Издательство «Истоки», 2003

ISBN

Культура общения в регионе

Н.В. Журавлева

Культура речи учителей Воронежской области

В течение учебного года в Воронежском институте повышения квалификации и переподготовки педагогических кадров продолжалась работа по повышению уровня культуры речи учителей. Кроме традиционной работы над орфоэпической грамотностью педагогических работников, в течение этого года кафедрой теории и практики коммуникации было уделено большое внимание освещению вопросов, связанных с одной из самых актуальных проблем современного русского языка – проблемой употребления иностранных слов и выражений, а также неологизмов, сконструированных из иноязычных, преимущественно английских морфем.

Теоретическая часть занятий, посвященных иноязычной лексике, включала последовательное обоснование неизбежности и закономерности процесса обогащения любого живого языка иностранными словами. Мы пытались по возможности полно осветить вопрос о явлениях общекультурного характера, сопровождающих этот процесс.

Одним из самых убедительных аргументов в пользу «терпимости» по отношению к иноязычной лексике, безусловно, является тот факт, что лексикон современного человека содержит не так много слов, о которых в этимологическом словаре сказано – «исконное», а не «заимствованное». Современный человек свободно оперирует заимствованными словами, история пребывания которых в нашем языке насчитывает от ста и более лет: тюркскими (кабан, колбаса, стакан, утюг, карандаш, чемодан), польскими (бутылка, кухня, повидло, сарделька, станция, тарелка, юбка), итальянскими (вермишель, помидор), немецкими (галстук, паспорт, ранец, туфля, картофель, шарф), французскими (батон, ботинки, бульон, винегрет, газета, журнал, карамель, диван, жилет, шапка), а также английскими, греческими, латинскими, старославянскими и т.д. Разумеется, терпимость даже самых непримиримых ревнителей чистоты русского языка к этим «чужим» словам основана именно на том, что они давно адаптированы к фонетической и грамматической системам нашего языка.

Практическая часть занятий, посвященных иноязычной лексике, предполагает, как правило, работу с изданным кафедрой мини-словарем «Иностранные слова. Словарь», включающем 300 наиболее употребительных и трудных для понимания новых иностранных слов. Также курсантам предлагается сборник «Иностранные слова. Упражнения», позволяющий отработать навыки понимания и употребления тех трехсот иностранных слов, которые, по мнению авторов обоих сборников, вызывают наибольшие затруднения в речевой практике современного человека.

Л.И.Косинова

«Культура общения» в Железнодорожном районе г. Воронежа

Введение в школах с 1 по 11 класс курса «Культура общения», несомненно, позволяет повысить уровень речевых умений школьников, учит детей быть активными в общении, эффективно убеждать своего собеседника, выбирать важное и нужное для своей устной и письменной речи, ориентироваться в различных речевых ситуациях.

В нашем Железнодорожном районе необычайно возрос интерес к древней науке риторике, так как в центре ее стоит обучение эффективному общению. В этом мы убедились, когда провели районную конференцию «Проблемы культуры общения и современного русского языка глазами школьников». Учащиеся старших классов провели большую работу в исследовании школьного и молодежного жаргона, национальных особенностей в поговорках и сказках, сделали анализ речевого поведения и имиджа известных телеведущих программ «Слабое звено», «Два рояля» и других.

Учащимися было продемонстрировано ораторское мастерство в умении убеждать, доказывать, выражать свои мысли.

В этом году исполняется пять лет нашему районному Фестивалю риторики. За это время заметно вырос интерес к этому искусству, повысилась качество выступлений, а значит и речевой деятельности учащихся. А что может быть важнее возвращения истинной любви к своему языку, развитию в подрастающем поколении умения правильно и красиво говорить? С помощью таких мероприятий мы учим детей любить волшебный русский язык. А это приносит всем нам радость и удовольствие.

Особое значение имеет тот факт, что риторика пришла в начальную школу, к шестилетним детям. Дети в таком возрасте легко впитывают образцы речи, они эмоциональны, любят играть и легко входят в различные речевые роли.

Мой собственный опыт работы в начальной школе показывает, что при обучении риторике и культуре общения учитель должен создать в классе доброжелательную обстановку, где дети чувствовали бы себя свободно, раскованно, спокойно. Учитель выступает в роли, человека, поощряющего речевую активность учащихся и вдохновляющего их на творчество. Урок эффективно начинать с речевой разминки. Упражнения типа: «произнесем шепотом, но отчетливо», «громко, тихо, грустно, весело» «быстро, медленно», «задул свечу», «прожужжи, как комар», «изобрази звук колокола», работа со скороговорками способствует развитию речевой деятельности учащихся.

Ортологические разминки-упражнения на усвоение произносительных, словообразовательных норм литературного языка и импровизационные задачи, развивающие спонтанную речь через неподготовленные диалоги и монологи, обеспечивают формирование необходимых речевых умений и навыков,

снимают усталость, позволяя детям переключаться с одного вида деятельности на другой.

Каждый ученик на уроке должен овладеть правилами и приемами построения своей речи, средствами выразительности устной и письменной речи, научиться владеть голосом, дикцией, артикуляцией звуков речи, интонациями, умением просто и свободно держаться перед зрителями.

Из своего опыта знаю, как дети любят сочинять стихи - сначала по заданным рифмам, затем – просто на определенную тему. Устраиваю конкурсы на лучшее стихотворение, лучшего оратора, «издаем» книжки-малышки с лучшими ученическими стихами.

Уроки проходят живо, легко, на одном дыхании. Мечтаю о специальном кабинете риторики, где кроме обычных парт был бы ковер, трибуна, кукольные персонажи, от имени которых ставятся задачи, разыгрываются сценки.

Л.Д.Мудрова

Из опыта работы РМО учителей культуры общения

Поделюсь опытом работы РМО учителей культуры общения, которым я руковожу в Железнодорожном районе г. Воронежа.

Так как предмет «культура общения» тесно связан с филологией, то вполне естественно и закономерно, что эти уроки часто ведут словесники. Но в школах распределение часов культуры общения сложилось таким образом, что эти уроки в большинстве являются добавлением к основной ставке учителя. Поэтому словесник, загруженный проверкой тетрадей, не всегда проявляет заинтересованность в преподавании культуры общения.

Поэтому основной задачей нашего РМО стало пробудить интерес учителей к названному предмету, объединить всех учителей, преподающих культуру общения, через общерайонные мероприятия.

В районе сложилась система традиционных мероприятий, связанных с преподаванием культуры общения.

Так, в декабре в пятых – шестых классах в районе проводится проверочная работа по единым тестам. Результаты такой контрольной прекрасно выявляют степень системности преподавания предмета, повышают ответственность учителей за качество обучения.

Вот уже в течение пяти лет в районе на базе средней школы №36 проводится фестиваль риторики. Поэтому не случайно Железнодорожный район довольно часто занимает призовые места во всех возрастных группах на региональном фестивале риторики.

Становится уже традиционной и I научная конференция старшеклассников по проблемам современного русского языка и культуры общения, которая проводится совместно с РМО учителей русского языка и литературы (руководитель Незнамова Оксана Валерьевна, учитель школы №74).

Чтобы данная конференция прошла успешно, нами была проведена подготовительная работа. Учителям района была предложена примерная проблематика докладов для конференции в виде списка тем. На семинаре обсуждался опыт первой конференции и был дан примерный алгоритм подготовки сообщения учащимся: а) сбор необходимого материала через карточки или опрос испытуемых, б) анализ полученных результатов и их обобщение.

Во II конференции, проведенной 11 февраля 2003 в средней школе №36, приняли участие учащиеся 12-ти из 14-ти школ районов. В четырех секциях было прослушано 25 докладов. Что касается выбора тем, то старшеклассники проявили наибольший интерес к проблемам молодежного жаргона, тематики разговоров в разных ситуациях и возрастных группах, к имиджу учителя и ученика, проявлению законов общения в жизни.

Выступавшие школьники прекрасно продемонстрировали умение соблюдать регламент, вести дискуссию, правильно сопоставлять и обобщать результаты своих исследований. Это, несомненно, показывает качество преподавания культуры общения в школах района.

Через такие мероприятия можно увидеть заинтересованных в предмете, творчески и успешно работающих учителей.

В целом в районе уже сформировался актив таких педагогов: Струкова Н.И. (19 shk.), Чистякова Г.М. (71 shk.), Гунькина М.И. (56 shk.), Коробкова О.А. (23 shk.), Кострыкина Т.Р. и Лебедева О.Н. (71 shk.). Уже несколько лет поддерживают конференции и фестивали Япринцева Н.Н. (завуч лицея №3), Гребенщикова О.И. (завуч shk. №36), Незнамова О.В. (руководитель РМО словесников).

Теоретические проблемы общения и речевого воздействия

И.А.Стернин

Русский язык и коммуникативное сознание в XXI веке (попытка прогноза)

Прогнозирование развития в любой гуманитарной сфере – вещь шаткая и ненадежная, однако исследования в области тенденций развития русского языка последнего времени во взаимосвязи с развитием русской культуры и русского коммуникативного поведения позволяют заметить некоторые устойчивые изменения, которые, по-видимому, будут определять тенденции развития русского коммуникативного сознания в нынешнем веке.

Коммуникативное сознание – это часть сознания народа, отвечающая за общение. Коммуникативное сознание народа формирует коммуникативное

поведение народа, понимаемое как совокупность национальных норм и традиций общения.

Социальные изменения, произошедшие в России конца XX века, столь существенны, что они не могут не затронуть национальное сознание, в том числе и его коммуникативную составляющую. Закрепление социальных изменений приведет и к закреплению соответствующих изменений в сознании, каковой процесс сейчас и наблюдается. Основные из социальных факторов, оказывающих влияние на развитие русского коммуникативного сознания, на наш взгляд таковы.

Свобода слова. Первоначально ошибочно отождествленная коммуникативным сознанием народа со свободой речи, свобода слова привела к языковой раскрепощенности, ослаблению норм литературного языка, экспансии сниженной лексики в устной речи и публицистике, в художественной литературе, к активизации жаргонов, формированию общенационального сленга. Увеличился словарный состав русского языка за счет множества новых лексических единиц и фразеологизмов, отражающих новые сферы жизни (бизнес, шоу-бизнес, новые направления в технике, новые политические реалии), а также вышли в общее употребление единицы ограниченного употребления, отражающие ранее закрытые сферы (криминал, репрессии, теневые стороны жизни, болезни, сексуальная сфера и др.)

Открытость общества. Открытость общества привела к интенсивному заимствованию иностранных слов, усилению интернационализации словарного фонда русского языка, улучшению знания россиянами иностранных языков, прежде всего английского. В настоящее время русское коммуникативное сознание отдает приоритет иностранным языкам перед родным.

Переход к рыночной экономике. Формирование рыночных отношений привело к возникновению большого пласта коммерческой лексики и фразеологии, формированию понятий «культура делового общения», «деловой этикет», «культура общения», «речевое воздействие», «эффективная коммуникация».

Указанные перемены приводят к изменению сознания народа, влияют на его менталитет и коммуникативное поведение.

Коллективистский менталитет русского человека начинает приобретать индивидуалистические черты под влиянием рыночной морали, предполагающей заботу о личной прибыли, личном преуспевании, предполагающей умение быть жестким, рисковать, соревноваться с другими, делать карьеру, использовать других людей в своих целях. Большую роль в этом играет подражание передовым в экономическом отношении странам с рыночной экономикой, прежде всего – Америке.

Мы предполагаем, что, тем не менее, русский соборный менталитет не претерпит кардинальных изменений в силу устойчивых коллективистских традиций, которые существуют на Руси тысячелетия. Вместе с тем, усиление индивидуалистических традиций стимулирует интерес к освоению этикетных норм поведения и общения, которые неизбежно сопровождают развитие индивидуалистических обществ – это необходимость для самого

существования такого общества. Это также будет стимулировать повышение законопослушности российского общества, что проявится и в осознании необходимости более строгого соблюдения норм поведения и общения.

Процессы, связанные с экспансией сниженной и заимствованной лексики, осознанные общественным сознанием, привели к формированию в коммуникативном сознании русского человека озабоченности состоянием и развитием русского языка, к созданию комиссий по русскому языку, потребности в принятии Закона о русском языке как государственном, идее о необходимости подготовки новой редакции Свода правил орфографии и пунктуации.

В настоящее время период интенсивного обновления русского языка, начавшийся в бурные перестроечные годы, можно считать в основном закончившимся. В первое десятилетие нынешнего века процесс стабилизации лексико-фразеологического состава русского языка окончательно завершится и произойдет стабилизация стилистических норм.

Усилится внимание общества к соблюдению его членами норм литературного языка, норм культуры речи и культуры общения. Расширится практика обучения культуре речи и эффективному общению различных слоев населения. Постепенно будут формироваться и предъявляться коммуникативные требования к профессиональной деятельности различных категорий работников. Возможно, они будут закреплены административно или законодательно. В первую очередь это коснется журналистов, чиновников, педагогов.

Расширится обучение коммуникативным дисциплинам в различного рода учебных заведениях, как средних, так и высших, будут функционировать различные курсы подготовки в области речевой и коммуникативной культуры.

Коммуникативное сознание русского человека эволюционирует в направлении внимания к собственному языку, будет формироваться осознание важности хорошего владения своим родным языком. К 30–40-ым г.г. эволюция русского коммуникативного сознания может в основном завершиться.

Однако оптимистический прогноз в этом направлении, выдвигаемый нами, основанный на реально наблюдающихся тенденциях и закономерностях социального развития российского общества, может осуществиться только при наличии эффективно действующего субъективного фактора – желания и готовности образованных слоев населения вести непрерывную работу по формированию речевой культуры населения. В противном случае период неконтролируемой речевой стихии, захлестнувшей русский язык, может продлиться гораздо более длительное время.

О соотношении понятий «язык» и «речь»

Разграничение между языком и речью в наиболее явной и решительной форме было сделано Ф. де Соссюром. Противопоставление этих понятий он образно назвал первым перекрестком, где разветвляются пути лингвиста [5, с.9]. Между тем язык (*langue*) и речь (*parole*), согласно Соссюру, это только части общего феномена, каким является речевая деятельность (*langage*). Как отмечает Н.А. Слюсарева, при переводах и при толковании соссюровских идей наибольшие сложности возникают именно с этой французской триадой *langage* - *langue* - *parole*, в которой самым неопределенным является *langage*, «так как в рукописях это слово выступает как синоним по отношению к двум другим» [4, с.25]. Недаром в дальнейшем большинство лингвистов не почувствовало необходимости в указанном понятии и анализировало только дихотомию «язык – речь».

Проведя границу между языком и речью, Соссюр выдвинул требование их отдельного изучения, предложив различать соответственно лингвистику языка и лингвистику речи [7, с.26-27]. Сам же он занялся лингвистикой языка как наименее разработанной областью, предполагая, впоследствии заняться также и лингвистикой речи, но не успел этого сделать.

По мнению В.А. Звегинцева, Соссюр, «проведя разграничение между языком и речью и определив их как «разные вещи», повернул всю лингвистику в сторону изучения языка, оставив в пренебрежении речь» [2, с.234]. Сложившаяся после Ф. де Соссюра структурная лингвистика занималась выяснением именно того, как устроен язык. Стремясь к строгому формальному описанию элементов его структуры, она фактически ушла от проблемы языка и речи, перешагнув через нее и лишив ее актуальности.

Традиционное выделение таких разделов языкознания, как фонетика, лексикология, морфология, синтаксис, подготовило почву для концепции уровневой организации языка, получившей широкое распространение к середине XX века. По-видимому, идея уровневой организации была привнесена в лингвистику из биологии, где с начала прошлого столетия стала распространяться концепция структурного уровня, или уровня организации живых систем. В этой теории уровней, безусловно, имеет определенное сходство с существовавшей до нее так называемой «биологической» концепцией языка А. Шлейхера, который, рассматривая язык как естественный организм, пытался увидеть в языковых закономерностях реализацию законов природы [8].

Поистине верно сказал Ф. де Соссюр: «...Любой, кто вступает в область языка, должен сказать себе, что все возможные аналогии с земными и небесными явлениями надо отбросить. Именно по этой причине и было создано столько фантастических построений по поводу языка...» [6, с.102]. К сожалению, это предупреждение Соссюра о негативных последствиях

подобного рода заблуждений, имевших место в языкознании, осталось без внимания последующих поколений лингвистов.

Язык - это явление внутреннее и чрезвычайно сложное. Разумеется, о том, как он устроен, можно только догадываться. Язык следует рассматривать не как систему уровней, каждый из которых состоит из множества однородных элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, а как динамичную систему знаков. При этом важно учитывать, что знак «не только можно передавать, но что он по самой своей природе предназначен для передачи» [6, с.103]. Это и дает рассматривать язык как динамичную систему, как деятельность, а не как нечто застывшее, готовое, статичное. Сама динамика языковой системы обуславливается именно динамичностью языкового знака, его функционированием в рамках этой системы, которое происходит только в речи. Отсюда со всей очевидностью следует, что речь является неотъемлемой, составной частью языковой системы.

Внутренняя структура языка не дана нам в непосредственном наблюдении. О ней можно судить лишь по ее проявлениям и косвенным свидетельствам, а именно наблюдая продукты языковой деятельности, то есть, исследуя использование конкретных языков в конкретных речевых актах.

Путь познания языка через речь приводил часто или к отрицанию языка и речи, или, напротив, к игнорированию самой речи и ее фундаментального влияния на язык. Между тем понимание языка как динамичной системы знаков, функционирование которых происходит в бесконечно разнообразных речевых произведениях, имеет далеко идущие последствия для правильного понимания природы языка. «...В подлинном и действительном смысле под языком можно понимать только всю совокупность актов речевой деятельности. ...Необходима все повторяющаяся деятельность, чтобы можно было познать сущность живой речи и составить верную картину языка. По разрозненным элементам нельзя познать то, что есть высшего и тончайшего в языке, это можно постичь и уловить только в связной речи, что является лишним доказательством в пользу того, что каждый язык заключается в акте его реального порождения. Именно поэтому во всех вообще исследованиях, стремящихся проникнуть в живую сущность языка, следует прежде всего сосредоточивать внимание на истинном и первичном. Расчленение языка на слова и правила – это только мертвый продукт научного анализа» [1, с.70].

В этом высказывании В. фон Гумбольдта содержится веское доказательство того, что изучение языка невозможно без изучения речи. Язык является отображением изначальной языковой способности, заложенной в человеке, который всякий раз, пробуждая ее своими собственными усилиями, создает сам в себе язык. Главное в языкотворческом процессе заключается в порождении речи. Язык творит речь и в то же время сам творится в ней. Таким образом, речь является и продуктом языка, и его орудием, поскольку именно в ней происходит формирование и передача человеческой мысли.

Изучение языка начиналось с изучения речи, при анализе которой было установлено, что она имеет дискретный характер, т. е. поддается членению. Результатом первого этапа анализа речи является выделение предложения, которое можно определить как речевую конструкцию, строящуюся по

определенной модели путем заполнения ее словами - языковыми знаками, которые, формируя предложение, становятся его элементами, т. е. собственно частями речи. Именно это со всей очевидностью доказывает, что слово существует самостоятельно, до предложения, то есть независимо от него. «...Способность быть элементом предложения, - писал Ф. де Соссюр, - не является первым модусом существования слова... Ведь предложение существует только в речи, в дискурсивном языке, в то время как слово есть единица, пребывающая вне всякого дискурса, в сокровищнице разума», которым является человеческая память [6, с.159].

В памяти, кроме слов, может содержаться также и некоторое количество готовых предложений (так называемых «речевых штампов»), частое употребление которых затрудняет творческий процесс «превращения мира в мысли» и приводит к междометизации речи. Однако «память может подсказать нам крайне ограниченное количество готовых предложений. Иначе и быть не может, если учесть неограниченное число возможных комбинаций довольно небольшого количества элементов. Напротив, та же память тысячами поставляет готовые слова» [Там же].

Вся сущность языкотворческого процесса заключается в порождении речи, основной единицей которой является предложение, построенное из слов. Предложение и слово – две главные языковые сущности. «Больше в языке ничего нет. Вернее, все остальное – только ради слова и предложения. Все, что не слово и не предложение, подчинено либо слову, либо предложению, и нужно хорошо понимать смысл лингвистических фактов, чтобы правильно их соотносить с главными языковыми сущностями – словом и предложением» [3, с.147].

Однако реальные сущности языка определимы с большим трудом. Для выявления их необходим внимательный анализ. «Если бы кто-нибудь из лингвистов, разбирающихся в сути дела, доказал нам, - писал Ф. де Соссюр, - что в языке можно заранее найти реальный объект, неважно какой, но предшествующий анализу, а не вытекающий из него, тогда мы не только перестали бы писать что-либо, но это означало бы конец лингвистики» [6, с.118].

Поскольку языковая способность человека локализуется исключительно в его мозге, а мы имеем пока только минимальную возможность получить представление о том, что происходит в клеточках нашего мозга, единственным способом выявить механизмы функционирования языковой системы является анализ речи, данной нам в непосредственном наблюдении.

-
1. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. М., 2000.
 2. Звегинцев В.А. Язык и лингвистическая теория. М., 2001.
 3. Руделев В.Г. Русский язык сегодня // Теория и практика преподавания русского языка. Тамбов, 1991.
 4. Слюсарева Н.А. О заметках Ф. де Соссюра по общему языкознанию // Ф. де Соссюр. Заметки по общей лингвистике. М., 1990.

5. Слюсарева Н.А. Теория Ф. де Соссюра в свете современной лингвистики. М., 1975.
6. Соссюр Ф. де. Заметки по общей лингвистике. М., 1990.
7. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. Екатеринбург, 1999.
8. Шлейхер А. Теория Дарвина в применении к науке о языке // Звегинцев В.А. История языкознания XIX-XX веков в очерках и извлечениях. М., 1964. Ч.1.

Языковая личность

Т.Н. Голицына

Коммуникативная многозначность как фактор миропонимания языковой личности

Данное исследование посвящено некоторым аспектам речевого поведения индивида, которые определяются не только коммуникативной ситуацией, но в большей степени обусловлены его психологическим складом.

Человеческое существо живёт не только в рамках природной или социальной заданности. Образ «реального мира» для индивида строится именно на основе языковых особенностей каждого этноса, (хотя большей частью бессознательно). Мы видим, слышим и воспринимаем действительность так, а не иначе, в значительной мере потому, что структура нашего национального языка предрасполагает к определённым выборам интерпретаций.

В последнее время в науке складывается новая парадигма, в соответствии с которой язык рассматривается как явление культуры и менталитета носителей языка [Тер-Минасова 2000]. Современная лингвистика, по мнению М.Г. Милославского, является не только наукой о кодах, “но наукой о речемыслительной деятельности человека” [Милославский 2000, с. 136].

На наш взгляд, в русском языке можно обнаружить интересные объекты для анализа, которые имеют очевидную мировоззренческую значимость.

Так, имена существительные собственные предназначены для того, чтобы называть явления индивидуальные, «неповторимые», фокусировать внимание на уникальности лица, явления и под. Поэтому они, как правило, употребляются только в форме единственного числа (реже в форме только множественного, у которого грамматический показатель множественного числа десемантизирован).

Между тем в языке многочисленны примеры употребления собственных существительных во множественном числе. Ср.: *Офицеров тщательно проверяли, чтобы не привезли из Европ вольнолюбивых идей ; Дон-Кихоты тьмы крошечной проповедовали с жаром аскетизма путь безбредный (Д.Минаев); Кем они были в жизни – величественные Венеры? Надменные*

Афродиты – кем в жизни были они? (Р. Рождественский); *Они уже давно по Парижам разгуливают, Эйфелевы башни, Лувры, Версали рассматривают* (из газет). Вероятно, можно считать, что любое имя собственное потенциально может выступать в форме множественного числа: Кулибины, Наполеоны, Ньютоны, а также «Березовские, Ходорковские и несть им числа» (из газет). Отсюда возникает определённая лёгкость построения высказываний, выражающих ироничное, нигилистическое отношение к авторитетам, ценностям. (Если даже имя собственное употреблено нейтрально: *Версали, Лувры* – всё равно оно лишено уникальности). Форма множественного числа является мощным средством усреднения, выравнивания. Сознание говорящего как бы адаптируется к необычным фактам, персоналиям, реалиям, тиражируя их. А это зачастую препятствует их адекватному пониманию, которое предполагает в этом случае анализ прежде всего индивидуальных характеристик.

В русском языке в последнее время наметилось активное замещение многих местоимений единственного числа формами множественного числа. Ср.: *Мы не понимали; Нас не научили; Нам этого не говорили* (вместо *я, меня, мне*).

В связи с этим можно говорить о том, что при интерпретации такого рода высказываний адресату требуются дополнительные усилия, чтобы правильно определить, к каким элементам целого относится характеристика, оценка. Данная особенность может быть связана, на наш взгляд, с двумя сторонами национального мировосприятия. Это, во-первых, тенденция к широким обобщениям, коллективной ответственности, соборности. Во-вторых, это некоторая незащищённость русского сознания от агрессивных форм социальной демагогии, с помощью которой обычно стремятся уйти от ответственности или личностных характеристик.

Вводные конструкции тоже могут использоваться как средства речевого действия, направленного на дезориентацию собеседника, сокрытие реальной информации, внушение собеседнику определённых мыслей. С этих позиций вводные конструкции могут быть представлены следующим образом:

1) вводные конструкции как средства манипуляции сознанием говорящего. Они могут как бы спровоцировать реакцию собеседника. Ср.: *Странное дело, он меня зовёт в гости*. Это высказывание может быть интерпретировано таким образом: а) автор хочет сказать, что для него приглашение неожиданно и удивительно; б) он хочет, чтобы собеседник поверил в это; в) тем самым он хочет подготовить собеседника и объяснить своё появление там, хотя говорящий думает совсем иначе;

2) вводные конструкции как средства снятия ответственности с себя как автора речи: *по мнению компетентных источников, по сообщениям радио, телевидения* и под. Своё личное мнение выдаётся за мнение других. Ср.: *По мнению аудиторов (каких? откуда?), пакет акций стоит гораздо дороже* (из газет);

3) вводные конструкции как средство создания «мнимой» значимости. Это формальный способ отделить себя от содержания высказывания. Фактически у субъекта собственная точка зрения отсутствует, он передаёт общественное или

чужое, он не говорит нового и своего. При этом он вводит сигналы: *как я думаю (по-моему), как мне кажется* и под. Происходит субъективизация, за которой не стоит действительно личностных, продуктивных взглядов. Ср.: *Мы думаем, что во времена Карамзина, и Пушкина, и Гоголя повесть выступала как жанр передовой* (Литературная газета);

4) вводные конструкции *и* *впрочем*, *между прочим* могут вводиться говорящим тогда, когда ему хочется, чтобы коммуникативная цель была замаскирована, создаётся ситуация намёка. Задача высказывания – создать у собеседника представление, но не прямо, а завуалировано. Ср.: *Я, между прочим, вижу его у Лены. Кстати, что он там делает так долго?*;

5) среди вводных конструкций можно обнаружить конструкции, которые являются средством интеллектуального, логического «нажима» на собеседника. Это сигналы смысловой и логической последовательности высказывания: а) вводные конструкции, которые формируют композицию высказывания, осуществляют разбивку информации: во-первых, во-вторых, наоборот, однако, впрочем, кстати и под. Использование вводных слов *между прочим*, *впрочем*, *кстати* свидетельствуют о том, что предлагаемая информация сообщается попутно, на фоне другой более существенной информации. Их «информация» как бы «вмонтирована» в основную и вызвана по ассоциации с ней. Ср.: *Завтра я пойду к Бельским. Кстати, Ольга там будет* (В. Кормер).

Вводные слова *во-первых*, *во-вторых*, *следовательно* и т.д. – сигналы очерёдности, логической последовательности мыслей, а самое главное, это сигналы важности сообщаемых фактов в глазах говорящего. При помощи этих слов главное можно выдать за второстепенное, и наоборот. Показателен силлогизм Фомы Аквинского: Говорят, когда вы попадаете быку на рога, а у него их два, следовательно, у вас есть выбор: попасть на левый или на правый рог. Фома Аквинский ответил, что он лучше сядет посередине. В этом силлогизме, таким образом, навязывается заведомо ложное *следовательно*.

Как известно, в разных языковых культурах степень частотности употребления вводных конструкций различна. Это связано, видимо, с особенностями менталитета народов той или иной культуры, с особенностями межличностных отношений. Известно, что в английском языке частотность употребления вводных конструкций велика. Для русского языка, по-видимому, более характерна однозначность суждений. Это связано с коллективным опытом, соборностью русского сознания.

Изучение подобного рода взаимообусловленности языка и миропонимания можно считать продуктивным, так как оно позволяет понять многие элементы национальной культуры.

Милославский И.Г. Культура речи и русская грамматика. М., 2002.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.

Формирование языковой личности филолога как лингводидактическая проблема

Формирование языковой личности является одной из важнейших лингводидактических проблем. Процесс формирования, развития и совершенствования языковой личности длителен и продолжается на протяжении всей жизни индивида.

Формирование языковой личности филолога является важным вдвойне и требует особого подхода, т.к. именно филолог, будучи преподавателем, учителем-словесником, способен в будущем воспитать другую языковую личность, являясь важнейшим фактором ее формирования.

Нельзя забывать, что одной из отличительных черт языковой личности является ее социализованность. Ведь личность как таковая, а, следовательно, и языковая личность, рождается на пересечении многослойных, многоступенчатых отношений между членами конкретного социального сообщества. Социализация, выступающая основным средством превращения индивида в языковую личность, невозможна без научения ее умениям соблюдать статусные нормы, принятые в культуре говорящего индивида, поэтому очень важным представляется изучение особенностей статусно-ролевого взаимодействия в отдельно взятых микросоциумах. Следовательно, крайне важным является формирование некой «социальной психологии» у языковой личности, а это возможно главным образом посредством языка, вводящего индивида в ту или иную культуру.

Безусловно, становится ясной необходимость формирования языковой личности с широким филологическим кругозором.

Для формирования языковой личности специалиста-филолога с высоким уровнем языковой культуры одной из важнейших задач является развитие и совершенствование чувства языка.

Расширению общего и языкового кругозора языковой личности способствует работа с научной терминологией в ходе образовательного процесса. Научная терминология является средством организации и структурирования знаний. И общенаучная, и большая часть филологической терминологии служит для наименования ряда фундаментальных категорий. Кроме того, работа с научной лексикой, благодаря ее (лексике) обобщенной семантике, способствует развитию абстрактного мышления – необходимой составляющей развитой языковой личности.

Крайне важно сформировать у языковой личности развитое чувство функционально-стилевой дифференциации.

В связи с этим скажем, что одним из наиболее значимых факторов формирования языковой личности филолога является художественный текст. Понимание художественного текста ведет к активизации речевой и мыслительной деятельности обучающегося, к расширению его интеллектуального потенциала, воздействует на его языковое чувство.

Конечной же целью работы с художественным текстом является осознание идейно-эстетического контекста как ведущего компонента художественной значимости произведения.

Таким образом, изучение проблематики, связанной с языковой личностью, имеет важное прикладное значение.

Национальное коммуникативное поведение

А.О.Стеблецова

Письмо в британской коммуникативной культуре

Письма занимают значительное место в британской коммуникативной культуре. Имея глубокие исторические корни, видоизменяясь и совершенствуясь со временем, традиция писать письма не утрачена и сегодня - в век телефонов и электронных средств связи. Значимость переписки в британском обществе объясняется как широко известной национальной приверженностью традициям, так и вполне прагматическими причинами, приводимыми английскими лингвистами Ником Бригером и Джереми Комфортом:

1. Письмо способно оформлять идеи. Для написания хорошего письма требуется ясная структура, которой, в свою очередь, нужно систематическое и логическое развитие. Письмо, таким образом, помогает ясно выражать мысли.
2. Письмо способно делать идеи доступными для восприятия. В процессе написания письма, идеи приобретают простую и лаконичную форму, содержащую только необходимую информацию.
3. Письмо способно выразить деловой образ автора (организации, компании) с помощью логотипа, стиля автора, внешнего вида письма.
4. Письмо осязаемо. Оно является документально фиксированным сообщением и обладает гораздо более длительным сроком действия, чем, например, телефонный звонок.
5. Письмо значительно дешевле междугородного или международного телефонного разговора.
6. Письмо демонстрирует уважение по отношению к адресату уже тем, что не ставит его в вынужденное положение необходимости немедленной реакции (ответа), но оставляет время для размышления.

Письма, которые пишут и получают британцы, отличаются большим тематическим и функциональным разнообразием. Посредством письма родители получают информацию об успехах или проблемах ребенка в школе, служащие крупной компании – о действиях руководства, клиенты фирмы – о

новых услугах, ею предоставляемых, редакторы журналов и газет – о реакции читателей и т.д. Однако в этом большом разнообразии писем британской коммуникативной культуры, как, впрочем, и любой другой, можно выделить два основных вида писем: *личные и деловые*.

Личные письма - это письма, которые, как следует из названия, пишутся родственниками, друзьями, знакомыми, то есть индивидами, связанными личными отношениями. Естественно, темы таких писем и поводы к их написанию обычно не выходят за рамки обсуждения персональных проблем и событий. Сообщение новостей, желание поделиться собственными планами или узнать о планах друзей, пожелание удачи и т.п. являются типичными предметами личных писем и мотивами их написания. Личные письма обычно написаны неофициальным языком, в них используются разговорные слова и выражения. Часто для личных писем используются цветная бумага и конверты самых разных форм и расцветок. Для кратких и не конфиденциальных посланий, а также для праздничных поздравлений британцы часто используют открытки.

При всей неформальности личной переписки существует ряд ситуаций, когда написание личного письма является общепринятым, в какой – то степени ритуальным или этикетным, то есть обусловленным традиционными правилами хорошего тона. Это благодарственные письма (например, после визита), письма–извинения (например, в случае невозможности принять приглашение), письма-поздравления (по случаю радостных личных событий), письма с выражением сочувствия (по поводу печальных событий: несданный экзамен, дорожное происшествие и т.д.) письма – соболезнования (по поводу тяжелой болезни и смерти близких). Характерными для британской коммуникативной культуры являются и ‘Get Well’-письма или открытки, написанной с выражением сочувствия по поводу болезни знакомого и пожеланиями скорейшего выздоровления. Еще одним традиционным и обязательным видом личного письма является приглашение на свадьбу. На него, как правило, следует письменная реакция: принятие приглашения (в благодарственном письме) или отказ (письмо извинение с объяснением причин отказа).

Деловые письма занимают достаточно большое место в переписке британцев. В отличие от личных, предмет деловых писем является событием, связанное с профессиональной, коммерческой или общественной деятельностью британцев. В деловом письме британцы обычно выступают как представители организации, учреждения, компании или как реальные или потенциальные клиенты этих организаций учреждений компаний. Тематический и функциональный спектр деловых писем чрезвычайно широк. Это и письма-жалобы (например, на некачественные товары или услуги), письма-заказы, письма-запросы, переписка работодателей и кандидатов по поводу трудоустройства, огромное разнообразие писем, связанных с коммерческой деятельностью предприятия, наконец, рекламные письма и многие другие. Следующий перечень дает представление о разнообразии и многочисленности деловых писем британской коммуникативной культуры: информационное письмо, письмо – уведомление, письмо-извещение, письмо-

удостоверение, сопроводительное письмо, письмо-подтверждение, рекомендательное письмо, письмо – заказ, письмо – запрос, письмо-просьба, письмо-предложение (оферта), письмо-требование, письмо о назначении (на должность), письмо об уходе (с должности) письмо –заявление об отставке, письмо-согласие, письмо – отказ, письмо –благодарность, письмо –поздравление, письмо – соболезнование, письмо-извинение, письмо – реклама, письмо-напоминание, письмо –приглашение, письмо- жалоба, письмо-рекламация.

Для английской коммуникативной культуры традиционным является разделение деловых писем на три большие группы: официальные, собственно деловые или коммерческие и социальные. Во многом эта типология обусловлена сложившимися общепринятыми традициями и нормами деловой переписки английской культуры. При более близком знакомстве с конкретными образцами писем можно заметить, что критериями типологии являются:

- а) предмет письма, которым является событие факт, предмет, имеющий социальную, профессиональную, коммерческую значимость;
- б) адресат и адресант письма, которые (или, по крайней мере, один из них) являются носителями определенного социально-профессионального статуса и выполняют обусловленные этим статусом роли;
- в) официальный стиль изложения, стандартный характер языковых и графических средств выражения. Последний критерий является общим для всех трех групп.

Так, письмо считается официальным, если адресатом или адресантом является государственная организация или учреждение, благотворительная организация, частная организация или компания, общественная организация или лица, их представляющие. Предметом такого письма может быть перечисление или снятие денег с банковского счета, организация отпуска, бронирование мест в отеле, заказ товаров по каталогу, объяснение отсутствия ребенка в школе и многое другое.

Письмо считается коммерческим, если адресат или адресант являются, как правило, торговыми, производственными частными или государственными компаниями или организациями, или лица их представляющие, а предметом письма является нечто, связанное с их профессиональной деятельностью, например, покупка-продажа, информация о ценах, предложения товаров и услуг и т.д.

Социальные письма являются видом деловых, если адресат или адресант выступают не от себя лично, а как представители компаний, организаций, учреждений. Социальные письма наиболее ритуализованы, они являются выражением чувств, облеченных в официальную этикетную форму. Это письма-поздравления, соболезнования, благодарности и другие.

Британские деловые письма характеризуются определенными визуально-композиционными и графическими нормами.

Большинство писем в плане визуально-композиционного оформления следуют так называемому Block Style, в соответствии с которым все композиционно-тематические части текста (обращение, основная часть,

завершающая часть, подпись) располагаются от левого края строки и отделяются друг от друга полуторным или двойным пробелом.

Вариативные визуально-композиционные различия касаются в основном способа расположения реквизитных частей письма, а именно название компании \ организации\ учреждения адресанта, ее логотип, адрес могут располагаться сверху страницы (слева, справа и в середине строки) и внизу страницы (в середине строки). Дата письма может располагаться от правого и от левого края строки, над адресом адресата и под ним (но всегда над текстом). Все композиционно-тематические части располагаются в середине страницы, а дата – под текстом

Выбор вида и размера шрифта обычно определяется самим автором письма, наиболее типичными являются шрифты Times New Roman и Arial, 12 или 14 размер. Что касается использования капитализации, выделения, курсива, подчеркивания, то выбор одного или нескольких из этих способов произволен и полностью зависит от воли автора.

Типичным размером поля английского делового письма является 2 – 2,54 см, причем все поля (правое, левое, нижнее, верхнее) одинакового размера.

В плане способа пунктуационного оформления обращает на себя внимание получающий все большее распространение так называемый «открытый» способ пунктуации, то есть отсутствие знаков препинания в части обращения и реквизитной.

Пунктуационное оформление основной части текста остается традиционным, то есть все знаки препинания употребляются согласно традиционным пунктуационным правилам.

Письма британской коммуникативной культуры достаточно нормативны, то есть в плане языкового, композиционного и графического выражения они соответствуют исторически сложившимся этикетным стандартам письма. Данная нормативность выражается в

- соответствии выбора формы обращения и завершения (Dear Mr. Lewis - Yours sincerely), требующихся в случае обращения к адресату по имени.
- соблюдении этикетных норм вежливости при совершении речевых действий, а именно, использование вежливых этикетных оборотов.
- использовании вежливых этикетных конструкций в завершающей части, так называемое комплиментарное окончание, демонстрирующее готовность адресанта к помощи или сотрудничеству.
- поддержание общей позитивной тональности текстов писем.

Письмо, как личное, так и деловое, являются важной частью британской коммуникативной культуры. На наш взгляд, британцы – достаточно опытные и искушенные корреспонденты, умело использующие письменные канал коммуникации для достижения собственных коммуникативно-прагматических целей: от воздействия на адресата до формирования собственного положительного имиджа. О прочности и устойчивости британских традиций и норм переписки свидетельствует и тот факт, что им следует и международная переписка, избрав в качестве универсального не только английский язык, но и английские коммуникативные нормы и стандарты.

Тема общения в русской авторской песне

Авторская песня – удивительное явление: каждое прикосновение к ней рождает активный, насыщенный, эмоциональный отклик. Авторская песня – всегда общение. В авторской песне как коммуникативном явлении представлены все основные черты русского коммуникативного поведения – искренность, эмоциональность, доверительность общения, стремление к неформальному общению, стремление к постоянству круга общения и многое другое (Стернин 2001).

Авторская песня – сама акт общения, но она еще и важный повод для общения. Ради того, чтобы окунуться в атмосферу авторской песни и встретиться друг с другом, люди заранее планируют отпуск, копят деньги на дорогу, агитируют друзей и знакомых совершить поездку вместе, звонят или пишут иногородним друзьям, организуют встречи на фестивале. Такие фестивали как «Грушинский» (Самара), «Соловьиная трель» (Курск), «Полярные зори» (Кольский полуостров) собирают для искреннего общения тысячи людей со всей территории бывшего Союза. Общение здесь происходит днем и ночью. Люди быстро знакомятся, у них легко находятся общие темы для разговоров, а желание заглянуть друг к другу «на огонек» приобретает особый смысл – можно присоединиться к любому костру, к любой компании.

Особую атмосферу общения авторская песня создает и в концертных залах, где барды выступают все чаще и чаще. В зале тоже исключительно быстро устанавливается душевный, эмоциональный контакт – возникает желание подпевать, посылать на сцену записки с вопросами, выкрикивать что-то с мест («Спойте еще...», «Давай такую-то...»). Эту неформальность общения в зале создает именно сама бардовская песня.

Основные черты русского коммуникативного поведения отражаются в тематике авторской песни, в манере ее исполнения, в особенностях текста и мелодии. Назовем некоторые, наиболее ярко проявляющиеся в авторской песне черты русского коммуникативного поведения.

Диалогичность

В авторской песне часто используются глаголы побуждения – Любите меня! Давай с тобой поговорим! Бей в барабан! Эй, Томми, не грусти! Призывы, пожелания, вопросы – все эти языковые признаки диалога ярко представлены в тексте авторской песни. Ср. «Домбайский вальс» Ю.Визбора;

Что ж ты стоишь на тропе?

Что ж ты не хочешь уйти?

Нам надо песню допеть,

Нам надо меньше грустить.

Искренность

В авторской песне ярко выявляются искренность, доверительность, откровенность, чисто российская исповедальность, характерная для типичных

разговоров попутчиков в купе. Гитара, костер, как и совместная долгая дорога в равной мере вызывают собеседника на откровенный разговор.

Ср. В.Долина:

А хочешь, я выучусь шить?

А может, и вышивать?

А хочешь, я выучусь жить,

И будем жить-поживать?...

...Я скоро выучусь прясть,

Чесать и сматывать шерсть,

А детей у нас будет пять,

А может быть, даже шесть.

В авторской песне как жанре автор и лирический герой – фактически одно и то же, именно потому откровения автора-исполнителя, глубоко личные, интимные, вызывают самые искренние переживания у слушателей, заставляют слушателей искренне сочувствовать автору, разделять его чувства. Груз личных переживаний, испытываемые героем трудности делятся между ним и слушателями, как в традиционном русском разговоре по душам, и так легко всем.

Утешение и поддержка

О роли утешения в авторской песне следует сказать особо.

Авторская песня часто построена по принципу утешения лирического героя, ср. В.Ланцберг:

Послушай парень, ты берешь ненужный груз;

Ты слишком долго с ней прощался у дверей.

Чужими делает людей слепая грусть

И повернуть обратно хочется скорей.

Пойми, старик, ты безразличен ей давно.

Пойми, старик, она прощалась не с тобой.

Пойми, старик, ей абсолютно все равно,

Что шум приемника, что утренний прибой.

С другой стороны, в авторской песне доминирующая тональность – минор, то есть печаль. Автор как бы просит от слушателя самой своей песней утешения, сочувствия, поддержки. Современный человек в условиях ограниченности душевного общения в современном мире, под гнетом личных проблем прибегает к исполнению авторской песни как к спасательному кругу – это его призыв к сочувствию, пониманию, призыв разделить его печаль, его проблемы – хотя бы просто выслушать его и этим поддержать. А если подпоют – значит его поняли, значит, другие чувствуют то же самое и всем станет легче от общего понимания друг друга.

Не случайно на концертах тонкого лирика В.Егорова, В.Долиной, В.Турианского и других бардов зрители нередко не стесняются и всплакнуть. Вероятно, в песнях любимых авторов находится не только подтверждение каких-то собственных мыслей, раздумий, переживаний, но и простое утешение.

Потребность в общении

Если у человека трудности, психологические проблемы, жизненные неудачи, которые затрудняют для него общение с людьми, он обращается к авторской песне. Гитара, поход на концерт, прослушивание записей авторской песни могут заменить человеку личностное общение – ведь авторская песня сама является формой общения.

Простота общения

Язык авторской песни антириторичен, неофициален, прост и понятен. Полистаем газеты 70-80-ых г.г.: «Великой дате –достойную встречу!»; «Пусть гектар расправит плечи»; «Тверже шаг, товарищ специалист!». На фоне официальности советской речи безыскусная песня Б.Окуджавы, Ю.Визбора, А.Дольского стала душевным, искренним пристанищем тысяч людей. О серьезных и вечных вещах, оказывается, можно говорить просто. Особенно это удавалось Б.Окуджаве: «Он сумел найти особую меру простоты для таких сложных и высоких ценностей, как большая культура и свободная личность» (Чередниченко 1991, с.24).

Надежда на лучшее

Авторская песня при своей минорной тональности всегда содержит надежду – не оптимизм, бодрячество, а именно надежду. Особенно это удавалось выразить «тихому» Б.Окуджаве, в чьем пении всегда была сострадательная интонация, сосредоточенная, печальная, но неизменно исполненная надежды («надежды маленький оркестрик под управлением любви»):

Господи, дай же ты каждому, чего у него нет:

Мудрому дай голову,

Трусливому дай коня,

Дай счастливому денег

И не забудь про меня.

Интонация молитвы о лучшем присутствует во многих песнях Б.Окуджавы. Он молится за всех - счастливых, трусливых, за себя и за других.

В русской авторской песне присутствуют все основные признаки такого жанра русского общения как разговор по душам.

Представляется, что, воплощая в себе основные черты русского общения, авторская песня сама является типично русским коммуникативным жанром.

Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.

Чередниченко Т. «Громкое» и «тихое» в массовом сознании.//Советская музыка.- № 11. -1991.- С.18-26.

Коммуникативная неприкосновенность личности в русской и испанской коммуникативных культурах

В ходе исследования было установлено, что и русские, и испанцы «пускают» собеседника в свое коммуникативное пространство, коммуникативная дистанция между собеседниками у обоих народов невелика как на физическом, так и на тематическом уровне.

На физическом уровне испанцы сокращают эту дистанцию до минимума, и являются более «контактным» народом, чем русские, что, возможно, объясняется их эмоциональными особенностями.

На тематическом уровне коммуникативная неприкосновенность личности связана в основном с табуированностью определенных тем в общении. Наиболее жестко табуированными темами в русской и испанской коммуникативных культурах являются: личные доходы и проблемы секса. Мягко табуированными темами являются: здоровье, личное прошлое, работа, профессия, отношения на работе, политика, в русской коммуникативной культуре - возраст. Как в русском, так и в испанском коммуникативном поведении допускается давать совет незнакомому человеку, однако чаще всего это возможно лишь в экстренных случаях (если незнакомому грозит опасность, если он потерялся и т.д.). В обеих коммуникативных культурах является приемлемым попросить на улице сигарету у незнакомца человека.

Проведенное нами письменное интервьюирование позволило определить уровень общительности как испанцев, так и русских как очень высокий.

В большинстве своем и русские и испанцы разговаривают с попутчиками, пытаются при этом не затрагивать сугубо личные темы, что подчеркивает наметившуюся тенденцию к изменениям в коммуникативном поведении в обеих странах.

Тенденция к коммуникативным изменениям в испанском обществе налицо. Уровень толерантности повышается, растет уровень коммуникативной ответственности, усиливается коммуникативная неприкосновенность личности. Испанцы все больше и больше становятся похожи на «остальных европейцев», о чем отзываются с грустью. Данная тенденция особенно ярко прослеживается в больших городах и богатых провинциях Испании, особенно в Каталонии. Каталонцы гораздо вежливее, сдержаннее, чем испанцы, живущие, например, в северных провинциях.

Аналогичная тенденция прослеживается и в русском обществе. Результаты письменного интервьюирования показали, что за последние годы категория коммуникативной неприкосновенности личности становится все более и более ярко выраженной в русском коммуникативном поведении. Появляются достаточно жестко табуированные темы (зарплата). За образец в современном российском обществе, особенно среди молодежи и интеллигенции, взят англосаксонский коммуникативный идеал, основанный

на концепте приватности. Нельзя не отметить тенденцию к постоянным и очень быстрым переменам в российском обществе, что непосредственно влияет и на изменения в коммуникативном поведении.

Язык и национальное сознание

А.А.Махонина

Англо - русские субстантивные лакуны

Явление межъязыковой лакунарности, обнаруживающееся при сопоставлении лексических систем языков, до сих пор является объектом изучения и предметом научных споров. Так, например, дискуссионную проблему представляет собой вопрос о соотношении понятий «межъязыковая лакуна» и «безэквивалентная лексика». Г.В. Быкова отмечает, что ряд ученых считает лакуны лишь немногочисленной группой в составе безэквивалентного пласта лексики (Быкова 1998, с. 22), в то время как З.Д. Попова и И.А. Стернин полагают, что «безэквивалентные единицы и лакуны всегда выявляются «в парах»: если в одном языке есть лакуна, то в сопоставляемом языке – безэквивалентная лексика» (Попова, Стернин 2002, с. 21).

К безэквивалентной лексике многие лингвисты относят национальные реалии, которые «отражают специфику определенной культуры, обусловленную особой структурой материальных и духовных ценностей, сложившейся в процессе становления и развития данной культурно-генетической общности» (Конечкая 2000, с. 534). Для обозначения реалий В.П. Конечкая предлагает термин «референты» и выделяет три основные группы референтов, в зависимости от степени их уникальности: реалии, квазиреалии и универсалии (Конечкая 2000, с. 533). Под реалиями автор понимает уникальные для данной культуры предметы и явления (*Big Ben, Houses of Parliament*), под квазиреалиями – референты, тождественные по своим существенным признакам, но различающиеся по второстепенным (например, *русс. творческий отпуск* и *англ. sabbatical* – годичный отпуск для научной работы, предоставляемый преподавателям для научно-исследовательской работы).

Универсалиями В.П. Конечкая считает тождественные в сопоставляемых культурах предметы и явления (*вода, радость, ягненок и др.*). Подобный подход представляется нам не совсем правомерным – вряд ли можно включать в состав безэквивалентной лексики единицы, которые В.П. Конечкая называет универсалиями – этого не предполагает даже сам используемый автором термин «универсалия».

Как отмечает Г.В. Быкова, большое число исследователей придерживается той точки зрения, что границы безэквивалентной лексики шире понятия «реалии», которые являются всего лишь разновидностью безэквивалентных

единиц, некоторой её частью (Быкова 1998, с. 19). Действительно, реалии можно считать лишь разновидностью безэквивалентной лексики, о чем красноречиво свидетельствует наличие в языках не только мотивированных, но и немотивированных лакун. В случае немотивированной лакуны предметы или явления существуют в обоих языках, однако наименования данных предметов или явлений имеются лишь в одном из сравниваемых языков. Так, в английском языке существует слово *parkway*, означающее широкую автомобильную дорогу, разделенную посередине или окаймленную по бокам зелеными насаждениями. Подобные дороги имеются и в России, однако в русском языке нет эквивалентной лексической единицы. Здесь мы имеем дело с англо-русской немотивированной лакуной.

Несомненный интерес представляют попытки ученых создать классификацию межязыковых лакун. Отметим, что все существующие классификации лакун основываются на разных принципах. Так, на основании системно-языковой принадлежности выделяются межязыковые и внутриязыковые лакуны, по внеязыковой обусловленности - мотивированные и немотивированные, по парадигматической характеристике - родовые и видовые, по степени абстрактности содержания - предметные и абстрактные, по типу номинации - номинативные и стилистические, по принадлежности лакун к определенной части речи - частеречные. (См. Попова, Стернин, с. 21-23). Помимо перечисленных типов лакун, представляется возможным выделить также *гендерные лакуны* - по половой принадлежности обозначаемых референтов и *метонимические лакуны* - на основании внешней и внутренней связи между обозначаемыми предметами.

Особый интерес представляет тематическая классификация лакун, выполненная подобно тематической классификации лексики. Исследование, проведенное на материале «Нового англо-русского словаря» под редакцией В.К. Мюллера, «Нового большого англо-русского словаря» под редакцией Ю.Д. Апресяна, лингвострановедческих словарей США и Великобритании, показало возможность проведения подобной классификации, в результате чего было выявлено 44 тематические группы англо-русских лакун:

1. Характеристика человека.
2. Предметы быта и окружающей действительности.
3. Профессии и профессиональная деятельность.
4. Экономика, деньги, финансы.
5. Печатные издания и пресса.
6. Питание.
7. Транспорт и дороги.
8. Работа.
9. Образование и воспитание.
10. Закон и право.
11. Политика.
12. Одежда и ткани.
13. Флора и фауна.
14. Речемыслительная деятельность.
15. Жильё, здания, помещения, территории.
16. Спорт.
17. Отдых, игры и развлечения.
18. Телевидение, радио, кино, театр.
19. Искусство.
20. Здоровье.
21. Война и армейские действия.
22. Торговля.
23. Любовь и брак.
24. Обобщённо-предметные.
25. Анатомия и физиология.
26. Вода и море.
27. Почта, телеграф, телефон.
28. Обобщённо-понятийные.
29. Движение и перемещения.
30. Сельское хозяйство.
31. Время.
32. Жизнь и смерть.
33. Город и населённые пункты.
34. Умения и способности.
35. Расстояние и количество.
36. Религия.
37. Документы.
38. Звук и свет.
39. Наука и техника.
40. Фантазии и суеверия.

41. Действия человека. 42. Экология. 43. Обычаи и привычки. 44. События, собрания, совещания.

Каждая из выделенных тематических групп имеет сложную структуру и состоит из нескольких подгрупп. В качестве примера приведем внутреннюю структуру тематической группы «Образование и воспитание». Данная тематическая группа включает следующие подгруппы лакунарных наименований:

1. Характеристика учащихся:

а) характеристика учащихся по месту проживания:

студент медицинского колледжа или молодой врач, работающий в больнице и живущий при ней – ср. амер. intern,
студент или преподаватель, не живущий при Кембриджском университете – ср. non-gremial,
привилегированный школьник пансиона, живущий в семье директора пансиона – ср. parlour-boarder;

б) характеристика учащихся с точки зрения успеваемости:

студент, выдержавший экзамен с отличием – ср. classman,
человек, сдавший экзамен без отличия – ср. passer,
студент, особо отличившийся на экзамене по математике (в Кембриджском университете) – ср. wrangler,

в) характеристика учащихся с точки зрения получения и неполучения стипендии:

стипендиат, получающий стипендию из благотворительных средств – ср. foundation,
студент, оплачивающий обучение и содержание (в Кембриджском университете) – ср. pensioner,
школьник-стипендиат (в отличие от не стипендиатов носит мантию) – ср. gown-boy;

г) характеристика учащихся с точки зрения отношения к спорту:

учащийся, занимающийся водным спортом – ср. wet-bob,

учащийся – любитель спорта (не водного) – ср. dry-bob;

д) характеристика учащихся с точки зрения посещаемости:

школьник, посещающий все занятия – ср. full-timer,
учащийся, освобожденный от части занятий (из-за работы) – ср. half-timer,

учащийся, бросивший среднюю школу – ср. dropout;

е) характеристика учащихся по возрасту:

студент-выпускник, произносящий прощальную речь – ср. амер. valedictorian,
младший ученик, оказывающий услуги старшему (в английских школах) – ср. fag,
студент, заканчивающий курс обучения (в некоторых английских университетах) – ср. questionist;

2. Характеристика преподавателей:

внештатный учитель, преподающий специальный предмет, часто музыку, в нескольких школах – ср. peripatetic teacher,

надзиратель, следящий за студентами во время экзаменов и т.п. – ср. амер. proctor;

ведущий экзаменатор на первом публичном экзамене на степень бакалавра гуманитарных наук (в Оксфорде) и на публичном экзамене по математике на степень бакалавра с отличием (в Кембридже) – ср. moderator;

школьный учитель, на обязанности которого лежит наблюдение за посещаемостью или обучение на дому детей-инвалидов или больных – ср. амер. visiting teacher;

3. Типы администраторов учебных заведений:

заведующий (-ая) пансионом в специальной школе или приюте – ср. housefather (mother),

номинальный президент университета – ср. chancellor;

4. Виды административной работы:

временное исключение (студента) из университета – ср. rustication,

разрешение на отлучку (в университете или монастыре) – ср. exeat,

разрешение не присутствовать на занятиях (в колледже или университете) – ср. absit;

5. Типы учебных заведений:

школа для детей во время каникул в обычных школах (обычно в здании церкви), где дети в течение недели получают некоторые сведения по религии, в основном же приобщаются к ремёслам и рукоделию – ср. амер. bible school,

колледж, в котором учатся студенты, живущие в данной местности, и где учеба дешевле, так как часть расходов берут на себя местные органы власти, а учащиеся обычно совмещают учебу с работой – ср. community college,

очень бедная начальная школа – ср. hedge-school,

школа на общественных началах (часто со свободной программой) – ср. амер. para-school;

6. Виды учебных занятий и предметов:

учебный судебный процесс (в юридических школах) – ср. fire drill,

лекция о путешествии с диапозитивами или кино – ср. travelogue;

7. Артефакты, связанные с учебным процессом:

диплом первой степени по двум специальностям – ср. double first,

тетрадь (в синей обложке) для экзаменационных работ – ср. blue book;

8. Типы обучения:

серия лекций в университете (во время летних каникул) – ср. summer school,

университетский курс, по которому сдать экзамен ничего не стоит – ср. амер. gut course,

обучение с упором на самостоятельные занятия и индивидуальные консультации с преподавателем – ср. preceptorial;

9. Виды экзаменов и экзаменационных материалов:

последний экзамен на получение степени бакалавра гуманитарных наук (в Кембридже и Оксфорде) – ср. great-go,

экзамен на степень бакалавра с отличием (в Кембридже) – ср. tripos,

отрывок для перевода на экзамене – ср. gobbet;

10. Атрибуты студенческой жизни:
штраф (обыкн. кружка пива) за нарушение правил за столом (в Оксфордском университете) – ср. sconce,
правила посещения мужских студенческих общежитий женщинами и женских мужчинами – ср. амер. parentals;

11. Виды библиотек:

передвижная библиотека на грузовике – ср. амер. bookmobile,
передвижная армейская библиотека (на джипе) – ср. jeepmobile;

12. Процесс воспитания:

отдача ребенка на воспитание – ср. fosterage,
оставление (ребенка) на произвол судьбы – ср. exposure.

В заключение отметим, что англо-русские субстантивные лакуны достаточно многочисленны (их число по нашим данным превышает 2,5 тысячи) и охватывают практически все сферы человеческой деятельности и окружающей действительности. Это является ярким свидетельством того, что лакунарные наименования – неотъемлемая часть языка.

Быкова Г.В. Внутряязыковая лакунарность в лексической системе русского языка. Благовещенск, 1998.

Конечная В.П. Лексико-семантические характеристики языковых реалий // Великобритания. Лингвострановедческий словарь. М., 2000.

Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира. Воронеж, 2002.

Е.В.Бабаева

Социально-оценочные концепты немецкой лингвокультуры

Сформировавшиеся в обществе правила, детерминирующие поведение человека в отдельных регулярно повторяющихся и социально значимых ситуациях, обозначаются как социальные нормы. Будучи важной частью социального опыта человека, они закрепляются системами нормативной регуляции (право, мораль, религия, традиции, обычаи) и отражаются в языке. Понимание социальной нормы и отношение к правилам поведения фиксируются различными социально-оценочными концептами. При этом концепт трактуется как структура сознания, образовавшаяся на базе понятийно-ценностного признака, что предполагает многочисленные ассоциативные связи и широкую представленность в языке.

Тщательная проработка сферы социально-оценочных концептов признается важной характеристикой лингвокультуры. Эти концепты преимущественно ориентированы на один из элементов морфологической структуры нормы, например, ее основание (концепты закон, правда,

справедливость), санкцию (стыд, позор, грех), императив (запрет, разрешение). Сопоставление содержания и выражения концептов русской и немецкой лингвокультур показало, что наибольшая специфика характерна для концептуального представления санкций. Концептам русской лингвокультуры, связанным с пониманием санкции, наиболее часто соответствуют немецкие концепты, обозначаемые лексемами *Schande*, *Scham*, *Schmach*. Отсутствие однозначных соответствий в переводных словарях и крайняя непоследовательность выбора эквивалентов указывает на специфику представления данной сферы немецким языковым сознанием и необходимость концептологического анализа.

Важным объединяющим признаком немецких концептов выступает их социализированность. За лексемами стоит ситуация, свидетелями которой выступают другие представители социума. Общим является внешний характер санкции, которая заключается в понижении социального статуса индивида. Вместе с тем, человек осознает, что случившееся сильно вредит репутации, умаляет его славу и честь, и тяжело переживает происходящее. Ряд признаков отличает немецкие концепты друг от друга, препятствуя взаимозаменяемости лексем *Schande*, *Scham* и *Schmach*. Обозначим самые существенные отличия.

Концепт, обозначаемый как *Schande*, указывает на санкцию социума, которая следует после того, как стало известно о нарушении социальных норм. Действия, производимые в отношении нарушителя, не обязательно доставляют ему физическую боль, наносят непосредственный ущерб жизни, здоровью или материальному благополучию. Они имеют символический характер, свидетельствуя о социальном унижении. Наказание может состоять в необходимости носить определенную одежду или обувь (*Schandmantel*, *Schandlaken*, *Schandkleid*). Человек понимает, что виноват, сам стал причиной позора, но интенсивные отрицательные эмоции связаны с отношением социума, а не с самим нарушением. Иначе представлена санкция в концепте *Scham*. Лексема, именуемая *Scham*, указывает на мучительное чувство (смущения, затруднения), которое основывается на субъективной оценке собственных действий. Человек понимает, что совершил нечто неприличное, порочащее его, заслуживающее наказания или осмеяния, и раскаивается в этом.

Острые переживания проявляются внешними реакциями и вызывают желание скрыться. Способность испытывать подобное чувство оценивается положительно. Данная санкция может оказаться более предпочтительной, чем та, которая обозначается как *Schande*. Пословица *Scham hindert Schande* указывает на то, что наказание, которому подвергает человек сам себя переносится тяжелее, чем воздействие извне. Осознание человеком своей вины, признание им своих ошибок и раскаяние могут препятствовать строгому осуждению, смягчают приговор, выносимый общественным мнением. Концепт *Schmach* фиксирует представление о необоснованной санкции, т. е. нарушения социальных норм не происходит. Чувство, возникающее в ответ на перенесенное публичное унижение, является чрезвычайно болезненным. Человек считает негативную оценку социума неоправданной, незаслуженной,

несправедливой, поэтому подобная ситуация требует отмщения (Schmach sucht Rache).

Представление о том, что человек не является причиной собственного позора (при переводе русских глаголов опозориться и осрамиться лексема Schmach не используется), сближает ее с ситуацией опороченности. Близкой оказывается русская эмоция обиды, которая также апеллирует к справедливости. Однако обида является реакцией на недостаток внимания, уважения или любви, а чувства, соотносимые с Schmach, возникают из-за незаслуженного наказания. Понимание того, что задета честь, позволяет сравнивать Schmach с русской лексемой оскорбление, которая, однако, не обозначает эмоции. Анализ социо-оценочных концептов, соотносимых с таким элементом морфологической структуры социальной нормы, как санкция, показал, что в русской лингвокультуре различия по признаку социальной регламентации реже фиксируются в отдельном концепте. Возможно закрепление данной специфики за различными лексемами в рамках одного концепта (как в случае противопоставления виновный и виноватый). В немецкой лингвокультуре с ситуацией понижения социального статуса соотносятся концепты Scham, Schande и Schmach. Внешняя оценка социума имеет для представителя немецкой лингвокультуры более важное значение, чем для члена русскоязычного общества.

И.П. Зленко

Национальная специфика семантики наименований трудовой деятельности в русском и французском языках

В русском и французском языках нами было выделено 8 групп субстантивных и глагольных наименований трудовой деятельности, в которых выявляется национальная специфика семантики.

В группе «достижение мастерства в работе» нами были выявлены два русских глагола, не имеющие эквивалентов во французском языке – «понатореть» и «насобачиться». Данные наименования обозначают достижение большого мастерства в деле; они подразумевают лёгкость и безошибочность в выполнении работы. При этом глагол «понатореть» содержит сему «иметь большой опыт выполнения работы», каковой в слове «насобачиться» не выявлено. Кроме того, данные глаголы относятся к разным функциональным стилям: «понатореть» относится к разговорной лексике, а «насобачиться» - к просторечной. Во французском языке данным глаголам соответствуют лексические лакуны.

В группе «общие названия процесса трудовой деятельности» в русском языке выявлен глагол обобщенной семантики «делать», в то время как во французском языке обнаруживается целый ряд лексем более конкретного содержания. Глаголу «делать» соответствует 6 французских лексем. Заметим,

что если наименование «делать» является не оценочным и не эмоциональным, то французские понятия более неоднородны. Например, французское наименование «*basler*» относится к разговорной лексике, имеет пренебрежительный эмоциональный оттенок и негативную оценочность; наименование «*ficher*» относится к фамильярной лексике, выражает отрицательную эмоцию и имеет негативную оценочность.

Другому русскому глаголу «заниматься» соответствует 6 французских лексем. Их отличия от русского наименования видны при компонентном анализе. Так, французское наименование «*s'attacher*» содержит семы «работать старательно», «без отдыха», «изучать что-либо детально», которые не выявлены в русском наименовании «заниматься». Понятие «*s'escrimer*» имеет сему «делать всё возможное для достижения цели», которой также не выявлено в наименовании «заниматься».

Особый интерес представляют два русских наименования - «трудиться» и «работать», которым во французском языке соответствует одно наименование «*travailler*». Русские наименования не являются абсолютными синонимами, что наглядно демонстрирует семантический анализ. Наименования «работать» и «трудиться» отличаются тем, что последнее имеет семы «творческий характер деятельности», «инициативность деятельности». Французское наименование «*travailler*» подобных дифференциальных сем не имеет.

В анализируемой группе выявлено одно безэквивалентное наименование – русский глагол «ремесленничать». Это наименование подразумевает деятельность с применением личного труда, не требующую высокой квалификации.

Следующая группа, объединяющая субстантивные наименования, называющие общие понятия трудовой деятельности, выявила две безэквивалентные единицы. Ими являются наименования «деяние» и «ремесло». Первое наименование включает сему «создание чего-либо общественно значимого» и относится к высокой лексике. Второе наименование обозначает деятельность, выполненную нетворчески, на скорую руку. Отметим, что данное значение не является основным, а потому – малоупотребительно.

Что же касается других наименований, то в данной группе наибольшее количество французских соответствий отмечено для слова «работа» - их число равняется семи. Во французском языке данное понятие в языковом плане представлено максимально конкретизированно, но различия являются в основном коннотативными. Так, если русское наименование «работа» является межстилевым и не эмоциональным, то, например, наименование «*oeuvre*» относится к высокой лексике, «*ouvrage*» - к разговорной, «*turbin*» - к фамильярной.

Особый интерес вызывает группа глагольных наименований, называющая отрицательное отношение к трудовой деятельности. В этой группе мы выявили наибольшее число русских безэквивалентных лексем. Такие наименования, как «барствовать», «баклушничать», «балбесничать», «сибаритничать», «бездействовать», «паразитировать», «прохлаждаться», «тунеядствовать», «разгильдяйничать» не имеют аналогов во французском

языке. Остальные наименования, входящие в эту группу, отличаются малым количеством соответствий. Только наименование «лениться» имеет два французских соответствия, оставшиеся наименования – по одному.

Группа субстантивных наименований, характеризующих отрицательное отношение к трудовой деятельности, отличается от предыдущей меньшим количеством безэквивалентных единиц. В данной группе безэквивалентными являются следующие русские наименования: «бездельничанье», «ленца», «празднолюбие», «праздношатание». Все эти наименования являются малоупотребительными.

Наибольшее количество соответствий мы отмечаем у наименования «лень» - четыре французских лексемы.

Группа глагольных наименований, характеризующих трудовую деятельность по степени её тяжести не отличается большим количеством безэквивалентной лексики. Нами выделено два наименования – «трубить» и «пахать», - которые не имеют французских эквивалентов. Наименование «трубить» включает следующие семы: «работа преимущественно в сфере умственного труда», «кропотливая работа». Объединяет эти наименования сема «длительность действия», они относятся к просторечной лексике.

Русскому наименованию «выкладываться» соответствует четыре французских наименования. Однако, французское наименование «s'achapeter» содержит сему «не думать о получении вознаграждения», понятие «s'absorber» имеет сему «углубляться в детали работы». Данных сем в русском наименовании «выкладываться» не выявлено.

Что касается группы «недобросовестные работники», то количество лексических единиц примерно одинаково в обоих языках. Безэквивалентными единицами в русском языке являются следующие наименования: «соня», «Обломов», «барин», «белоручка», «левак», «ремесленник».

Во французском языке также отмечены безэквивалентные единицы: «flemmangite (aigu)» и «grandeur». Первое из французских наименований представляет собой ироничное обращение к человеку, уклоняющемуся от работы. Данное наименование характеризует человека, лень которого сравни болезнью. Второе из вышеприведённых наименований характеризует человека, сознательно уклоняющегося от работы и занимающегося пустяками. Это наименование относится к фамильярной лексике.

Группа субстантивных наименований, характеризующая добросовестного работника, менее многочисленна по сравнению с предыдущей в обоих языках. Следующие русские наименования представляют собой безэквивалентные единицы: «искусник», «мастак», «спец», «трудолюб», «трудолюбец», «трудолик», «трудог», «умелец». Французские наименования, не имеющие аналогов в русском языке: «artiste», «nuitard», «peinard», «bricoleur». Первые три французских лексемы относятся к арготической лексике; последнее – к разговорной. Все наименования характеризуют умелых работников. «Artiste» - ироничное наименование ловкого работника. «Nuitard» - наименование лица, работающего качественно и допоздна. «Peinard» - наименование лица, предпочитающего работать в одиночку и выполняющего большой объём

работы. «Bricoleur» - наименование лица, предпочитающего работать дома и выполняющего работу качественно.

Анализируя количественный состав русских и французских наименований, мы можем отметить преобладание отрицательного отношения к трудовой деятельности над положительным в обоих культурах. Об этом свидетельствует тот факт, что группы слов, называющие отрицательное отношение к трудовой деятельности в обоих языках более многочисленны, чем те, которые характеризуют положительное отношение. Кроме того, лексика французского языка в рамках исследуемой лексико-семантической группы оказывается преимущественно более конкретной, чем русская.

Еще одной особенностью исследуемой лексики является то, что при наличии в одном языке нескольких соответствий лексеме другого языка, различие между этими соответствиями носит преимущественно коннотативный характер (стилистические, эмоциональные и оценочные семы), денотативные различия незначительны.

Количество русских безэквивалентных единиц в исследуемой смысловой группе лексем заметно больше, чем количество французских безэквивалентных единиц, что свидетельствует о более высокой самобытности русского сознания в осмыслении и обозначении процессов трудовой деятельности, о большем внимании русского сознания к отдельным сторонам процесса труда. При этом наибольшее количество безэквивалентных единиц русского языка характеризует плохую работу и плохих работников.

Таким образом, национальная специфика языка является «зеркалом» национального мышления народа.

Е.В. Воронина

Национальная специфика наименований предметно-смысловой сферы «закон» в русском языке

Исследование проведено на материале Большого толкового словаря русского языка под редакцией С.А. Кузнецова. Предметом исследования явились субстантивные лексемы и устойчивые субстантивные словосочетания русского языка, отобранные из указанного словаря методом сплошной выборки.

В результате исследования было выявлено 526 субстантивных единиц.

Все выделенные лексемы были подразделены на 10 семантических групп: наименования форм выражения закона; наименования процесса установления закона, а также лиц и органов, участвующих в этом процессе; наименования понятий, связанных с соблюдением/несоблюдением закона; наименования органов и учреждений, призванных обеспечивать соблюдение закона; наименования лиц, призванных обеспечивать соблюдение закона; наименования видов деятельности, обеспечивающей соблюдение закона; наименования нарушений закона; наименования нарушителей закона;

наименования лиц и организаций, являющихся участниками правовых отношений; наименования понятий, которыми оперируют в ходе осуществления правовых отношений.

Каждая из выделенных групп была, в свою очередь, поделена на тематические подгруппы.

Проведённое исследование позволяет сделать определенные выводы о национальной специфике рассматриваемых наименований в русском языке.

Так, общее количество наименований предметно-смысловой сферы «закон» в русском языке сравнительно невелико – 526 (к примеру, в английском языке аналогичная сфера насчитывает около 1000 наименований).

Отметим также, что в группе наименований понятий, которыми оперируют в ходе осуществления правовых отношений, преобладают наименования понятий, используемых в процессе расследования и судебного рассмотрения уголовных преступлений, тогда как, например, в английском языке большую часть этой группы составляют наименования понятий, относящихся к сфере наследственно-имущественных отношений. Это, вероятно, может быть объяснено тем фактом, что в России, где до недавнего времени существовала только государственная форма собственности, традиция юридического оформления завещания/наследования ещё не укоренилась.

Примечательно также, что в русском языке, в отличие от английского, отсутствуют отдельные наименования представителей адвокатской профессии в зависимости от их ранга и специфики деятельности (ср. англ. *advocate* (адвокат высшего ранга), *barrister* (адвокат, имеющий право выступать в высших судах), *solicitor* (стряпчий – имеет право выступать в низших судах), а также наименования нарушений и нарушителей закона в зависимости от тяжести и социальной опасности преступления (ср. англ. *misdeemeanour* (мелкое преступление, судебно наказуемый проступок), *misdemeanant* (лицо, совершившее мелкое преступление), *felony* (тяжкое преступление), *felon* (преступник, совершивший тяжкое преступление)). Этот факт, по-видимому, свидетельствует о неактуальности такой тщательной градации для правовой культуры России.

Обращает на себя внимание и отсутствие в русском языке отдельной лексемы для наименования закона, изданного органами местной власти (ср. англ. *by-law/bye-law*), что, возможно, является следствием низкого уровня развития местного самоуправления в нашей стране.

В целом следует отметить, что субстантивные наименования рассматриваемой предметно-смысловой сферы достаточно ярко демонстрируют национальную специфику и отражают факт отсутствия в России прочно устоявшейся традиции правовых отношений.

Национальная специфика тематической группы лексики и проблемы общения

Национальная специфика представляет собой реальность, с которой в процессе изучения иностранного языка постоянно сталкиваются и обучающие, и обучаемые.

Особенно ярко национальная специфика лексики проявляется при сопоставительном изучении тематических групп. Нами была предпринята попытка сопоставительного изучения тематической группы наименований зданий, сооружений и помещений в русском и английском языках. Исследование, проведенное на материале Толкового словаря русского языка С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведовой, Академического словаря русского языка в 4-х томах под редакцией А.П.Евгеньевой, Большого англо-русского словаря под редакцией И.Р. Гальперина и Dictionary of English Language and Culture (Longman) показало, что, хотя группы рассматриваемых наименований в русском и английском языках в основном совпадают, в составе этих групп наблюдаются существенные расхождения.

Так, обращает на себя внимание сравнительно небольшое количество наименований видов комнат в русском языке (12). Для сравнения укажем, что, например, в английском языке количество наименований комнат значительно больше, одних только наименований туалетной комнаты насчитывается 14. Как правило, одной лексеме русского языка соответствуют три-четыре лексемы английского языка. Например, русскому наименованию *спальня* в английском языке соответствуют пять лексем – *bedroom, dormitory, chamber, hall bedroom, cubicle*.

Точно также в русском языке оказалось сравнительно мало наименований помещений для жилья. Так, общие наименования жилья в русском языке насчитывают девять лексем. В английском же языке подобных наименований жилья почти в два раза больше. При сравнении с английским языком в русском языке также было выявлено сравнительно небольшое количество наименований портовых сооружений. В русском языке таких наименований отмечено всего четыре – *порт, верфь, док и пристань*. В английском же языке отмечено такое же количество только наименований понятия «верфь».

Совершенно очевидно, что без учета отмеченной национальной специфики лексики носители русского и английского языков не смогут достичь взаимопонимания. Успешная межкультурная коммуникация может быть достигнута только при учете коммуникантами всех нюансов лексического значения используемых наименований. Это особенно касается тематических групп, подобных рассмотренной выше, описывающих объекты материальной культуры, играющие важную роль в повседневной жизни человека.

Национально-культурная специфика русского имени ИВАН

Имена собственные – часть истории и культуры любого народа. Различные системы личных имен сложились исторически, они обусловлены различиями социально-исторического развития и различиями языков. Любое имя характеризуется мотивированностью выбора, который может осознаваться или не осознаваться нарекающими, но в любом случае этот выбор опирается на экстралингвистические факторы. В.А. Никонов подчеркивает, что «личные имена существуют только в обществе и для общества, оно и диктует неумолимо выбор, каким бы индивидуальным он ни казался» [2, с.8].

В русском именнике наряду с именами славянского происхождения выделяется пласт имен собственных, пришедших на Русь в X веке с принятием христианства и канонизированных церковью. Эти имена давно обрусели и не воспринимаются как заимствованные. Ярким примером такого заимствования является имя собственное Иван. «Теперь не каждому легко уяснить себе, что русское имя Иван, польское Ян, армянское Аванес, грузинское Вано, финское Юхан, немецкое Ганс, французское Жан, английское Джон происходят из очень непохожего на них древнееврейского имени Иоханаан» [4, с.5].

Имя Иоанн относится к календарным именам, принятым русской православной церковью. На протяжении веков шел процесс приспособления заимствованных слов к системе русского языка, чем и объясняется возникновение имен в народных формах, в нашем примере – имени Иван. Этот вариант сложился сначала в быту для повседневного употребления, дальнейшее его развитие привело к тому, что оно стало самостоятельным, равноценным именем, вошедшим в словарный состав русского языка и соединившимся в сознании русского народа с другими полными именами.

Что же составляет национально-культурную специфику русского имени Иван? Почему в сознании русского человека имя Иван ассоциируется с носителем русского языка и культуры, а имя Джон, имеющее тот же источник заимствования, ассоциируется с носителем английского языка?

В поисках ответа на данный вопрос мы провели компаративный анализ по словарям собственных имен русского и английского языков, а также проанализировали функционирование отобранного имени в художественных текстах и во фразеологических оборотах. Это позволило нам выделить следующие факторы, обусловившие национально-культурную специфику имени Иван.

1. Фонетическое своеобразие. Имя Иван прошло все ступени адаптации иноязычного слова Иоханаан. Оно вошло в фонетическую систему русского языка: мы производим его по правилам русской фонетики. Репертуар звуков русского имени Иван не совпадает с репертуаром звуков имени John. Как видим, имя Иоханаан не осталось в русском и английском языках в своем

первоначальном виде: система переработала их, адаптировала, т.е. приспособила к своему фонетическому строю.

2. Морфологическое своеобразие. Имя Иван вошло в грамматическую систему русского языка. Оно склоняется по падежам так же, как и исконно русское существительное. Оно обрусело, стало по-настоящему русским именем.

3. Разнообразие деривационных форм и их безэквивалентность. В современном русском языке имя Иван имеет 3 группы форм: полное имя – Иван, сокращенное – Ваня и оценочно-ласкательные и фамильярно-грубоватые формы. Уже на русской почве имя Иван послужило основой для целого ряда производных имен с использованием уменьшительно-ласкательных и уничижительных суффиксов: *Ваня, Ванечка, Ванек, Ванька, Ванятка, Ивашика, Иванушка*. Ни один из этих дериватов не зафиксирован в английском языке. Анализ показал, что имя John имеет, в свою очередь, следующие производные образования: *Jack, Johnnie, Johnny, Jon, Jonny* [3, с.208]. В английском языке при наличии также ряда суффиксальных форм имени все же отсутствует стилистически сниженная фамильярно-грубоватая форма, передающая в русском языке этот оттенок с помощью суффикса –к(а). Отчества Иванович и Ивановна также являются безэквивалентными по отношению к английскому языку, в котором отсутствует этот компонент в системе именования людей.

5. Распространенность имени. Популярность имени Иван на Руси объясняется не только общественным вкусом и семейными традициями, но и тем в немалой степени обстоятельством, что оно в полных святцах встречается 170 раз, т.е. почти через день. Показателен в этом отношении отрывок из киноповести В.Шукшина «Брат мой», в котором раскрывается ситуация подбора имени новорожденному: *- Ванька! – кричала жена Настя. – Где это ты их видел нынче, Ванек-то? Они только в сказках остались – Вани-дурочки*. Однако, когда Иван, придя в дом Девятовых, посоветовал супругам дать имя в честь дела, он услышал: *- Да они оба Иваны! – воскликнул Василий. – В том-то и дело*. В итоге читатель еще раз убеждается в его распространенности в народе.

6. Богатый имплицативный потенциал имени. Ассоциативная связь имени Иван с носителем русского языка и культуры иллюстрируется следующими примерами: *Поскольку многие из контуженных были взяты с передовой в беспамятстве и оставили там, на поле боя, все, в том числе и свое имя, мы их всех подряд звали Иванами (В.Астафьев. Звездопад); Я весело и бесечно травил про войну: - И вот кричат фрицы нам: «Еван! А Еван! Переходи к нам! У нас шестьсот грамм хлеба дают!» - «А пошел ты», - отвечают ему наши. Ну, ты знаешь, куда пошел?.. (В.Астафьев. Звездопад); Вырывая друг у друга трубку, удачливые автоматчики лаяли немцев, дразнили их, чавкая ртом, потом пели похабные песни с политическим уклоном. Поверженный противник не выдержал полемики и телефон свой отцепил, пообещав сделать русским иванам «грос-капут» (В.Астафьев. Пастух и пастушка).*

Представитель же англоязычной культуры ассоциируется с именем Том. Вот пример этому: *Серо-голубые шинели французских солдат тонули в*

необъятной массе френчей цвета хаки союзников. Все уже успели хорошо подвыпить, и даже невозмутимые англичане, прозванные «Томми», оживились (А.Игнатьев. Пятьдесят лет в строю).

Импликативный потенциал имени Иван поддерживается народными сказками, в которых повествуется о таких героях, как Иван-царевич, Иванушка, Иван-дурак. Эти образы актуализируются в речи народа. Например: *Это я, упрямый, чалдон, фээзошник – уркаган, рванул к тетке в гости. Наперекор стихиям. Молодецкой грудью на преграды. Непобедимый! Герой! Иван-царевич! Дерьмо собачье* (В.Астафьев. Где-то гремит война); *Говорят, если найдешь цветок папоротника – невидимкой станешь, можешь забрать все богатства у богатых и отдать их бедным, выкрасть у Кащей Бессмертного Василису Прекрасную и вернуть ее Иванушке, можешь даже пробраться на кладбище и оживить свою родную мать* (В.Астафьев. Далекая и близкая сказка). Образ же Иванушки-дурачка на Руси особый. Приведем в этой связи размышления Д.Лихачева: «Что же касается дурашливости, то недаром в русском языке «ах ты мой глупенький», «ах ты мой дурачок» - самые ласкательные из ласкательств. И дурак в сказках оказывается умнее самого умного и счастливее самых удачливых» [1 с.13]. Имя Ваня приобрело на Руси нарицательный смысл благодаря персонажу русских народных сказок, где Ваня – это ленивый, нерасторопный человек. Его имя часто сопровождалось атрибутом «дурак», и порой в народе это имя вызывало отрицательную коннотацию: *Иван!...Иванов-то нынче осталось – ты да Ваня-дурачок в сказке. Умру – не дам Ванькой назвать! Сам как Ваня-дурачок...* (В.Шукшина. Непротивленец Макар Жеребцов). В следующем примере нарицательное использование имени «ванька» вносит в характеристику его носителя уничижительный оттенок, который объясняется экстралингвистическими факторами. Дело в том, что во время войны часто взводными становились обыкновенные солдаты, правда, из числа опытных или прошедших ускоренные курсы подготовки. Солдат...*будет ждать, когда свой ванька-взводный даст команду вылезать из окопа и идти вперед. Уже если своей ванька-взводный пошел, значит, все возможности к тому, чтобы не идти, исчерпаны* (В.Астафьев. Пастух и пастушка).

7. Использование имени Иван в устойчивых сочетаниях. Такие выражения как «Эх, ты, Ваня!», «Ванек ты!», «Иваны, не помнящие родства» содержат отрицательную эмоциональную оценку. Например, просторечный вариант выражения «валять дурака» - «валять ваньку» отмечается нами в следующих контекстах: - *Только тронь! – предупредил дядя Володя, отскакивая, и закричал: - А ты не видал? Ты там не видал? Ты не знал? Чего ты ваньку валяешь?* (В.Распутин. Век живи – век люби); - *Что ты дурачка-то из себя строишь? Ты же не на следствии пока. Перед следователем потом валяй ваньку, а перед нами нечего...* (В.Шукшин. А поутру они проснулись...). Фразеологизм означает: притворяться глупым, потешать глупыми выходками. Выражение возникло от детской забавы с игрушкой-неваляшкой, обычно представляющей собой Ваньку-встаньку, которого пытались повалить. Первое из отмеченных значений развилось под впечатлением несурзности такого занятия для взрослого, тем самым как бы приравнивающего себя к

несмышленому ребенку [6, с.50]. Фразеологизм «во всю ивановскую» означает: очень громко (храпеть, кричать и т.п.): *Степан храпел во всю ивановскую* (В.Шукшин. Любавины). Возникло от выражений «звонить во всю Ивановскую» - во все колокола колокольни Ивана Великого в московском Кремле и «кричать во всю Ивановскую» - от названия Ивановской площади в Кремле, где в старину оглашались царские указы [5, с.177]. Все приведенные выше устойчивые сочетания в русско-английских словарях отсутствуют, что подтверждает их национально-культурную специфику.

Имя Иван вошло и в названия растений, например, иван-да-марья, иван-чай, ванька-мокрый. Например: *На узком барачном окошечке мучаются два бескровных цветка – ванька-мокрый и еще не знаю какой* (В.Астафьев. Без приюта).

Таким образом, анализ использования имени Иван в художественных произведениях, в составе устойчивых сочетаний, а также в наименовании игрушки и растений позволил сделать следующий вывод: национально-культурное своеобразие имени Иван создается и поддерживается его графической и звуковой формой, множеством производных имен, не имеющих эквивалентов в английском языке, широкой распространенностью, богатым лексическим фоном и образотворческим потенциалом. Все это вместе взятое указывает на то, что имя Иван как ни одно другое связано с культурно-историческими традициями русского народа, национальная принадлежность которого в настоящее время неоспорима.

Лихачев Д.С. Заметки о русском. – 2-е изд., доп. – М.: Сов. Россия, 1984.

Никонов В.А. Имя и общество. – М.: Наука, 1974.

Словарь английских личных имен /Сост. А.И.Рыбакин. – М.: Сов. Энциклопедия, 1973.

Судник М.Р. Словарь личных имен Белоруссии. Предисловие. - Минск, 1965.

Фразеологический словарь русского языка /Под ред. А.И.Молоткова. – М.: Рус.яз., 1986.

Шанский Н.М., Зимин В.И., Филиппов А.В. Краткий этимологический словарь русской фразеологии: Лингвострановедческий словарь // Рус. яз. в школе. – 1979.- № 1.

А.В. Медведева

Конь/лошадь в русской фразеологии

Русским человеком *конь* и *лошадь* традиционно воспринимались как рабочая сила, используемая для выполнения тяжелого физического труда. Наличие в хозяйстве *лошади* считалось неперенным условием его существования. Согласно закону Шпербера, основным источником метафорических переносов значения слова в каждую конкретную эпоху

служит комплекс идей, имеющих важное значение и вызывающих общий интерес в данном обществе. Другими словами, те сферы жизни, которые являются определяющими для данного народа, входят в его концептосферу порождают значительное количество разнообразных выражений, несущих в себе определенный мыслительный образ-концепт.

Иначе говоря, наиболее актуальная сфера общественной жизни нации порождает наибольшее число устойчивых сочетаний, активно употребляемых в языке. Эти сочетания, в свою очередь, могут переходить в другие семантические сферы и приобретать там новые значения, в том числе и символические. В русском языке одной из таких сфер, продуктивных в плане образования фразеосочетаний, пословиц и поговорок, несущих в себе переносные (коннотативные) и символические значения, являются ситуации, связанные с такой областью хозяйственной деятельности человека, как извоз. Рассмотрим символику фразеосочетаний с ключевыми лексемами *лошадь* и *конь*. По своей основной семеме Д1 лексема *лошадь* обозначает крупное домашнее животное, используемое для перевозки людей, грузов и т.п. (МАС, т. 2, с. 273). Например: *рабочая лошадь*, *верховая лошадь*; *запрягать лошадей*. Эта лексема употребляется также для обозначения конного экипажа: *Ехать на лошаах*. *Подать лошадей*.

Фразеосочетания с прилагательным *лошадиный* имеют переносный смысл, например: *лошадиное здоровье* (очень крепкое), *лошадиная доза* (очень большая доза), *лошадиная сила* (единица измерения мощности).

Согласно словарной дефиниции, лексема *конь* по своему основному денотативному значению (семема Д1) трактуется как лошадь (преимущественно о самце; в речи военных, в коннозаводческой практике, а также в поэтической речи) (Там же, с. 127). Например: *боевой конь*; *ферма рысистых коней*; устойчивое выражение, кавалерийская команда для посадки на лошадей: *По коням* (*На конь*).

По семеме Д2 (производно-номинативное значение) данная лексема обозначает шахматную фигуру с головой лошади, например: *Размещаться конями*. *Ход конем*. Так говорят о решительном средстве, пускаемом в ход в крайнем случае. Первоначально это выражение употреблялось в игре в шахматы, и только потом перешло на сферу человеческого поведения. В спорте конь – это обитый кожей брус на четырех подставках для гимнастических упражнений.

Собранные и проанализированные нами выражения с русскими лексемами *лошадь* и *конь* образуют следующие семантические группы:

1. Рабочая сила, связанная с хозяйственной деятельностью человека:

Кто в кони пошел, тот и воду вози. Конь не свой – погонять не стой. На послушного (послушного) коня и кнута не надо. Зануздывать его бечевкой, да припасти на него кнут с пуговкой. Кто везет, того и погоняют. Надсажен конь недалеко везет. Лошадка в хомуте везет по мзуте. Я не я, и лошадь не моя. Рабочий конь на соломе, а пустоляс на овсе. Семь деревьев, а лошадка одна. На семь деревень одна лошадь. Одним конем всего поля не изъездишь. Надсаженный конь, надломленный лук, да замиренный друг. Усталому коню хомут не хомут (все неладно). Старый конь борозды не портит. Погоняй

коня не кнутом, а овсом. Доброму коню лишь плетъ покажи. Конь с ходою, а хода с конем. Он работает как лошадь. Это значит: усердно.

Заметим, что выражения, входящие в эту семантическую группу, широко употребляемы и весьма распространены. Представленные выше примеры отражают метафорический перенос лошади — человек по сходству выполняемых функций — тяжелый физический труд, заставить выполнять который часто можно только применяя силу (кнул, бечевка и др.).

2. Средство передвижения:

Как средство передвижения лошадь или конь используются в военном деле, верховой езде и при различных перевозках. Например: *На коне сидит, а коня ищет. Конь скачет, а всадник похваляется. Кто на борзом коне жениться поскачет, тот скоро заплачет. Нам бы лошадка ружье везла, а мы бы за ней пеши шли. Либо в стремя ногой, либо в пень головой. Конь копытом бьет, удила грызет. Конь до коня, а молодец до молодца. Все люди на конях, а конный пеши. Коня в рати узнаешь, а друга в беде. Седлай порты, надевай коня! Был конь, было и поезжено. Был конь, да изъездился. Волга матушка добрая лошадка: все везет! Счастье не лошадь: не везет по прямой дорожке.*

Прыгнул бы на коня, да ножки коротки. Выше меры и конь не скачет. Хотелось на коня, а досталось под коня. Кабы на доброго коня не спотычка, цены б ему не было! Конь без спотычки, корова без передою, да закрю без переводу! С чужого коня и середь грязи долой. Конь воина обнохивает, убитым быть. Конь копытом сдачи дает. Добр конь, да копыта отряхивает. Конь бежит, земля дрожит: из ушей полымя пышет, из ноздрей дым столбом. Пропал конь, так и оброть в огонь! Увели коня, так возьмите и оброть. Куда конь с копытом, туда и рак с клешней. Весело коням, когда скачут по полям. Хорош конь, хорош и детина. Конь до коня, а молодец до молодца. Добрый конь не без седока.

Не ложкой, а едоком, не лошадыю, ездоком (берут). Коней на переправе не меняют. Через силу и конь не скачет. На худой лошадке поскорей в сторонку. Лошадь человеку крылья. Помилуй (вынеси), Господь, коня и меня! Он ходит конь конем. Здоров, бодр. Обойдешь, огладишь, так и на строгого коня съедешь. Нет такой лошади, чтобы не спотыкалась. И лошадь кашляет.

Поедешь на той лошадке, что самого ездока погоняет. Стой, конь, не шатайся, никому в руки не давайся! Не ржут дружи (кони), а летают! На чужой лошадке, да верть в сторонку (на краденой). Не конь везет, Бог несет. Конь не выдаст, и враг не съест. Не верь жене в подворье, а коню в дороге. Конь под нами, а Бог над нами. Жалеть коня, истомить себя. Конь мой, конь, ты мой верный друг! Конь мой вся моя надежда. Заемщик на коне ездит, плательщик на свинье (ни с места). Кто донских лошадей обвезжает, тот отца и мать не почитает. Калмыцкую лошадь один только калмык и переупрямит.

Итак, в этой группе лошадь и конь предстают в качестве основного средства передвижения.

3. Коневодство как отрасль народного хозяйства:

Конь о четырех ногах, да и то спотыкается. Коня куют, а жаба лапы подставляет. Не в коня корм тратить. Найдя пегого коня, да чтоб был весь

одной масти! Корм коня дороже. Волк коню не товарищ. Лошадь (кобыла) с волком тяглась, хвост да грива осталась. Домовой лошадь изломал, крестец нададил, в подворотню протащил. Лошадь ржет – хоть обругай ее, да здравствую!

Домовой лошади гриву завил. Лошадь (кобыла) с волком тяглась, хвост да грива осталась. Лошадь ржет – хоть обругай ее, да здравствую! Конь тощей – хозяин скупой. От хозяйского глаза и конь добреет. Сыть коню мешком, так не будешь ходить пешком. Под ножку и лошадь валяют (веревкой под переднюю ногу и через хребет).

В худого коня корм тратишь, что в худую кадушку воду лить. Конь гнед, да шерсти на нем нет: передом скачет, зад волочет. Не надейся на счастье, не купи коня хрома! Коню не верь: кобылью голову найдешь, и ту зануздай! Даровому коню в зубы не смотрят. Непродажному коню и цены нет. Лошадь от кошки сохнет, а от собаки добреет (почему и не берут с собой кошки в дорогу). Где конь ложится, тут и шерсть валится. Счастье не конь: хомута не наденешь.

Лошадь холь, корми как сына, а берегись как врага (как вора). К собаке сзади подходи, к лошади спереди. Ты боишься лошади, а она тебя боится. На потную лошадь овод валится. Зимой лошадь ложится – к теплу. Двужильную лошадь зарывая на дворе, не то выпадет за нею еще 12 лошадей. Конь ко двору пришелся: сосед колтун скотнул. Лошади фыркают в дороге – к радостной встрече. Лошадь трясет голову и закидывает ее кверху – к ненастью. Лошадь храпит – к ненастью. Лошадь фыркает – к дождю. Кони ржут к добру. Не накормлен конь, скотина, не пожалован молодец, сиротина. Вола гуцей откормишь, коня гуцей раздуюшь. Санным конем не ездить, соломенным конем не орать. Большая лошадь хозяину не ко двору: травы не достанет. Добрую лошадь одной рукой бей, другою слезы утирай. Сытая лошадь меньше съест. И с сытой лошади тень тоща. Свинье коню и рылом под хвост не достать. Конь горбат, не мерину брат.

Деньгами коня не купишь. Бурого коня за рекой примечают. Купи коня, и хода твоя. То лошади и холя: пой да катая, а овса не давай! Лошадь молодая: первая голова на плечах, и шкура не ворочена. Не дорога лошадь, коли у кого бабушки во дворе нет. Жила лошадь у семи попов, по семи годов, стало ей семь годов. В ссуду жена никогда не дается, а лошадь – смотря по человеку. Лошадь молодую покупай, а за старую денег не теряй. Изреную лошадь за рекою купи. Не купи у цыгана лошади, не бери у попа дочери.

С чем лошадь покупается, то с нее не сымается. На лошадь не плеть покупают, а овес. Не лошадь везет, а хлеб (или овес). Казак сам не ест, а лошадь кормит. Не корми лошадь тестом, да не нудь ездом. Не потчуй лошади ездом, а корми тестом; не гладь рукой, посыпай мукой. Лошадь что жернов: все мало корму. Чешися конь с конем, вол с волком, а свинья с углом (в значении: каждому свое). Не в коня корм. О бесполезных, безрезультатных затратах на кого-либо, что-либо. Дареному коню в зубы не смотрят. О вещи, которая досталась даром, подарена, и от которой поэтому нельзя желать, требовать многого. Выражения этой группы отражают привычки и повадки

лошади и коня, поскольку основаны на наблюдениях за поведением животного в реальной жизни.

Лексемы *лошадь* и *конь* используются при описании *ситуация извоза* и всех связанных с ней атрибутов упряжи (вожжи, оглобли, хомут, воз, упряжь, гужи и пр.).

Лексема *воз* в своем основном номинативном значении понимается как повозка (телега, сани и пр.) с кладью, а по коннотативной семеме К1 – как количество груза, которое может поместиться на такой повозке и как большое количество, множество чего-либо (МАС, т. 1, с. 251). *Чей конь, того и воз*. Собственность, определенный уровень материального достатка: *Что с возу упало, то пропало. На чьем возу сижу, того и песенку пою. На тяжелый воз и рукавицы положишь – так потянут*. Тяжелая ноша, бремя. *Воз и маленькая тележка. И не смазал, да поехал*.

Лексема *хомут* по семеме Д1 толкуется в словаре как надеваемая на шею животного часть сбруи, состоящая из деревянного остова (клетней) и покрывающего его мягкого валика (хомутины) (МАС, т. 4, с. 846), а по семеме Д2 эта лексема имеет значение детали в виде изогнутого в скобу стержня с закрепленными концами, служащая для крепления труб, сращивания деревянных брусев, свай и т. п. или детали кольцевой формы, соединяющая что-либо:

Рессорный хомут. Хомут эксцентрика.

А.К. Байбурин упоминает хомут как непрременную принадлежность этнографических коллекций, повествующих о хозяйственной утвари славян. Чаще всего этот предмет связывают с транспортом, ремеслами и сельским хозяйством. Однако, сфера его применения распространяется и на область ритуально-мифологических представлений (Байбурин, 1981). Хомут обычно надевался на человека в качестве наказания, как бы соотнося согрешившего с миром животных и отделяя от человеческого коллектива: *Вешать (себе) на шею хомут*. Обременять себя чем-либо. *Кому кнут да вожжи в руки, кому хомут на шею. Лошадь и не мала, да обычаем пропала: ты с хомутом, а она и шею протянула. Видел мужик во сне хомут – не видать ему лошадку до веку! Кто коней меняет, у того хомут гуляет. Воротник сидит хомутом* (о плохо сидящем воротнике, неплотно прилегающем к шее, отстающем от шеи).

Лексема *узда* толкуется словарем как часть сбруи, надеваемая на голову лошади и других упряжных животных для управления ими – ремни с удилами и поводьями. По семеме К1 она понимается как то, что является сдерживающей, обуздывающей силой (МАС, т. 4, с. 648).

Держать в узде кого/что (держать в повиновении). *Царство без грозы – конь без узды. Саврас без узды*. Саврас – саврасая (светло-гнедая с черным хвостом и гривой) лошадь (масть). Необузданный, развязный, бесшабашный молодой человек, озорник и кутила (МАС, т. 4, с. 11).

Заметим, что лошадь издавна считалась излюбленным объектом как продажи, так и кражи, что и отразили исследуемые нами выражения: *Целы-ль сани, а лошади пропали. Шутник покойник: помер во вторник, а в среду встал да лошадку украл! Спит, как коней продавши* (напившись с магарычей).

Вполне вероятно, что посредством актуализации семы *тяжелый физический труд* лошадь стала отождествляться с хозяйственной деятельностью человека: лошадь – животное, используемое в хозяйстве – тяжелый физический труд – рабочая сила – *хозяйственная деятельность человека*. Учитывая все вышесказанное, значение данной семантической сферы, на наш взгляд, является символическим. Основу для развития символического значения дают также лексемы *воз, хомут и узда – тяжкая ноша, бремя и несвобода* соответственно. Таким образом, в русском языке, по нашему мнению, основное символическое значение лексемы *лошадь, конь – рабочая сила, связанная с хозяйственной деятельностью человека*.

Байбурин А.К. Семиотический статус вещей и мифология // Материальная культура и мифология. Сб. Музея Антропологии и Этнографии. – Л., 1981, с. 215 – 226.

Словарь русского языка в 4-х томах (МАС). – М.: АН СССР, Ин-т языкознания. Госуд. изд-во иностр. и нац. словарей, 1957-1961.

В.И. Сапрыкина

Музыкальная менталистика и её вербализация

Исследования последних десятилетий свидетельствуют о решительном повороте лингвистики к проблеме "человек в языке". Так называемая "антропологическая парадигма", где идеей является комплексное изучение человеческих культур и языков, выступает сейчас доминирующей в лингвистике.

Различные направления антропологической лингвистики восходят к концепции В.Гумбольдта, который видел в языке "воплощение духа народа, его миропонимания и менталитета". Язык и культура неразрывно связаны между собой: как отражение национального сознания, язык является частью национальной культуры. Поэтому изучение феноменов культуры (в частности, феномена музыки) - проблема междисциплинарная.

О.И.Филатова рассуждает о музыкальной менталистике, предтечей которой можно назвать музыкальное красведение, осмысляющее "дополитические основы мышления".

В.И.Кураков и В.В.Чубай акцентируют внимание на взаимосвязи отношений музыки, литературы и языка, ставят проблему вербализации музыкальных образов. Авторы подтверждают мысль исследователя Т.Адорно о том, что "музыка - подобна языку. Её схожесть с языком показывает путь в её внутренний мир, но это не означает "путь в туманность". Кто же дословно понимает музыку как язык, того она вводит в заблуждение".

Г.Е.Крейдлин, рассматривая эту проблему с точки зрения семасиологического подхода, избирает для анализа лексемы *голос* и *тон*.

Учёный даёт культурное, музыкальное, интенциональное, ментальное значения этих слов в языке и речи.

Названные работы демонстрируют широту и разносторонность данной проблематики. Актуальным является исследование, направленное на выявление того, как вербализуются музыкальные образы русских поэтов 19-20 в.в.

Филатова О.И. Славянская "праздничная интонация" в чешской музыкальной культуре: проблема национальной идентификации // Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности. Сб. научных трудов. Воронеж, 2002. С.546-552.

Е.В. Фирсова

Концепт «богатство» в контексте русского национального сознания

По результатам широкомасштабного исследования, проведенного компанией "Регион-Информ" с привлечением московских ученых из МГУ, РГГУ и Психологического института Российской академии образования с целью выявить базовые ценности и поведенческие установки современного общества, было установлено, что стремление к богатству не является чуждым русскому менталитету, материальные ценности занимают почётное четвертое место в списке базовых ценностей, уступая лишь здоровью, безопасности и семье (всего в списке 38 позиций) [<http://www.ri.ru/index2.php3>].

Еще более показательны в этом отношении антиценности - то, что опрошенные считают наиболее неприемлемым и отвергают. Абсолютным лидером здесь является бедность, и только потом идут все прочие несчастья, включая алкоголизм, безработицу и болезни. Корысть, напротив, не является, по мнению респондентов, таким уж страшным пороком, равно как и слабость, неудача и святотатство, к которым большинство опрошенных относятся весьма снисходительно.

Отношение к богатству и богатым достаточно противоречиво. Мнения респондентов о "новых русских" разделились примерно поровну: треть считает, что "новый русский" - это человек, который "много работал и многого достиг"; треть придерживается противоположного мнения - что это "паразит, обокрававший народ и сделавший свое богатство на чужих страданиях"; а треть философски считает его человеком, "которому просто очень сильно повезло".

Отношение к самому богатству тоже двойственно. Примерно половина опрошенных полагают, что "богатый человек имеет больше возможностей для нравственной жизни, так как достаток позволяет ему помогать бедным, много читать, путешествовать и т. п.; другая половина считает более нравственным

бедного человека, "так как погоня за материальным достатком недостойна настоящего человека".

У этого явления есть простое объяснение, известное из старой басни про лисицу и виноград. Простодушно признаваясь, что для счастья им больше всего не хватает материального достатка (этот ответ лидирует почти с трехкратным отрывом от остальных), люди понимают, что шансов разбогатеть у них немного, и утешаются мыслью о своем нравственном превосходстве. А те, на кого такие утешения действуют слабо, предлагают «конфисковать» богатства, нажитые несправедливым путем, а их владельцев наказать по всей строгости» [Фенько 2000, с.50].

Для того чтобы понять истоки определённых представлений о богатстве и достатке, обратимся к анализу русских народных фольклорных сказаний.

Когда сегодня в России говорят об успехе, карьере и умении зарабатывать, сказочные сюжеты цитируют часто. В основном в отрицательном контексте. В сказке видят стереотип - и не без оснований. Глубоко верно, что спонтанное, нерелегируемое поведение отдельных людей, трансакции между ними в группе и, возможно, целостные ответы стран, народов на «вызовы» подчиняются определенным культурным стереотипам. Их носителями и передатчиками могут быть сказки [Люсин 2000, с. 24].

Рассмотрим некоторые особенности поведения и мировоззрения главного героя, которые интересны для нашего исследования. Часто герой наших сказок - Иван-дурак, в отличие от, скажем, древнегреческого героя, умного и сильного, но который является игрушкой в руках слепого рока. В нашей сказке герой – это иногда человек, лишённый чего-либо героического, антигерой, русский лежебока, лентяй, дурак.

Но кто скрывается под образом дурака? Под этим образом скрывается некто, готовый сбросить инкогнито, новый молодой царь, избранник божий. «Дурачок» (в ряде вариантов он сам мажет себе лицо сажей, чтобы не узнали) чудесным образом преображается в писаного красавца Ивана-царевича. Похожая ситуация и с Емелей, он куда-то не спешит и, казалось бы, ничего не предпринимает, а ему не просто не к спеху. Особой категории избранных успех ни к чему: у такого уже есть удача. Как в пословице: «Дурак спит, а счастье в головах лежит» [Даль 1987, с. 48].

Достаточно прочесть наиболее полный вариант сказки о Емеле [Народные сказки 1985, т. 1, с. 320-326], чтобы убедиться: Емеля- дурак - гордец, но не глупец. Он имеет заветную мечту, и мечта эта - царская: «красный кафтан, красная шапка и красные сапоги». Чужого царства Емеля не захотел, по шучьему велению он основывает свое собственное.

К царской мечте - царские качества. Передавил, когда ехал на печи, кучу народа. «Я чем виноват! Для чего они не посторонились?». Так во все времена ездит высшая власть. А шучье слово - нечто вроде абсолютной власти, демонстрация силы царского приказа.

Что же касается лени... Емеля так «ленив», что захотел и поймал свое счастье – шуку голыми руками в полынье.

Назовём настоящее имя и титул Емели. Он такой же царь, как Иван-царевич. Но в отличие от Ивана, Емеля не «зарабатывает» свой статус, а уже

имеет его. Этим и объясняется его так называемая «лень»: он скрытый царь, наследник, не обнаруживающий себя до срока.

Что же следует ли из этого примера?

Первое – для того, чтобы стать богатым, нужно быть «Богом избранным».

Второе – властимушум, богатым людям позволено всё (возможно, в результате их избранности). Такой порядок можно проследить и в современной жизни – возможно, поэтому отношение простых людей к богатым, как правило, негативное, в нём сочетаются и презрение и зависть. Не случайно среди наименований богатых людей отсутствует положительная и преобладает негативная оценочность. Образ богатого человека в массовом сознании ассоциируется с «новым русским» или «олигархом» непременно с негативной коннотацией, среди других наименований – «буржуй», «толстосум», «денежный мешок», «фирмач», который «гребёт деньги лопатой» или «набивает карман». Влияние времени таково, что языковые единицы прежде считавшиеся нейтральными, часто приобретают отрицательную оценочность как это произошло со словом «олигарх» после того как появились отечественные олигархи, или со словом «спонсор» вследствие частого употребления одной из его сем «богатый любовник».

Поставим другой вопрос. Какие качества необходимы главному герою для приобретения богатства: трудолюбие, высокие интеллектуальные способности или что-то ещё? От героя требуются высокие нравственные качества. И тут выясняется, что дурак – бесконечно добрый человек: последнее отдаст, себе ничего не оставит. Он всегда достигает цели своими душевными качествами.

Хотя такой сценарий в жизни не представляется реальным, а именно то, что человеку воздастся в земной жизни за его хорошие поступки, и он получит материальное вознаграждение (как это происходит в сказке), вера в такое поощрение существует не только в русских сказках, но и в сознании людей. Сделай доброе дело, получи благословение высших сил и возможно тебе повезёт. Поэтому везение (удача или успех) играет огромную роль в приобретении богатства и представлено группой «приобретение богатства в результате удачно сложившихся обстоятельств», некоторые глаголы, входящие в эту группу представляют собой безэквивалентную лексику и часто употребляются в безличных предложениях (досталось, обломилось, перепало, подфартило).

Можно сделать вывод, что способность сопереживать и сочувствовать чужому горю ярко выражена у русского народа. Однако способность радоваться чужому богатству у русских не так развита.

Психолог Оксана Заширинская указывает на интересную особенность восприятия действительности русским человеком. Она считает, что многие люди страдают от того, что являются красивыми, богатыми, самодостаточными. Как только ты заявил, что у тебя все в порядке, найдется множество недоброжелателей, которым захочется доказать обратное.

Когда же русская народная сказка выставляет в качестве главного героя дурака, ни у кого не возникает лишних вопросов. Ты — дурак, значит, тебе должно повезти. Тебе позволительно допускать глобальные ошибки, ведь все будет прощено, все сойдет с рук. Хочешь добиваться успеха в жизни — надо

иногда выглядеть дураком. Будь настолько умным, чтобы казаться в меру глупцом. Причем такой дурак есть только в русских сказках. Глупость воспринимается как своеобразный способ самозащиты. В нашей стране и сегодня выгоднее изображать из себя бесхребетного человека, тогда не станут ломать. Русские жалеют того, кто беден, болен или дурак.

«Посмотрите на правила ведения бизнеса по-русски. У нас никогда не бывает абсолютно формальных деловых отношений. Это на Западе все происходит по книгам Дейла Карнеги: я пришел, улыбнулся, представился, рассказал о процветании фирмы и предложил подписать договор. В России деловые отношения носят межличностный характер. Пока ты с человеком не побеседуешь «по душам», у тебя никаких контактов не получится. Нужно объясниться, «поплакаться в жилетку», тогда возрастают шансы на удачу» [Новикова 2000, с.3].

Следует обратить внимание на ещё одну очень яркую особенность русской сказки, русского языка и русского менталитета - это то, что князь Е.Трубецкой назвал «воровским идеалом» русской сказки [Трубецкой 1923, с.220-261]. Часто, когда меняется власть в нашей стране, люди продолжают жить «по понятиям» и часто сопрягают истоки этих «понятий» с противозаконным порядком, воровским. Главное для русского не буква закона, а дух его, сама справедливость. Закон – что дышло, куда повернул, так и вышло, а правда – она на веки одна. Понятия – это русская традиция, то, что передается из поколения в поколение, что сложилось в глубине христианской культуры.

Почему же именно «воровской идеал»? Дело в том, что именно тюрьма стала тем местом, на которое не распространяются социальные потрясения в обществе. Русскому человеку тюрьма не кажется чем-то далеким, ужасным, потому что ни от тюрьмы, ни от сумы зарекаться не стоит. Герой русских сказок часто попадает в темницу, тем не менее, это не воспринимается как трагедия.

В русском языке отражаются те явления, которые происходят в нашей общественной жизни, так, например, всеобщая криминализация общества приводит к тому, что образ вора или бандита часто трактуется как образ романтического героя, а слова из воровского жаргона входят в обиходно-разговорный язык, вся страна живёт «по понятиям», а слово «бабки» по частоте употребления скоро будет соперничать с нейтральным «деньги». Отсюда и возникают выражения типа: «Не украдёшь, – не проживёшь».

Анализ языковых средств, репрезентирующих концепт «богатство» показал, что приобретение богатства в большей степени ассоциируется с криминальными действиями и представлено подгруппой «криминальные или нечестные источники обогащения», где языковые единицы чаще всего являются жаргонизмами («развести на доверии», «кинуть на бабки», «раскрутить») или сниженными лексическими единицами («захапать», «огребать», «зацапать», «урвать», «отхватить»).

Приобретение богатства в результате трудовой деятельности представляется маловероятным, заработать можно лишь «на хлеб», а большое состояние можно «сколотить», только неизвестно из чего. Глаголы,

составляющие подгруппу «заработок как источник обогащения», представлены сниженной лексикой (левачить, халтурить, впахивать, калымить), отражают некоторое пренебрежение к трудовой деятельности.

Продолжая анализ русских сказочных мотивов теперь уже в авторской сказке можно приблизиться к ответу на вопрос, почему роль труда в приобретении богатства не так важна. При сравнении сказки А.Толстого «Буратино» и сказки Карло Коллоди «Пиноккио» можно выявить ряд существенных отличий, определяющих восприятие действительности русским и человеком другой культуры. Карло Коллоди пишет историю о маленьком деревянном человечке, который безумно хочет стать настоящим мальчиком. Достигая эту цель, он претерпевает различные испытания. Ребёнок должен трудиться, причем, если он начинает врать, у него вырастает длинный нос. В конце концов, благодаря его стараниям, трудолюбию, добрая Голубая Фея делает его мальчиком. Нравственная идея сказки заключается в том, что ему нужно приложить много труда для того, чтобы стать человеком. В общем, *протестантская мораль: труд сделал из полуфабриката человека.*

Идея сказки связана с протестантской этикой. В ее основе лежит учение Жана Кальвина о предопределении: по его мысли, Господь одних людей создал на спасение, а других – на погибель. Если вы в жизни удачливый бизнесмен, прекрасно одеты, у вас хорошая жена, много денег, значит, Господь вас любит и вам помогает. Если вы неудачник, у вас все очень плохо, мало денег, значит Бог вас не любит, значит вы созданы для ада. Соответственно, чтобы не попасть в ад, надо работать, чтобы достигнуть жизненного успеха, богатства – любыми способами. Всегда улыбайся, не показывай, что тебе плохо. Самый страшный вопрос на Западе: «Ты что, неудачник?» Что нужно для успеха? Много трудиться. Вся сказка «Пиноккио» об этом – трудись и у тебя все будет, может даже случиться, человеком станешь. Эта идея успеха лежит во всей этике, которая совершенно чужда двухтысячелетней православной христианской традиции.

В русских сказках нет такой идеи. Русского человека не труд сделал человеком – все, что угодно, но не труд. Посмотрим на русский вариант этой сказки: во-первых, русскому непонятно, что же хорошего в желании быть кем-то другим? Деревянным быть проще и есть не надо, и не утонешь, во-вторых, само полено досталось папе Карло задаром. Стало человеку скучно, он решает сделать себе сына и по ошибке делает ему огромный нос. Когда он хочет его отрезать, Буратино ему говорит: «Не смей!». Нос – выражение его индивидуальности. А в итальянской сказке это наказание, ото лжи нос у Пиноккио вырастает. Буратино – совершенно аморальный тип, ему никто не предлагает трудиться. Буратино некогда заботиться о папе Карло, он убегает, его ждет школа жизни. Причем папа Карло все это время просто сидит на богатстве, у него находится дверь, за которой – счастливая жизнь для всех героев. Но, у него никогда не хватало ума заглянуть за нарисованный очаг и посмотреть, что там находится.

Существует, как известно, в мире такая вещь, как «американская мечта». А существует ли «русская мечта»? Вероятно, существует и не очень отличается от американской. «Не очень» – значит только то, что «средняя русская мечта»,

примерно так же, как «средняя американская» – это набор неких символов: «хорошая работа, деньги, здоровье, машина, дом, семья/здоровые/умные дети/ красивая, умная и добрая жена. В русской мечте есть только одно небольшое добавление к этому набору. Называется оно: «на халяву». «На халяву и укус сладкий» - ну где еще такое могло появиться?

Родной фольклор, на котором мы с детства воспитывались, утверждает, что плоды ваших трудов непредсказуемы. То есть Вы получите не столько по заслугам и/или трудам, сколько как Бог пошлет.

Все вышеизложенные явления так или иначе нашли своё отражение в словах и фразеологизмах, репрезентирующих концепт «богатство» в русском языке. «Богатство» как концепт в русском национальном сознании имеет свою структуру и национально-специфические черты, что можно выявить из анализа языка.

Значительно обогащает состав признаков концепта построение лексико-фразеологического поля его ключевого слова. В поле выделяется ядро и обширная периферия, в которой могут быть разграничены ближайшая, дальняя и крайняя периферия [Попова, Стернин 2002, с.125].

Полевой принцип описания концепта «богатство» в терминах ядра и периферии позволяет определить его объём, выявить все языковые средства (лексемы и фразеологизмы), используемые для выражения концепта «богатство» в русском языке, объединить данные единицы по тематическим группам и определить их иерархические отношения.

Для составления ЛФП «богатство» были собраны слова всех знаменательных частей речи и фразеологизмы, репрезентирующие исследуемый концепт, которые затем были разделены на группы и подгруппы, объединённые по смысловому признаку.

В ядро ЛФП «богатство» вошли лексемы из группы «материальное воплощение богатства», отличающиеся высокой частотностью, наиболее общие по значению и стилистически нейтральные: богатство, богатеть, богач, богатый, деньги, золото.

В ближнюю периферию вошли лексемы, характеризующие меньшей частотностью, менее общие по значению, обозначающие конкретные образы, ассоциируемые с богатством (Мерседес; коттедж; норковая шуба и т.д.), богатыми людьми (миллионер; капиталист; богатей; буржуй) и с жизнью в богатстве (купаться в золоте; купаться в роскоши; жить к достатке). Следует отметить интересную особенность, которая состоит в том, что при большом количестве глаголов, обозначающих «процесс приобретения богатства», таких как разбогатеть, нажиться, обогатиться, и др., отсутствует глагол, обозначающий «жить в богатстве». Эту лакуну восполняют фразеологизмы типа «жить на широкую ногу», «как сыр в масле кататься». Отсутствие данного глагола, очевидно, свидетельствует о понимании перманентности процесса обогащения, т.е. процесс приобретения богатства нескончаем и сама мера богатства индивидуальна.

В дальнюю периферию вошли языковые единицы, характеризующие большей степенью абстрактности, невысокой частотностью, стилистической окрашенностью, а также единицы, у которых приобретение богатства не

является основной семой (грабить; разбойничать; обирать; торговать; спекулировать).

Единицы крайней периферии отличаются низкой частотностью, входят в ЛФП не в основном значении, стилистически окрашены, являются жаргонизмами, сленгизмами или устарели, эти языковые единицы наименее ассоциируются с богатством (наваривать; выгадывать; стричь купоны и т.д.)

Анализ лексического состава языковых единиц, репрезентирующих концепт «богатство» показал, что преобладают разговорные языковые единицы, обладающие большей экспрессивностью, чем нейтральные единицы, некоторые из них являются просторечиями, сохранили следы архаичности, они составляют неотъемлемую часть русского литературного языка и являются носителями культурно-исторической информации.

К национально-специфическим особенностям репрезентации данного концепта можно отнести и возможности русского языка с его флексивным строем, которые позволяют изменять тональность и оценочность одной лексемы: от нейтрального «деньги» до ласкового «денежки/ деньжонки/ деньжата» или вкладывать дополнительный смысл «деньжищи» (разг. огромные деньги).

Народные русские сказки А. Н. Афанасьева. В 3 т. М., 1985-1986.

Даль В. И. Пословицы и поговорки русского народа. Сб. М., 1987.

В. Люсин. Особость архетипов женского/девичьего успеха в русской сказке «Деньги и кредит» (Москва), 20.05.00.

Ж. Новикова. «Петербургский Час Пик» (Санкт-Петербург), 16.07.00.

З.Д. Попова, И.А. Стернин Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж 2002.

Е. Трубецкой. Христианское в русской народной сказке. Глава VII из статьи Е. Трубецкого "Иное царство" и его искатели в русской народной сказке. ("Русская мысль", Прага – Берлин, 1923, № 1-2, с. 220-261).

А. Фенько. "Родина-мать имени Путина-Сахарова". "Коммерсант Власть" (Москва), 19.03.02.

Интернет-сайт агентства Регион- Информ: <http://www.ri.ru/index2.php3>

О.Ю.Лукашкова

Концепты «друг» и «враг» в русских и американских пословицах

Анализ паремий дает исследователю информацию об интерпретационном поле концепта – его периферийных признаках, отраженных в стереотипных суждениях, выстраиваемых на базе концепта и имеющих хождение в обществе. Именно в паремиях прежде всего проявляется национально-культурное своеобразие концептов.

Необходимо сказать, что американские пословицы – особое явление, они не принадлежат одному этносу, как русские. Во второй половине XX столетия исследователями нескольких университетов США было проведено исследование с целью выяснить, какие пословицы распространены в среде американцев. Результатом многолетних трудов стал опубликованный в 1992 г. «Словарь американских пословиц» (A Dictionary of American Proverbs), в который вошло около 15 000 пословиц на английском языке. Одни из них исследователи признали уникальными речениями, часть имеет европейские корни, другая часть почерпнута из Библии. Исследователи согласились считать их американскими пословицами на том основании, что они бытуют на всей территории США. Многие пословицы, «привезенные» европейцами на американский континент, получили «вторую жизнь», будучи переведены на английский язык, при этом они несколько видоизменялись. В конечном итоге американская культура ассимилировала их, и современные носители национальной концептосферы воспринимают их как принадлежащие американскому народу.

Мы предприняли попытку сравнения суждений, отражающих содержание концептов «друг» и «враг», которые можно извлечь из русских и американских паремий. Оказалось, что в них довольно много общего. Приведем примеры совпадающих по смыслу суждений о друге:

1) Другом можно считать того, кто выдержал проверку критической ситуацией.

Рус.: Коня в рати узнаешь, друга в беде. Друзья познаются в беде.

Амер.: *A friend in need is a friend indeed.*

Однако в Америке бытует и другой вариант, с прямо противоположным смыслом: *"A friend in need is a pest"* (Ср. рус. поговорка: «Изжил нужду, забыл и дружбу»).

2) Друзья обычно схожи между собой.

Рус.: Скажи мне, кто твой друг, и я скажу кто ты. Сапог с сапогом, лапоть с лаптем.

Амер.: *A man is known by company he keeps. Tell me whom you associate with and I will tell you who you are.*

3) Дружба должна быть избирательной.

Рус.: Будь друг, да не вдруг.

Амер.: *A friend to everyone is a friend to nobody. Choose your friends like your books, few but choice.*

4) Богачи и люди, находящиеся у власти, – плохие друзья.

Рус.: Богатому ни правды, ни дружбы не знать.

Амер.: *A friend in power is a friend lost.*

5) Не стоит одалживать деньги друзьям.

Рус.: Не давай денег, не теряй дружбы. Дружбы не теряй – займы не давай.

Амер.: *Lend your money and lose your friend.*

Другие суждения содержатся в пословицах только одного языка. Так, многие американские пословицы раскрывают представление о «ненастоящем», «ложном» друге:

A false friend has honey in his mouth and gall in his heart. A false friend is worse than an open enemy. A false friend and a shadow stay only while the sun shines. Это понятие закреплено и в выражении *"fair-weather friend"*.

В отличие от американских, в русских поговорках нет мысли о том, что женитьба одного из друзей может помешать продолжению дружбы (ср. амер.: *"A friend married is a friend lost"*). Не имеет соответствия в русском пословичном фонде и поговорка, содержащая мнение о родственниках в качестве друзей: *"Relatives are friends from bitter necessity"*.

Для интерпретационного поля концепта «друг» в русской концептосфере национально специфичными оказались следующие представления об эталоне друга:

- по-настоящему дружить могут лишь мужчины («Семь топовров вместе лежат, а две прялки – врозь»);
- друг должен быть умным («Дай Бог недруга, да умного, а друг да дурак – научаешься с ним»);
- другом может быть лишь равный («Пеший конному не товарищ»);
- друг может отвернуться от тебя, если быть с ним откровенным («Правду говорить – так друга не нажить»).

Только в русских пословицах разграничиваются понятия «друг» и, с другой стороны, «приятель» и «знакомый» («Шапочное знакомство не в потомство». «Соха не плуг, приятель не друг»).

Пословицы о врагах, как русские, так и американские, немногочисленны. Представления о враге, зафиксированные в русских пословицах, содержат следующие суждения:

- потенциальным врагом человека является его друг («Дружба от недружбы недалеко живет». «Бойся друга, как врага»);
- опасно недооценивать своего врага («Не ставь недруга овцою, ставь его волком»);
- кто мне не друг – тот мне враг («Скажись другом либо недругом»);
- врагу свойственно лицемерие («Враг поддакивает, а друг спорит»);
- враг желает смерти своему врагу («Друг другу терем ставит, а недруг недругу гроб ладит»);
- Два негодяя не станут враждовать между собой («Ворон ворону глаза не выклюнет». «Блоха блоху не ест»).

Для американцев, по-видимому, актуальны другие представления:

- Человек может сам навредить себе, как враг (*"Do not be your own worst enemy"*);
- Человек, не наживший врагов, не может быть и истинным другом (*He who has no enemy, has no friends*);

- Враг может принести определенную пользу (*"You can learn even from your enemy"*);
- Если невозможно победить врага, стоит подружиться с ним (*"If you can't beat them, join them"*).

В целом, исходя из анализа паремий, можно заключить, что концепт «друг» (friend) и в русской, и в американской концептосфере лучше разработан и имеет большой набор универсальных признаков. Концепт «враг» (enemy), напротив, менее актуален для национального сознания русских и американцев и в большей степени обладает национально-культурной спецификой.

О.В.Высочина

Отношение носителей финского языка к проблеме заимствования иностранных слов

Среди носителей финского языка был проведен эксперимент на выявление отношения информантов к самому факту заимствования иноязычной лексики их родным языком. Было опрошено по 30 человек каждой возрастной группы. Респондентам предлагалось выразить своё отношение к проблеме заимствования, обозначив в предложенной им анкете те положения, с которыми они согласны (можно было отмечать несколько положений).

Результаты исследования таковы:

Варианты ответа	17-25 лет	25-45 лет	45 лет и старше
Я думаю, что иностранные слова обогащают наш язык	36%	73%	60%
Я думаю, язык должен заимствовать только те слова, которых нет в нем самом	46%	40%	20%
Обилие иностранных слов раздражает меня	20%	40%	33%
Я думаю, что, если мы имеем адекватный эквивалент в нашем языке, мы должны использовать его и не заимствовать слово с таким же значением	43%	73%	66%

Иностранные слова раздражают меня, но я понимаю, что процесс заимствования – это объективный лингвистический процесс	50%	20%	13%
Я категорически против иностранных слов, они засоряют наш язык	3%	-	-
Я думаю, что, если мы не имеем слова в нашем языке, то лучше создать его, чем заимствовать из другого языка	6%	33%	6%
Я никогда не задумывался об иностранных словах	13%	13%	-
Я не вижу никакой разницы между заимствованным и своим словом	6%	26%	13%
Меня не интересует эта проблема	20%	40%	-

Результаты анкетирования позволяют выявить существующие тенденции в отношении носителей финского языка к заимствованным словам.

В.В. Поталуй

Интерпретационное поле концепта РУКОВОДИТЕЛЬ в английском языке

Экстралингвистическую информацию о содержании концепта “руководитель” в английском языке дает его интерпретационное поле, которое выявляется путем анализа пословиц, поговорок и афоризмов, отражающих различные признаки концепта.

Материалом для данного исследования послужили паремии и афоризмы, извлеченные из различных фразеологических и паремиологических словарей. Количество крылатых выражений оказалось невелико, однако удалось выделить следующие признаки, объективирующие концепт “руководитель”.

1. Какой руководитель, такие и подчиненные (*Like master, like man*).

2. Начальник держит подчиненных в строгости (*When the cat is away, the mice will play*).

3. Новое начальство рьяно принимается за работу, радикально меняя порядки (*A new broom sweeps clean; New lords, new laws*).

4. Власть ассоциируется с богатством (*as drunk as a lord* - так может напиться только богач; *a king's ransom* - очень большая сумма денег).

5. Обладающие властью и богатством имеют преимущества, окружены лестью (*Might goes before right; One law for the rich and another for the poor; Possession's nine points of the law; He who pays the piper calls the tune; A rich man's joke is always funny; The English etc dearly love a lord*).

6. Но не всегда они веселы (*All the King's horses and all the King's men can't do sth*).

7. Руководить - значит брать на себя бремя ответственности (*Uneasy lies the head that wears a crown*).

8. Руководитель не должен иметь уязвимых мест (*Caesar's wife must be above suspicion*).

9. Отмечается преклонение перед силой, властью (*Kings have long hands*).

10. Не следует пытаться превзойти своего руководителя в чем-либо (*one must not be more royalist than the king*).

11. Любые действия начальства сказываются на подчиненных (*Kings go mad, and the people suffer for it*).

12. Ценится умение руководить (*If you command wisely, you'll be obeyed cheerfully*);

кто не умеет подчиняться, тот не умеет и руководить (*Through obedience learn to command; He that cannot obey cannot command*);

не может управлять другими тот, кто с самим собой не в состоянии справиться (*He is not fit to command others that cannot command himself*).

13. Бывают разные типы руководителей (*King Log* - король-чурбан, пассивный человек; *King Stork* - тиран, деспот (из басни Эзопа).

14. Отмечается и ироническое отношение к руководителям (*King for a day* - Калиф на час; *Queen Anne is dead!* - Открыл Америку! *When Queen Anne was alive* - При царе Горохе).

Таким образом, исследованный материал свидетельствует о том, что в языковом сознании английского народа отражено преимущественно почтительное отношение к руководителям разного уровня.

Oxford Dictionary of English Idioms. Oxford University Press, 1997.

500 English Proverbs and Sayings. М., 1959.

Р. Райдаут, К. Уиттинг. Толковый словарь английских пословиц. СПб., 1997.

Англо- русский фразеологический словарь / Сост. Кунин А.В. М., 1955.

Словарь употребительных английских пословиц. М., 1985.

Методика выделения лексико-фразеологического поля «Быт»

При определении корпуса единиц лексико-фразеологического поля «быт» нами использовался принцип дополнительности, который заключается в том, что для наиболее полного анализа лексико-фразеологического поля недостаточным является анализ только словарных дефиниций, необходимо задействовать также материал ассоциативных экспериментов, особенности употребления в тексте.

Материалом для построения лексико-фразеологического поля «быт» послужили следующие источники.

1. Словари.

Толковые словари

Основным источником лексических единиц ЛФП «Быт» является «Большой толковый словарь русского языка» (БТС) под ред. С.А. Кузнецова (Большой толковый словарь русского языка 1998). Причина обращения именно к данному словарю заключается в том, что БТС можно назвать преемником двух основных академических словарей, изданных в СССР: Малого академического словаря (Словарь русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой 1981-1984) и Большого академического словаря (Словарь современного русского литературного языка в 17-ти томах 1948-1965). Преемственность обусловлена тем, что все три словаря подготовлены в одном научном коллективе. Все три словаря базируются на материалах одной и той же картотеки. Принципы, лежащие в основе словарного описания лексики в БТС, полностью согласуются с принципами Малого (МАС) и Большого (БАС) академических словарей и с традициями академической лексикографии в целом. Словник БТС является на сегодняшний день самым полным, но при этом в словаре соблюдено последовательное и подробное описание русской лексики, ее значений, морфологическая, стилистическая и синтаксическая характеристика слов.

Используемый нами словарь содержит около 130000 слов, что позволяет наиболее полно представить лексический состав русского языка, сложившийся к концу XX века. В словаре содержится лексика всех стилистических пластов и литературных жанров, в которых функционирует русский язык на протяжении всего XX века. Кроме того, словарь содержит большое количество нелитературных языковых единиц, которые отсутствуют в МАС и БАС (они построены в основном на литературных языковых средствах). Это было одной из решающих причин, по которой в качестве источника материала было выбрано именно это словарное издание. Лексико-фразеологическое поле «Быт» включает в себя большое количество нелитературных лексических единиц. Использование других словарей не позволило бы выделить все возможные как литературные, так и нелитературные единицы, входящие в исследуемое поле.

Однако при описании лексических значений отдельных слов мы обращались также и к другим словарям, в частности, к МАС, БАС, «Словарю русского языка» С.И. Ожегова, «Толковому словарю живого великорусского языка» В.И. Даля и др.

Методика работы со словарем: используя метод сплошной выборки, был составлен список слов и выражений, имеющих отношение к понятию «быт» во всех его значениях. Общий корпус лексических единиц составил более 1.500 слов и выражений.

Тематический словарь

Полученный материал был дополнен лексическими единицами, представленными в «Тематическом словаре русского языка» (Саяхова Л.Г., Хасанова Д.М., Морковкин В.В. Тематический словарь русского языка. М, 2000).

Фразеологический словарь

Отдельно был собран корпус фразеологических выражений, описывающих быт и поведение человека в быту (Фразеологический словарь русского языка 1967).

Затем полученный материал был подвергнут классификации – были выделены лексико-семантические микрополя, фразеологические микрополя, синонимические ряды, тематические ряды и антонимические пары.

Энциклопедический словарь

Использование энциклопедического словаря дает возможность внести в исследуемый материал информацию экстралингвистического характера (Большая Советская Энциклопедия. В 30 т. – Т.4. – М., 1971).

Синонимические словари

Пополнению словарного корпуса служат и синонимические словари. Нами были использованы следующие словари синонимов: Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка. – М.: Сов. Энциклопедия, 1968. – 600 с.; Словарь синонимов русского языка / ИЛИ РАН; Под ред. А.П. Евгеньевой. – М.: ООО «Изд-во АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2002. – 656 с.

Экспериментальные методики

Работа со словарями различных типов дает системное языковое значение исследуемых единиц. Системное значение слова, представленное в дефинициях толковых словарей, не совпадает по объему со значением слова в языковом сознании. Экспериментальные методики позволяют дополнить словарные определения, вносят дополнительные признаки и свойства. На основе них можно составить психологически реальное значение слова (Гришук Е.И. Абстрактная лексика в языковом сознании. Автореф. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2003. – С.4). Для выявления психологически реального значения лексемы «быт» нами был использован комплекс экспериментальных методик: свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент, метод субъективных дефиниций, приемы подбора симиларов и оппозигов, интерпретирующий эксперимент.

1. Свободный ассоциативный эксперимент.

Нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент с целью выявления содержания концепта (лексемы) «быт» в русском языковом сознании.

В эксперименте участвовали 680 информантов (279 мужчин и 401 женщина). Большая часть информантов - учителя, проходившие курсовую подготовку повышения квалификации в ВОИПКРО; в числе испытуемых были также студенты 2-4 курсов БГПИ, старшеклассники г. Воронежа. Родной язык испытуемых - русский. Описание возраста и профессиональной направленности испытуемых, места проживания, большая часть испытуемых среднего возраста - это позволяет считать результаты анализа достоверными и отражающими современное и содержание концептосферы русского человека.

Получено 668 первых реакций, 12 испытуемых не дали слов-реакций на слово-стимул «быт».

Период проведения эксперимента - 2000-2002 гг.

Форма проведения эксперимента - письменная.

Эксперимент осуществлялся как в массовой, так и в индивидуальной форме, при этом массовый эксперимент проводился с 10-15 испытуемыми.

Испытуемым предлагалась следующая инструкция:

«Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте. Перед Вами список слов. Просим Вас прочитать этот список, начиная со слова №1, и рядом с каждым из этих слов написать 2-3 слова, которые Вам приходят в голову в данный момент. Пожалуйста, работайте быстро, не задерживайтесь. Если Вам не приходит в голову ни одно слово, поставьте прочерк. Не возвращайтесь к уже прочитанным словам и не вносите исправлений в уже написанное».

Следует отметить, что приобретенный в процессе работы опыт экспериментального исследования ассоциативных связей привел к выводу о необходимости учета лишь первой ассоциации (во избежание цепочки ассоциаций); недочет инструкции был впоследствии учтен при анализе результатов эксперимента.

Время работы не ограничивалось. Испытуемые не получали ограничительных инструкций относительно языковой формы или смыслового содержания реакций. Фиксировались сведения об испытуемых: пол, возраст, место жительства, уровень образования, профессия (сфера занятий).

В качестве слов-стимулов в данном эксперименте использовались следующие 5 слов (они перечислены в том же порядке, в каком предлагались информантам): пустыня, скука, компьютер, быт, дорога. Наличие других лексем, кроме исследуемой, использовалось нами для получения более объективных результатов.

При обработке результатов эксперимента учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные.

Различные формы слова (единственное и множественное число, разные варианты написания, сокращенная и полная записи) не суммировались, а представлялись отдельно.

На основе анализа результатов эксперимента нами была составлена ассоциативная статья лексемы «Быт».

Затем был использован метод построения «семантического гештальта», предложенный Ю.Н. Карауловым.

2. Направленный ассоциативный эксперимент.

Для уточнения семантической структуры исследуемого концепта, объективированного в языке лексемой «быт» представлялось целесообразным проведение направленного ассоциативного эксперимента, по результатам которого предполагалось уточнить содержание исследуемой лексемы и ее эмоционально-оценочные характеристики, выявить мотивацию представления тех или иных лексических единиц в индивидуальном сознании, определить структуру концепта, представленного в языке словом «быт», уточнить когнитивные компоненты данного концепта, а также рассмотреть возможные возрастные и гендерные особенности содержания концепта.

В эксперименте участвовали 504 информанта (216 мужчин и 288 женщин). Большая часть информантов - учителя, проходившие курсовую подготовку повышения квалификации в ВОИПКРО; в числе испытуемых были также студенты 1-5 курсов ВГУ, старшеклассники г. Воронежа.

Получено 504 первых реакции, 34 испытуемых отказались выполнить задание.

Период проведения эксперимента - 2001-2002 гг.

Эксперимент осуществлялся как в массовой, так и в индивидуальной форме, при этом массовый эксперимент проводился с 10-15 испытуемыми.

Опрашиваемым предлагалась следующая инструкция: «Вы участвуете в психолингвистическом эксперименте. Подберите, пожалуйста, определения к слову «быт» и запишите те, которые первыми приходят Вам в голову».

При обработке результатов эксперимента учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные. На основе анализа результатов эксперимента нами была составлена ассоциативная статья.

Следует отметить, что и при проведении направленного эксперимента просьба подобрать определения к слову «быт» обычно вызывала затруднения у испытуемых: этим объясняется большое количество отказов при выполнении этого задания.

3. Метод субъективных дефиниций.

В целях выявления психологически реального значения слова «Быт» нами был использован метод субъективных дефиниций, который заключался в просьбе ответить на вопрос: «Напишите, пожалуйста, своими словами, как Вы понимаете – что такое БЫТ?»

Полученные дефиниции сравнивались с системными значениями, зафиксированными в толковых словарях, выделялись не вошедшие в словари, определялись дополнительные семы и семемы лексемы «быт».

4. Определение симиларов и оппозигов лексемы «быт».

В связи с тем, что многие словари синонимов отмечают отсутствие синонимических рядов с исследуемой лексемой, мы посчитали целесообразным проведение также эксперимента с целью выявления симиларов и оппозигов слова «быт».

Таковы некоторые методы и приемы выделения единиц ЛФП «Быт».

Л.А.Тавдгиридзе

Интерпретационное поле концепта РУССКИЙ ЯЗЫК

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

Анализ результатов проведенного направленного ассоциативного эксперимента (*Русский язык – какой?*) позволяет следующим образом представить концепт «русский язык» в русской концептосфере.

Наиболее яркими когнитивными признаками русского языка в коммуникативном сознании русского человека являются:

- положительная эстетическая характеристика, свойственная в основном женскому восприятию (*красивый, любимый, песенный, музыкальный, поэтический, мягкий, приятный, льющийся, ласковый*);
- трудный в усвоении (в равной мере выделяется мужчинами и женщинами) (*трудный, сложный, нелогичный, не изученный до конца*);
- подвергающийся негативному воздействию (*скудеющий, много заимствований, замусоренный, засоренный*);
- негативная оценка языка в мужском восприятии (*ругательный, пошлый, матерный, скандальный*).

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

Для всестороннего анализа концепта «русский язык» представляется существенным сравнить наборы семантических признаков концепта «русский язык» с набором семантических признаков концепта «английский язык».

Сопоставительный анализ показывает, что семантические гештальты (Караулов, 2002, с. 194) «русский язык», «английский язык» представлены отчасти разными семантическими зонами, а также ассоциаты в одноименных зонах часто существенно различаются по яркости:

Зоны	Когнитивные признаки	Английский язык	Русский язык
Зона сложности усвоения	сложный	100%	47%
	трудный		
	запутанный		
	невосприимчивый		
Зона негативной эстетической оценки	сухой	35%	0%
	колючий		
	невзрачный		
	неличный		
	неприятный		
Зона позитивной эстетической оценки	лирический	8%	10%
	выразительный		
	чувственный		
	нежный		
	красноречивый		
Зона позитивной фонетической оценки	прекрасный		5%
	звучный	10%	21%
	звонкий		
	хорошо звучащий		
	певучий		
	лирический		
	музыкальный		
	хорошо произносимый		
Зона негативной фонетической оценки	картавый	28%	0%
	гавкающий		
	лающий		
	нервный		
	жесткий		
	грубый		
Зона особенности словарного запаса	ругательный	0%	14%
	матерный		
	скудеющий		
	замусоренный		

Зона негативной эмоцио- нальной оценки	некрасивый	35%	0%
	занудный		
	нудный		
	скучный		
	однообразный		
	монотонный		
	неинтересный		
	глупый		
	тупой		
Зона утилитарной оценки	тупорылый		
	нужный	1%	17%
	ненужный	1%	0%
	удобный	14%	0%
	важный		
	полезный	12%	0%
	деловой		
Зона распространен- ности	международный	28%	4%
	всеми		
	изучаемый		
	всемирный		
Зона объема словарного запаса	всеобщий	8%	51%
	разнообразный		
	богатый		
	большой		
	необъятный		
Зона модности	огромный	9%	0%
	современный		
	стильный		
Зона логичности	модный	9%	0%
	логичный		
	четкий		
	точный		
	регламентиро- ванный		
	стандартный		
	дисциплиниро- ванный		

Таким образом, очевидно, что в русском коммуникативном сознании нет ощущения *престижности, модности, логичности, полезности* родного языка.

Периферию содержания концепта «русский язык» отражают смыслы, фиксируемые в пословица, поговорках, художественных текстах.

Совокупность всех этих смыслов составляет интерпретационное поле изучаемого концепта [1].

Когнитивная интерпретация более 200 пословиц из сборника В.И.Даля «Пословицы русского народа» показывает, что концепт «русский язык» широко представлен в русских поговорках, а представление о русском языке, отражающееся в этих поговорках, может быть сведено к следующим суждениям:

Величие и могущество языка: язык с богом беседует; мал язык, да всем телом владеет; язык мал великим человеком ворочает; язык – стяг, дружину водит; язык царствами ворочает.

Язык – способ решать многие проблемы: язык голову кормит; язык до Киева доведет; язык наперед ума рыщет.

Язык приносит пользу, если с ним умело обращаться: много знает, да мало бает; в запертой рот и муха не пролетит; кто мало говорит, тот больше делает; умей смолчать, умей сказать; блюди хлеб на обед, а слово на ответ.

Язык как живое существо: язык голову кормит, он же и до побоев доводит; язык кормит и поит, и спину порет; язык хлебом кормит и дело портит; язык до Киева доведет; язык доведет до кабака.

В речи следует избегать грехов многословия и пустословия: вертит языком, что корова хвостом; из пустого в порожнее переливает; что про то говорит, что нельзя воротить; вздор вздором помножить, так и выйдет чепуха; мелет день до вечера, а послушать нечего; много говорено, да мало сказано.

Следует избегать несдержанности и грубости языка: язык до добра не доведет; лишнее слово в досаду вводит; лишнее говорить, себе вредить; от острого слова да навек ссора; за худые слова слетит и голова; Надо уметь говорить кратко: много говорить, голова заболит; долго прят, да коротко оттял; недолгая речь хороша, а долгая – поволока; короткую речь слушать хорошо, под долгую речь думать хорошо.

Были также проанализированы произведения писателей и поэтов, которые содержат суждения и афоризмы о русском языке.

Материалом для анализа послужили стихотворения из сборника «Поэты о русском языке» (составитель Р.К.Кавецкая).

В результате анализа поэтических текстов выявлены следующие когнитивные признаки русского языка:

родной, кровный 13; великий 11; могучий 7; свободный 6; чистый, светлый 5; плавный, певучий 5; многозвучный, звучный, звучащий 4; всеохватный, широкий, свободная речь 4; вечен, бессмертен 3; ясен, прозрачен 3; прекрасен, прекрасный 3; точный, всех точней, самый точный 3; нежный 3; яркий, солнечный, многоцветный, самоцветный 4; простой 3; язык Пушкина, Ленина, Некрасова, Толстого 3; дар бесценный, драгоценный 2; всенародный 2; бескрайний, разливанный, безграничный 3; чарующий, таинственный 2; вечно юный, извечно молодой 2; прямой 2; советский 2; замечательный, неизменный, близкий, понятный, дорогой, благословенный, горький, пространный, сердечный, тверд, гибок, сильный, сочный, живой, живучий, октябрьский, негасимый, прямой, недвусмысленный, богатый, самородный,

обычный, разливанный, коренной, упрямый, дерзновенный, гордый, орловско-курский, царственный, нецарский, рабочий.

По данным анализа поэтических произведений ядро концепта «русский язык» отражают эпитеты: родной 13, великий 11; ближнюю периферию составляют эпитеты могучий 7, свободный 6, чистый 6; к дальней периферии относятся эпитеты: певучий 5, яркий, звучный 4, широкий 3, вечный 3, безграничный 3. Остальные эпитеты характеризуются низкой частотностью, следовательно, отражают крайнюю периферию.

Из анализа стихотворений видно, что в них представлена любовь поэтов к родному русскому языку, который предстает *могучим, великим, свободным, разнообразным, певучим, мелодичным*.

Средством языковой объективации концепта выступают и различные художественные, публицистические тексты.

Анализ высказываний выдающихся писателей о русском языке (сборник «Писатели о русском языке») позволяет выделить следующие когнитивные признаки:

1. Родной язык игнорируется: «Когда же мы попадем в свою колею? Когда будем писать прямо по-русски?» А.А.Бестужев-Марлинский.
2. «Как материал словесности, язык славяно-русский имеет неоспоримое преимущество перед всеми европейскими». А.С.Пушкин.
3. Преимущество русского языка перед европейскими: «Дивной вязью он (народ) плел невидимую сеть русского языка, яркого, как радуга, задушевного, как песня над колыбелью, певучего и богатого». А.Н.Толстой.
4. Богатство русского языка: «...русский язык неисчерпаемо богат и все обогащается с быстротой поражающей». А.М.Горький.
5. Требования чистоты, ясности, точности языка: «Старайтесь... быть как можно проще и яснее в деле художества». И.С.Тургенев.

Исследование показывает, что в интерпретационном поле можно найти самые разнообразные суждения и оценки, часто противоречивые, но представляющие в полном объеме признаки концепта.

И.Г.Кожевникова

Динамика развития концепта СПОРТ

Традиционно считается, что слово «спорт» происходит от старофранцузского «desporter», что означало «отвлекаться от работы». Однако, если углубиться в историческое развитие человечества как биологического вида, то можно усомниться в столь скромной роли спорта в жизни общества.

Н.И. Пономарев (1970), известный теоретик и историк спорта, считает, что человеку, чтобы выжить нужны были ловкость, быстрота, сила и выносливость. Однако не только желание выжить стимулировало развитие физической активности homo sapiens, но и воспроизвести себе подобного. Как отмечают Н.Р. Ермак, Р.А. Пилоян, А.Д. Суханов, «производство самого

человека необходимо понимать гораздо шире, чем просто деторождение... Важно было сделать так, чтобы рожденное потомство, беря все лучшее от предков, было более совершенным, чем родители» (1999, с.29). Именно это построило определенную систему отбора претендентов на брачные отношения, в основе которой были упорные тренировки, соревновательная деятельность и стремление к достижению результата, который позже будет назван «спортивным результатом».

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

Однако необходимо отметить, что состязательные игры также имели место, но они носили либо ритуально-мистический характер (сборы на охоту, подготовка к возможному нападению врага и др.), либо являлись игровой деятельностью индивидов.

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

Возникновение в 776 году до н. э. Олимпийских игр показало, что физическая соревновательная деятельность, вышла за рамки родоплеменных отношений и стала средством урегулирования межгосударственных конфликтов. У концепта «спорт» появляются новые значения: соревновательная деятельность, направленная на достижение высших результатов, средство дипломатии и развлекательное зрелище.

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

Такое понимание значения концепта сохранялось до начала XIX века и нашло отражение в английских фразеосочетаниях, существующих в языке и в настоящий момент: *in sport* – в шутку, *to make sport of* – высмеять, *what a sport* – как весело! Глагол *(to sport)* переводился, как «играть», «веселиться», «резвиться».

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

Такое понятие, первоначально входящее в ядро концепта «спорт», бытовало в России более 30 лет. По исследованиям Л.А.Осокина и А.В. Потапова только в 1924 году Г.А. Дюперрон в своей работе «Краткий курс истории упражнений» дал принципиально новое определение лексеме

«спорт», которое весьма близко к современному понятию (Осокин, Потапов, 1988, с.43).

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

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

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

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

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

Такая трактовка лексемы «спорт» вскрывает некоторые существенные когнитивные признаки современного содержания данного концепта, которые определяют самостоятельность концепта «спорт» как когнитивной единицы: достижение максимально доступных результатов, наличие видов спорта, не связанных с двигательной активностью (шахматы, шашки) или связанные с недостаточной двигательной активностью (пулевая стрельба), наличие видов спорта, использование которых в качестве средств физической культуры затруднено (бобслей, прыжки на лыжах с трамплина, прыжки с шестом и др.) или экстремальные виды спорта опасные для жизни (фристайл, могул, сноуборд), резкое возрастание роли внутренировочных и внесоревновательных факторов, стимулирующих эффективность спортивной деятельности: сложный и дорогостоящий спортивный инвентарь, диагностическое оборудование, специальное питание, сложные организационные формы подготовки соревнований, престижность функции спорта, его интернациональный характер, использование спорта в политических и идеологических целях.

Основными признаками концепта «Физическая культура» являются - непрофессиональный характер занятий, отсутствие необходимости получения

спортивной квалификации, необязательность регулярных тренировок, общеукрепляющая цель занятий. Исходя из этого, можно сказать, что из концепта «спорт» к началу XX века выделился новый концепт «Физическая культура», который имеет ряд свойственных только ему признаков, что позволяет считать его самостоятельной когнитивной единицей. Понятийное ядро данного концепта является значение –«спорт для всех».

Таким образом, в русской современной концептосфере концепты «спорт» и «физическая культура» стали разными, самостоятельными концептами, имеющими разную языковую объективацию, разное когнитивное содержание. Это говорит о том, что в словарях специальной лексики они должны толковаться раздельно: необходимо указывать их дифференциальные признаки, свойственные современному языковому и когнитивному мышлению.

Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2000.

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

Кун Л. Всеобщая история физической культуры. М., Радуга, 1982.

Ермак Н.Р., Пилюя Р.А., Суханов А.Д. Кому нужны чемпионы... М., 1999.

Пономарев Н.И. Возникновение и первоначальное развитие физического воспитания. М., 1970.

О.Н. Ракитина

ПОЛЕ и СТЕПЬ как русские культурные концепты

В предлагаемой статье рассматриваются «поле» и «степь» как концепты русской культуры на материале сказок, пословиц, загадок.

В фольклорных текстах предстает чисто народное сознание и мироощущение, далекое от элитарной культуры, насыщенной заимствованиями, поскольку указанные фольклорные жанры статичны и мало подвержены изменениям. Источником материалов исследования послужили «Народные русские сказки» А.Н. Афанасьева, пословицы, поговорки и загадки из сборника В. Даля «Пословицы русского народа» и загадки из сборника Д. Садовникова «Загадки русского народа».

Анализ концептов «поле» и «степь» показывает, что они обнаруживают некоторые общие признаки. Это, в первую очередь, их пространственные характеристики.

Элемент рельефа. Лексемы «поле» и «степь» обязательно включены в контексты, перечисляющие основные элементы рельефа в фольклорных

текстах: *А Иван-царевич направился в подводное царство; видит: и там такой же свет, как у нас; и там поля, и луга, и роицы зеленые, и солнышко греет* (3; 2,187). Этот признак чаще актуализируется в контекстах, содержащих лексему «степь» (23% и 4%).

Место, где происходит перемещение. По полю и степи пролегает дорога: *Доезжает до того места, что деревьев не стало больше – извивается дорога по чистому полю...* (3; 2,249). *Идет он дорогою ... идет полями чистыми, степями раздольными и приходит в дремучий лес* (3; 2,199). Это единственный признак, который с одинаковой частотностью актуализируется в контекстах употребления обеих лексем (7,5% и 7,7%).

Большое пространство. Поле и степь характеризуются как «широкое» пространство, подчеркивается горизонталь: *Едет купеческий сын по полю чистому, раздолью широкому* (3; 2,408). *...едут месяц, и другой, и третий, и заехали в пустынную широкую степь* (3; 1,300). *В степи простор, в лесу угодье* (1; 2,14). Намного чаще происходит актуализация этого признака в контекстах употребления лексемы «степь» (12% и 2%). Общим признаком концептов 'поле' и 'степь' является их основное специфическое свойство по сравнению с остальными элементами рельефа – **ровное, открытое пространство**: *... стрелок дальше поехал... из темного леса в чистое поле....* (3; 3,351). По признаку открытости, гладкости, плоскости поле и степь противопоставлены лесу и горам: *Родился в чистом поле, а умрешь в темном лесу* (1; 1,134). *Днем горами, а ночью полями (постель)* (2; 44). *...а впереди того леса была чистая степь верст по крайней мере на десять* (3; 3,270). Как видно из приведенных примеров, рассматриваемый признак имеет большую частотность в контекстах употребления лексемы «поле» (16,5% и 3,8%).

Поле и степь служат **пастбищем** для домашних животных: *Пришли девицы в чистое поле буренушку пасты* (3; 1,152). *Поле не меряно, овцы не считаны, пастух рогатый (звезды, месяц)* (1; 3,638). *«...ступай, там на степи пасется стадо волов...»* (3; 1,330). Этот признак с примерно одинаковой частотностью актуализируется в контекстах употребления обеих лексем (поле – 9,9%, степь – 7,7%).

Место сельскохозяйств. Указывается, что в поле пахут и сеют, жнут, молотят рожь, пшеницу, сажают горох, репу, косят сено: *Потом приказал ему: за ночь поле вспахать и бороновать, пшеницу посеять, сжать, обмолотить и в амбар убрать* (3; 2, 206). *Приходит Ванька в поле, смотрит – а какой-то мальчик репу роет...* (3; 2, 256). *Красно поле рожью, а речь ложью (т.е. красным словом)* (1; 1,384). *Месяц новец днем на поле блеснул, к ночи на небо слетел (серп)* (2; 1770; *Все поле в сережках (овес)* (2; 197). (15,7%). Только один пример косвенно указывает на производство сельскохозяйственных работ в степи: *На кургане варгане стоит курочка с серьгами (овес)* (1; 2, 658). (3,8%).

Концепты «поле» и «степь» обнаруживают общий признак, высвечивающий отношение к ним людей – **«место, противопоставленное дому, необитаемое, пустынное»**: *Доезжает королевич до того места, что деревень не стало больше – извивается дорога по чистому полю...* (3; 2,249).; *...заехали они в дикую степь, раскинули палатки и ожидали, не увидят ли*

кого... однако через три года никого не видали (3; 3,317). Вот собака ходит себе по чистому полю, а домой идти боится... (3; 1, 66). В ту же минуту выкололи Тимофею глаза, вывели его за город и оставили в чистом поле (3; 2, 85). «Что вы, братцы, в такой дикой степи остановились?» (3; 3,317). В степи и жук мясо (1; 3, 458). Чаще этот признак актуализируется в контекстах употребления лексемы «степь» (6,8% и 27%), что естественно следует из роли степи в русской истории.

Специфическими для концепта «поле» являются следующие семантические признаки.

Открытое пространство с отдельно растущими деревьями: Привозил его конь в поле чистое к кудрявой березе, а опричь той кудрявой березы на поле нет ни лесинки. (3; 3,41). ... в чистом поле есть сырой дуб, под тем дубом глубокий погреб (3; 2,310). Не белая березонька в поле качается, шелудивый с плешивым считается (3; 3, 311). Во поле поленском стоит дуб веретенский; бока пробиты, ядро говорит (колокольня) (1; 1,90).

Поле – **ровное, гладкое** пространство, где нет никаких помех движению стремительному и безудержному: Ну где поймать буйный ветер на поле, ясна сокола в поднебесье? (3; 2, 297). Весело коням, когда скачут по полям (1; 3,407). (...) Только уйдет от меня Рыба в море Да ветер в поле (комар) (2; 252). Поэтому там «гуляют» богатыри: И стал Алеша на возрасте, учал у отца-матери просить благословеньца: ехать-гулять во чисто поле (3; 3,16). В чистом поле 4 воли: хоть туда, хоть сюда, хоть инакова (1; 3,408). В этих примерах уже просматривается значение «вольный, свободный».

В результате абстрагирования от конкретных, реальных атрибутов признака «Ровное, гладкое, пустое место» возникает еще один связанный с ним признак концепта «поле» – «Условное место». Лексема «поле» в этом значении используется для обозначения любого пространства, детали которого не релевантны, а важен лишь предмет речи: Лежит в поле лошадиная голова (3; 1,84). На поле Арском, на рубеже татарском 2 орла орлуют, одним языком балуют (крестины) (1; 1,627). В чистом поле две трубы трубили, два соболя играли (лицо, нос, рот, глаза) (1; 1,630); некий ограниченный фрагмент пространства: На поле-полище стоит теремище; в том теремище сусло и масло, скорбось и бодрость, и веселье, и смерть недалеко (кабак) (2; 163). Это пространство достигает крайней степени условности в загадках типа: Стоит в поле столб: этого столба ни перейти, ни переехать, хлебом не отманить, деньгами не откупить (смерть) (1; 1,633). (16,5%).

Место, где растет трава. ... приплыл корабль в иную землю, где кошек никто и не видывал, а крыс да мышей столько было, как травы в поле (3; 2, 161). И трава в поле виноватого выдает (1; 1,376). Маленько, зелененько, все поле укрыло (весенний дуг) (2; 200). (1,1%).

Место обитания животных. В поле встречаются медведи: Идет Иван-царевич чистым полем, попадаетея ему медведь (3;2,336); волки: Обиседеся Задонский князь Дмитрий Иванович; мало – бежит по чисту полю стадо серых волков (3; 3,41); лисы: После того дятел с собакою пустились в поле и повстречали лисицу (3; 1,67); зайцы: Русак (заяц) поле любит (1; 3,630). птицы: Собачка бегае по полю, ловит птичек-воробышков (3; 3,340); летают

пчелы: *Сито горновито по полю летало, по-татарски лепетало (пчела) (2; 223). (3,3%).*

Поле как огороженное место. Этот признак концепта связан с признаком «Место сельхозработ», так как огораживались обработанные участки: *Поле-то с угородом, а слово-то с уговором (1; 2,687). Поля стеклянны, межи деревянные (окно и рама) (1; 2,569). (0,9%).*

Источник материальных благ. В поле собирают ягоды: *Это нашего поля ягода (1; 3,274). Там охотятся на зайцев и птиц, ставят сети: В одно время взял он (охотник) ружье, надел сумку и пошел в поле. Недолго ходил, застрелил зайца... (3; 2,300).. И пошел он в поле, взял с собою тенеты и поставил их (3; 2, 32). (2,5 %).*

Место, где происходят сражения. В поле сражаются армии, происходят поединки богатырей и битвы с чудищем. *Взадь пошла рать-сила могучая по чистому полю (3; 3,42). Съехались они в чистом поле, широко раздолье; бой недолго длился: Иван купеческий сын убил арапского королевича (3; 2,410). Съезди в поле чистое; убей чудище о трех головах... (3; 2,114). Солдату умереть в поле, матросу - в море (1; 1,99). (11%).*

Место отдыха. В поле не только ищут приключений и сражаются богатыри, но и просто гуляют на чистом воздухе разные персонажи сказок: *Она (аяга-баба) приказала большой ...Лутоньку сжарить, а сама ушла в поле гулять (3; 1,181). В некое время вышел Иван солдатский сын в чистое поле прогуляться (3; 1,356). (1,3%).*

Место, где осуществляется казнь. В поле казнят злодеев: *«...взять их обоих, привязать к конским хвостам и пустить в чистое поле; тут им и казнь!» (3; 3,349). «Возьмите Огненного царя, отнесите в чистое поле и разорвите на мелкие части!» (3; 2,112). (4,6%).*

Волшебное место. В поле происходит случайная встреча и общение с волшебным помощником: *Видит посеред поля костер горит...в нем змея корчится и горит на каленых углях... а сама кричит ему человеческим голосом... (3; 3,345); ...дурак пошел в чистое поле... свистнул молодецким посвистом, гаркнул богатырским покриком: «Сивка-бурка, вещая каурка! Стань передо мной, как лист перед травой» (3; 3,340). Уехал себе в поле, опять влез своему коню в одно ушко, в другое вылез и стал такой же дурак каков был прежде... (3; 2,15). В поле живут мифические существа – баба-яга: Стоит в чистом поле избушка на куриных ножках и повертывается... (3; 2,100); «нечистый дух»: «увидишь в чистом поле палаты белокаменные; в тех палатах живет твоя старшая сестра Луна... живет с нею нечистый дух» (3; 3,333), чудища: «А слышал я, что есть в чистом поле чудище о шести головах...» (3; 2,140). Наконец, в поле скрыты сокровища: «Хорошо, ступай в чистое поле: в чистом поле есть сырой дуб, под тем дубом глубокий погреб, в том погребе множество и золота, и серебра, и камня драгоценного» (3; 2,310). Поле выступает как живое существо: *Лес видит, а поле слышит. (14,4%).**

Примечание [АК1]:



Мы выделили два признака концепта «степь», не свойственные концепту «поле».

Ориентир, мера пространства. Степь служит показателем дальности расстояния, ориентиром: *«Меня яга затащила за те горы за крутые, за те леса за темные, за те степи за гусиновые...»* (3; 1,107). (3,8%).

Отдаленное пространство. Отдаленность степи подчеркивается временем, которое нужно, чтобы ее достичь: *«...едут месяц, и другой, и третий, и заехали в пустынную широкую степь* (3; 1,300). Иногда на это указывается прямо: *«Эх, братцы, сад стоит в степях, в даях...»* (3; 1,273). (15,3%)

Анализ концептов «поле» и «степь» позволил сделать следующие выводы. Частотность употребления в тексте лексемы «поле» и многочисленность семантических признаков соответствующего концепта говорит о его большей востребованности, распространенности. Поле и степь имеют общие признаки: элемент рельефа, место передвижения, большое, открытое, ровное пространство, пастбище. Но и здесь интересные акценты расставляет частотность актуализации этих признаков в тексте: для концепта «степь» это элемент рельефа, отдаленное и большое пространство, для концепта «поле» – открытое, ровное. Основные различия обнаруживаются в связи с использованием человеком указанных пространств. Поле оказывается источником материальных благ, местом сельскохозяйственных работ, огороженным местом, местом, где происходят сражения, казни, отдых и чудеса; оно задействовано во всех аспектах жизни людей – хозяйственной, политической, личной и религиозной. Все эти черты отсутствуют или крайне слабо представлены в образе степи. Поле оказывается, таким образом, местом преимущественно своим, концепт «поле» насыщен коннотациями, преимущественно положительными. Степь предстает чужим пространством, знакомым, но не освоенным, признаки концепта «степь» имеют преимущественно объективный характер.

Пословицы русского народа: Сборник В. Даля в 3-х т. М., 1993.

Загадки русского народа: Сборник Д. Садовникова. М., 1996.

Народные русские сказки А.Н. Афанасьева. В 3-х томах. М., 1957.

Г.В. Киселева

АД и РАЙ в русской концептосфере

Одной из центральных в христианской культуре является оппозиция *рай – ад*, отражающая дуалистичность представлений человека о загробной жизни.

Свободный ассоциативный эксперимент, проведенный среди студентов Борисоглебского пединститута (всего опрошено 200 человек), позволил

определить актуальное содержание концептов *рай* – *ад* и описать их ментальные модели.

Ад представлен в сознании как внеземной локус, где обитает душа человека после смерти, царство тьмы и мрака, место обитания нечистой силы (реакции *черт, дьявол, сатана, бес* и др.). Пространство ада насыщено деталями (*огонь, костер, дым, жара, смола, котел, сковорода* и др.). Являясь местом вечных мучений, ад вызывает чувство ужаса, страха (реакции *ужас, страх, мука, боль*), отрицательную морально-этическую оценку (реакции *грех, зло, плохо, мерзость*). Для средневекового человека интенсивные отрицательные эмоции были вызваны ожиданием суда, кары господней, возмездия за совершенные в земной жизни грехи. Можно полагать, что для современных молодых носителей языка связь между чувством ужаса, страха и идей наказания уже прервана: реакции, именующие отрицательные эмоции, высокочастотны, реакции, эксплицирующие идею кары, единичны (*кара, наказание, страшный суд, расплата* – всего 10).

Отсутствие в концептосфере идеи посмертного возмездия может объясняться и архетипичностью нашего сознания, сохранением в нем славянских дохристианских (языческих) представлений о потустороннем мире (Трубачев 1996, с. 7).

Ассоциативный эксперимент показал, что, в отличие от чувственно-образной картины ада, в сознании носителей языка существуют две относительно самостоятельные концептуальные картины рая – рая небесного как внеземного локуса и рая земного. Рай небесный четко локализован (реакции *небо, небесный, лазурь, голубизна, облака*), является средоточением света, солнца, тишины, обителью Бога, ангелов (реакции *Бог, Иисус, ангел, серафим, дух* и др.). Пространство рая небесного слабо атрибутировано. По замечанию С. С. Аверинцева, блаженство рая заметно превышает возможности человеческой фантазии (Аверинцев 1990, с. 453). Картина рая земного представлена прямыми номинациями локуса (*сад, Эдем* – 55 реакций). Многочисленные "чувственные" реакции делают картину зримой, осязаемой, наполненной запахами (*цветы, цветение, дерево, райские кущи, зелень, птицы, водопад, вода, море, легкий ветер, свежесть, аромат, благоухание*). Основные обитатели райского сада – *Адам* и *Ева* (22 реакции). Почти отсутствуют ассоциаты, воплощающие идею первородного греха (единичные реакции *змей, яблоко, искушение, изгнание*).

Рай земной и рай небесный, по данным эксперимента, сопровождаются сильными положительными эмоциями (*блаженство, счастье, любовь* и др.) и положительной коннотацией (*красота, чистота, добро, гармония*).

Наличие двух картин рая, имеющих общее базовое чувственное ядро, позволяет полагать, что концепт *рай* имеет сегментную структуру.

Рай и ад принадлежат к особому типу концептов-конструктов, которые не имеют референтов в реальной действительности, однако в ментальном мире современного человека они представлены в виде чувственных, эмоционально окрашенных картин, на которые наслаивается "культурная память" народа – устоявшаяся система социально и национально обусловленного знания, передаваемого от поколения к поколению. О специфике славянского

мировидения ада свидетельствуют, в частности, реакции, именующие персонажей. Если *дьявол* и *сатана* (22 реакции) как культурные концепты вводят нас в мир европейской культуры, то концепт *черт* (90 реакций, преимущественно в форме множественного числа) отражает связь с глубинными пластами народной славянской культуры (Степанов 1997, с. 853).

Аверинцев С. С. Рай // Мифологический словарь / Гл. ред. Е. М. Мелетинский. М., 1990.
 Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. М., 1997.
 Трубачев О. Н. Рай // Русская словесность. – 1996. - № 3.

М.В. Шаманова

Категория ОБЩЕНИЕ **в русском коммуникативном сознании** (по данным направленного ассоциативного эксперимента)

Под коммуникативным сознанием следует понимать «совокупность коммуникативных знаний и механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека» (Попова, Стернин, 2002, с. 29).

Для выявления содержания концепта в сознании носителей языка используются экспериментальные методики. Нами было проведено исследование категории *общение* методом направленного ассоциативного эксперимента.

Испытуемым задавался вопрос: *Общение - какое?* Предлагалось письменно дать пять реакций. Время на выполнение задания не ограничивалось.

В эксперименте принимало участие 243 человека, из них - 106 мужчин, 137 женщин, 135 человек в возрасте от 20 до 30 лет, 108 человек в возрасте от 31 до 60 лет.

Всего в ходе эксперимента получено 1174 реакции. Сходные по смысловому содержанию ассоциаты обобщались. Приведем реакции, встретившиеся не менее 5 раз.

Результаты эксперимента
 (цифры означают процент испытуемых, давших соответствующую реакцию)

Общение - интересное, увлекательное 33, деловое, служебное, профессиональное 31, приятное, приносящее удовольствие 31, дружеское 28, полезное, продуктивное, результативное 18, интимное 18, веселое 17, неприятное 16, бесплодное, бесполезное, бессмысленное, пустое 14,

доверительное, искреннее, откровенное, открытое 12, безынтересное, скучное 11, вынужденное, нежелательное 11, длительное 10, познавательное 10, доброе, доброжелательное, дружелюбное, теплое 9, вербальное, словесное 9, невербальное 9, необходимое, нужное 7, близкое, тесное 7, групповое, коллективное 7, враждебное, агрессивное, злобное 6, письменное 5, грубое, некультурное 5, волнующее, эмоциональное 4, духовное 4, случайное 4, короткое, кратковременное 3, официальное 3, серьезное 3, устное 3, взаимное, двустороннее, обоюдное 2, грустное, несветлое 2, изнурительное, утомительное, трудное 2, культурное 2, непосредственное, непринужденное 2, поучительное 2, раздражающее 2, жизнерадостное 2, информативное 2, компьютерное, через сеть интернет 2, по интересам 2, спокойное 2.

Анализ полученных результатов позволяет выделить следующие смысловые (семантические) зоны (термин Ю.Н. Караулова), объединяющие типичные для языкового сознания признаки, понятия:

- типы общения: *дипломатическое, интеллигентное, на высшем уровне, неофициальное, неформальное, служебное, по долгу службы, профессиональное, деловое* и др. (выделяет 70% испытуемых);
- выражаемые взаимоотношения: *располагающее, снисходительное, строгое, терпеливое, уважительное, учтивое, враждебное, агрессивное, злое, доброе, мягкое, дружеское, доверительное* и др. (67%);
- познавательная ценность общения: *безынтересное, неинтересное, скучное, нудное, заинтересованное, интересное, увлекательное, увлекающее, сверхинтересное, любопытное, малоинтересное* и др. (48%);
- оценочная характеристика общения: *негативное, отрицательное, плохое, неприятное, положительное, позитивное, хорошее, классное* и др. (48%);
- характер общения: *навязчивое, настойчивое, активное, бурное, в темпе, светлое, скорое, оживленное, изнурительное, утомительное, спонтанное, случайное, принудительное* и др. (47%);
- эмоциональная характеристика общения: *радостное, веселое, шутовое, милое, безудное, холодное, волнующее, эмоциональное, грустное, несветлое* и др. (44%);
- результат общения: *безрезультативное, бесплодное, бесполезное, непродуктивное, неразумное, ненужное, пустое, конструктивное, плодотворное, успешное, полезное, продуктивное, результативное, выгодное* и др. (37%);
- цель общения: *воспитывающее, дающее информацию, для поддержания разговора, выгодное, познавательное, обучающее, развлекательное* и др. (18%);
- виды общения: *вербальное, звуковое, словами, речевое, невербальное, жестами, мимическое* и др. (18%);
- участники общения: *между двумя людьми, групповое, коллективное, массовое, один и несколько собеседников, одностороннее, двустороннее* и др. (16%);
- продолжительность общения: *временное, длительное, длинное, долговременное, долгое, долгосрочное, затянувшееся, продолжительное, короткое, кратковременное, краткое, краткосрочное, мимолетное* (15%);

- условия протекания общения: *интимное, конфиденциальное, личное, наедине, тет-а-тет, один на один, с глазу на глаз* (14%);
- партнеры по общению: *с детьми, с воображаемым собеседником, с книгой, с незнакомцем, с природой, с животными, с птицами, со старыми людьми, с фронтовыми друзьями, сам с собой, с друзьями, с любимым человеком* и др. (13%);
- содержание общения: *многостороннее, насыщенное, поверхностное, содержательное, серьезное* и др. (12%);
- характеристика общения по используемым средствам: *вульгарное, грубое, некультурное, нецензурное, диалектное, жаргонное, красноречивое, культурное* (10%);
- видовые разновидности общения: *беседа, разговор, диалог* (3%);
- круг общения: *узкое, широкое* (0,8%);
- место общения: *перед аудиторией, в институте, в компании, за чашкой кофе, под пиво* (0,2%).

Среди выделенных смысловых зон можно выделить ядерные и периферийные.

К ядру относятся следующие зоны: типы общения, выражаемые взаимоотношения.

Ближнюю периферию составляют зоны: оценочная характеристика общения, эмоциональная характеристика общения, характер общения, результат общения. Дальнюю периферию представляют зоны: цель общения, виды общения, участники общения, продолжительность общения, условия протекания общения, партнеры по общению, содержание общения, характеристика общения по используемым средствам; крайнюю периферию - видовые разновидности общения, круг общения, место общения.

Анализ выделенных смысловых зон позволяет сделать вывод, что некоторые признаки общения остались за рамками результатов направленного ассоциативного эксперимента, несмотря на достаточно большое количество опрашиваемых. Это такие, например, признаки, как: характеристика речи по громкости, характеристика качеств человека в отношении к общению, коммуникативные умения и некоторые другие. Выявление этих и других признаков возможно при использовании других экспериментальных методик (метода субъективных дефиниций, подбора симиляров и оппозигов к ключевым лексемам, репрезентирующим концепт).

Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира. Воронеж, 2002.

Караулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Этнокультурные исследования языкового сознания. М., 2002.

Лексемы КУЛЬТУРНЫЙ/НЕКУЛЬТУРНЫЙ в лексикографических источниках

Проблема объективации концептов *культурный/некультурный* в русской национальной концептосфере очень важна и требует детального семантико-когнитивного анализа данных концептов.

Эти концепты обычно связаны в общественном сознании с нормами поведения и общения в обществе, речевой грамотностью, культурой отношений между людьми. Такое понимание отражено в семантическом пространстве русского языка, а значит, в значениях соответствующих лексем, репрезентирующих концепты *культурный/некультурный* в русском языке.

Для исследования языковой репрезентации концепта выбраны ключевые лексемы, включенные в лексикографические источники, и все семемы, их составляющие.

Обратимся к Толковому словарю живого великорусского языка В.Даля. В нем отсутствуют ключевые лексемы *культурный/некультурный*, но наблюдаются однокоренные лексемы: *культура*—обработка и уход, возделывание, возделка //образование, умственное и нравственное; говорят даже культивировать; культиватор-скоропашка. Вербализация концептов *культурный/некультурный* отсутствует в связи с невостребованностью данных понятий русским коммуникативным сознанием того времени.

В Толковом словаре под ред. Д.Н.Ушакова (М., 1938) слово *культурный* определяется так: 1. Прил. к *культура*. *К. уровень*. В области культуры, связанный с областью культуры. *К.революция*. 2. Стоящий на высоком уровне культуры, усвоивший культуру, образованный. *К.человек*. Соответствующий требованиям культурности, запросам культурного человека. *К.обстановка*. *К.но (нареч.) вести себя*. 3. Занимающийся просветительной работой. *К.комиссия*. 4. Прил. по знач. связанное с культурой в 4 знач.(с.-х.). *К.яблоня (в противоп. дикой)*. *К.площадь земли (земельный участок, пригодный для обработки)*. 5. Подвергшийся обработке, возникший вследствие работы человека (спец.). *К.слой земли*.

Концепт, репрезентируемый в данном словаре лексемой *культурный*, представлен также производными от лексемы *культура* слово-образовательными единицами: существительными (*культиватор, культпоход, культработник, культура, культурник, культурничество, культурность*), прилагательными (*культурнический, культурно-исторический, культурно-просветительный*), глаголом (*культивировать*). Лексическое значение существительного *культура* в этом словаре определяется таким образом: 1.Совокупность человеческих достижений в подчинении природы, в технике, образовании, общественном строе. *История к.* 2. То или иное состояние общественной, хозяйственной, умственной жизни в какую-нибудь эпоху, у какого-нибудь народа, класса. *К.древнего Египта*. 3. То же, что культурность.

Высокая к. 4. Разведение, возделывание, обработка (с.-х.). *К. льна*. 5. Разводимое, культивируемое растение (с.-х.). *Масличные* к. 6. Лабораторное выращивание бактерий; полученная таким путем колония бактерий (бакт.). *К. холеры*. 7. перен. усовершенствование, высокое развитие. *К. голоса*. *Физическая* к.

Значение лексемы *некультурный* в данном словаре не толкуется.

В Словаре русского языка С.И.Ожегова (М., 1984) также определяется только значение лексемы культурный при отсутствии лексемы некультурный.

Культурный—1.Относящийся к культуре. *К. уровень*. 2. Находящийся на высоком уровне культуры, соответствующий ему. *К. общество. К-но (нареч.) обслуживать*. 3. Ведущий просветительную работу *К. комиссия*. 4. Разведенный, обработанный человеком, не дикий. *К. слой земли*.

Концепт *культурный* репрезентируется в словаре такими словообразовательными единицами: существительными (культпоход, культура, культуризм, культурист, культурность), глаголом (культивировать).

Как видно из приведенных выше словарных дефиниций, авторы анализируемых толковых словарей толкуют концепт *культурный* практически одинаково; в обоих словарях отсутствует лексема *некультурный*.

В Новом толково-словообразовательном словаре русского языка Т.Ф.Ефремовой (М., 2000) дано более широкое толкование анализируемых лексем, включаются новые семемы.

Значение прилагательного *культурный* определяется так: 1. Соотносящийся по значению с сущ. культура, связанный с ним. 2. Свойственный культуре, характерный для нее. 3. Достигший высокого уровня культуры, просвещенный, образованный // Отвечающий требованиям культуры, соответствующий запросам просвещенного человека // Обладающий определенными навыками поведения в обществе, воспитанный.

Словообразовательные единицы: культиватор (омонимичные значения—предмет и лицо), культивация, культивирование, культпоход, культпроп (в первые годы советской власти), культпросветработа (в СССР), культпросветработник (в СССР), культработа (в ССР), культработник (в СССР), культтовары, культура, культурист(ка), культуризм (поздняя семема), культрегер, культрегерство.

Прилагательные: культиваторный, культивационный, культмассовый, культурнический, культурно-бытовой, культурно-исторический, культурно-массовый, культурно-просветительный, культрегерский.

Лексема *культурно* толкуется как наречие, предикатив и как первая часть сложных слов.

Необходимо заметить, что некоторые лексемы в постсоветское время вышли из активного словоупотребления (культпроп, культуричество, культработник) и вошли в разряд устаревших, невербализуемых, т.к. они усвоены народом на рефлексивном, а не бытийном уровне, реально не функционируя в повседневном бытии народа.

Подробно рассматривается и ключевая лексема *некультурный*, имеющая широкий семный состав: 1. Отсталый, стоящий на низком уровне культуры. 2. Не имеющий культурных навыков // Не соответствующий правилам и

нормам поведения культурных людей. 3. Находящийся в естественном состоянии, не подвергшийся культивированию.

Однокоренные единицы: некультурно (наречие, предикатив), некультурность (сущ.).

Чтобы полнее представить концепт культурный в русской концептосфере, обратимся к Краткому толковому словарю русского языка (для иностранцев) под ред. В.В. Розановой (М., 1978): 1. Прил. к культуре. *Куровень населения*. 2. Находящийся на высоком уровне культуры, соответствующий ему. *К. человек*.

Нахождение данной лексики в толковом словаре русского языка, предназначенном для иностранцев, говорит об активной репрезентации концепта культурный в языке.

Антонимичные пары к лексемам культурный/некультурный не обнаружены (Словарь антонимов русского языка под ред. М.Р. Львова (М., 1984).

В Словаре синонимов русского языка под ред. З.Е. Александровой (Практический справочник. М., 1989) даны такие синонимические лексемы: культурный—цивилизованный, интеллигентный, просвещенный; некультурный—1. отсталый (несознательный). 2. грубый—невежественный, неучтивый, нелобезный, резкий, мужиковатый, хамоватый (разг.); неотесанный (разг.). Анализируя синонимы к лексемам культурный/некультурный, можно предположить, что они обозначают признаки, свойственные человеку как социальной единице, в частности, так и общественным, социальным явлениям. Синонимы к лексеме некультурный характеризуют душевный строй, образ мыслей, стиль поведения человека как члена общества. Развитая синонимия к исследуемым лексемам появляется лишь в позднейших словарях.

Исходя из анализа словарных дефиниций, можно сделать следующие выводы.

В словарях русского языка фактически представлены следующие значения концептов культурный/некультурный:

1. "Оценочное"—уровень развития областей общественно-интеллектуальных и производственных отношений.

2. "Нормативно-поведенческое"—уровень развития человека как индивида и его поведение в обществе.

3. "Качественно-результативное"—введенный в обычай, насажденный, выращенный.

Эти значения близки, взаимосвязаны, но не совпадают, т.к. они обозначают разные денотаты действительности. В русском языке концепты культурный/некультурный репрезентированы лексемами культура, культурно, окультурить и т.п., что позволяет говорить о широких возможностях вербализации данных концептов в различной частеречной форме.

В настоящее время концепты культурный/некультурный вербализуются регулярно, что свидетельствует об их возросшей роли как в когнитивном, так и в коммуникативном сознании народа.

Анализ лексической сочетаемости ключевых слов, вербализации интерпретационного и деривационного полей, экспериментальные исследования позволят полнее раскрыть содержание концепта.

З.Ю. Балакина, Н.А. Красавский

Словарная статья как материал для изучения эмоциональных концептов

В современном гуманитарном знании приоритетное место занимают лингвокультурологические исследования, в частности, работы, посвящённые изучению культурных концептов (В.И. Карасик, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, З.Д. Попова, M. Schwarz и др.). Вслед за лингвокультурологом В.И. Карасиком мы считаем правомерным выделение в структуре концепта трёх компонентов – собственно понятийного, образного и ценностного.

Важным материалом для лингвокультурологического изучения концептов, в частности концептов эмоций, является словарная филологическая статья. В её дефиниционной и экспликативной частях аккумулированы знания «наивных» носителей языка о том/ином явлении, их ассоциативно-образные представления о самых различных фрагментах мира. Составители толковых словарей (элитарные языковые личности!), опираясь на свою высокую лингвистическую компетенцию, предлагают наиболее типичные, высокочастотные речеупотребления имён концептов в том/ином этносе. Данные, заключённые в словарной статье (в особенности, в её экспликативной части), можно оценивать как достаточно надёжный источник лингвострановедческой, в целом социокультурной информации. В словарной статье представлена непосредственно сама картина мира, составляющими которой являются человеческий опыт, знания в различных областях деятельности Homo sapiens.

Сопоставительный анализ русско- и англоязычных словарных статей обнаруживает отличия в понимании концептов эмоций представителями разных социумов.

Н.М. Черепкова

Образовательная лексика в толковых и переводных словарях

Важность исследования лексики, связанной с «образованием», обусловлена многими причинами.

Первая причина. «Образование» - это одна из разговорных тем (Mots écolés) на уроках французского языка в средних учебных заведениях; на

вступительных испытаниях по французскому языку в Воронежский университет. L'enseignement en France et en Russie изучают на факультете романо-германской филологии как в рамках основного иностранного языка (французского) так и второго иностранного языка.

Вторая причина. В системе образования как во Франции, так и в России периодически проводятся реформы, которые влекут за собой не только изменения каких-либо структур, но и появление новых слов, чаще всего заимствованных из других языков. Последние пятнадцать лет в России идет процесс переименования средних учебных заведений, прежние школы, училища, техникумы стали называться *гимназиями, лицеями, колледжами*. Причем, колледжем называют как бывшие школы, так и техникумы. В высших учебных заведениях введена система двухуровневого обучения: *бакалавриат и магистратура*.

Третья причина. Толковые и переводные словари дают только приблизительные понятия о смысловом содержания языковых единиц, не передавая при этом точного семантического объема:

1. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. Толковый словарь русского языка	<u>Школа</u> , ж 1. Учебно-воспитательное учреждение, здание такого учреждения
2. Л.В. Щерба, М.И. Матусевич. Русско-французский словарь	<u>Школа</u> , ж – école f
3. Новый французско-русский словарь	<u>École</u> , f 1) школа (тж здание)
4. Dictionnaire de la langue française lexis. Larousse	<u>Ecole</u> , f 1. Etablissement où se donne un enseignement collectif. 2. Ensembles des élèves et du personnel de cet établissement.

Во французском языке слово école – это прежде всего начальная школа, что никак не соответствует значению слова «школа» в русском языке.

Необходим контрастивный анализ лексики, связанной с образованием и ее новое лексикографическое описание.

О.Ю. Яковлева

Разные миры, объективируемые сравнительными оборотами

Академическая грамматика русского языка выделяет две группы сравнительных предложений. Основанием для этого служит характер содержащихся в них высказываний. К первой группе относятся сравнения, уподобляющие то, о чем «говориться в главном предложении, тому, что действительно происходило, происходит и будет происходить». Вторую

группу составляют сравнения, которые сопоставляют то, что описывается в главном предложении, «с чем-то похожим, подобным, напоминающим сравниваемое, но при этом не только возможным, но и воображаемым и даже фантастическим» [1;57]. Необходимо заметить, что акад. В.В. Виноградов включал союзы сравнения в «разряд союзов с модальной окраской гипотетичности, ирреальности», вследствие чего мы можем предположить, что сравнительные союзы являются «окном» в возможные миры [2;86]. Выделение двух групп сравнительных оборотов послужило основанием для выделения «двух возможных миров в области образных сравнений: Мира реальных и Мира фиктивных аналогий» [1;58].

Предметом исследования в данной статье являются сравнительные обороты, описывающие характер вербализованных звуковых сигналов, которыми наполнен окружающий нас мир.

Человек на протяжении всей своей жизни погружен в атмосферу разнообразных звуков, он умеет распознавать эти звуки, улавливая их с источником, их порождающим. Мы знаем, что телега скрипит, пчела жужжит, листва шелестит. Вместе с тем, он сам – *homo loquens*, т.е. человек говорящий – ему привычны звуки своей и чужой речи. Воспринимая звуки, шумы и т.п. человек начинает сопоставлять услышанное с теми звуковыми сигналами, которые он слышал ранее, то есть с теми, которые составляют звуковую палитру его существования, и, которые, по его представлению, точно описывают признаки услышанного сигнала. Таким образом услышанные звуковые сигналы могут интерпретироваться с помощью вполне реальных ситуаций, которые «записаны» в его память.

1. Шуршание смолкло, поверх лопухов мелькнула привлекательно гладь пруда и серая крыша купаленки. Несколько стрекоз мотнулись перед Александром Семеновичем. Он уже хотел повернуть к деревянным мосткам, как вдруг шорох в зелени повторился, и к нему присоединилось короткое *сипение, как будто высочилось масло и пар из паровоза*. Александр Семенович насторожился и стал всматриваться в глухую стену сорной заросли. (М. Булгаков «Роковые яйца»)

Он протянул свою косматую обезьянью руку.

Он чего-то искал в темноте.

Раздался звук, *как будто выдернули гвоздь*, и потом страшная рука протянулась сквозь прутья.

В руке была небольшая дощечка.

- Возьми это. Там записано все.

(Ю. Олеша «Три толстяка»)

Сравнения, которые вводятся в данных примерах союзом «как будто», апеллируют к вполне реальным ситуациям действительного мира. Очевидно, герои уже переживали описываемые в сравнениях звуковые ощущения, а ситуация, случившаяся в действительности, лишь вызвала воспоминания о пережитом. Таким образом, человек обращается к тем звуковым краскам, которые накопились в его сознании в результате опыта.

Необходимо заметить, что несмотря на то, что ситуация, выступающая в качестве аналога звука, взята из мира действительности, человеку, не

имеющему опыта для предлагаемого сравнения, будет не просто услышать реальный звук. Так, читатель, никогда не слышавший звука, с которым паровоз выпускает масло и пар, не сможет представить себе характер того шипения, которое услышал герой повести Александр Семенович Рокк.

В этих примерах аналогии, выступающие в сравнительных оборотах, описывают те возможные, реальные звуковые сигналы, которые описывают и уточняют звуки, услышанные в действительном мире.

2. Следующие примеры представляют ситуации, в которых звуковой сигнал сравнивается с чем-то нереальным, вымышленным и даже фантастичным.

Он вздрогнул и уронил сапог: длинный жуткий звук возник над бухтой, то и вой, то ли визг, *словно черти проскребли по грешной душе ржавым ножом*. О господи, да это же просто люк открылся железный, прижавел люк... тыфу ты, в самом деле, даже в пот бросило! (А. и Б. Стругацкие «Обитаемый остров»)

Здесь мы видим, что сравнение, вводимое сравнительным союзом «словно», является вымышленным, нереальным и фантастичным. В действительности не существует чертей, скребущих ножом по душе, а следовательно, не существует и звуковых сигналов, производимых этими предметами. Но благодаря образным сравнениям звуки действительного мира приобретают большую выразительность и как бы «впитывают» характеристики, присущие возможным мирам.

Таким образом, звуковые сигналы иных, возможных миров, которые вводятся в повествование с помощью союзов сравнения, «накладываются» на звуковую палитру реального мира, обогащая и уточняя ее.

Бабушкин А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка /А.П. Бабушкин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001.

Виноградов В.В. О категории модальности и модальных словах в русском языке / В.В. Виноградов. Избранные труды. Исследования по русской грамматике. – М.: Наука, 1975.

Джабер Хассун Али, Тума Хуссейн

Арабские пословицы и поговорки о дружбе

Пословицы и поговорки широко употребляются во всех отраслях жизни всеми слоями населения арабских стран. Хотя в каждой арабской стране имеются свои пословицы и поговорки, очень много близких по форме и содержанию, а также много крылатых выражений, одинаковых для всех уголков арабского мира. Они напоминают об общности исторических и культурных корней арабов.

Основная масса общерабских пословиц и поговорок возникла в глубокой древности в гуще народной. Их создатели – безымянные творцы. Другая часть пословиц и поговорок генетически связана с сокровищницей арабской поэзии и прозы, с Кораном и Хадисами. Арабские филологи традиционно включают крылатые выражения из этих источников в сборники пословиц.

При этом одни и те же пословицы и поговорки могут одновременно звучать на общерабском литературном языке и на совсем не похожих друг на друга местных диалектах, различаясь, естественно, теми или иными лексическими и фонетическими особенностями. Великое множество пословиц и поговорок посвящено теме дружбы.

В них утверждается значение дружбы как одной из главных ценностей в жизни людей. В пословицах высоко ценится готовность пожертвовать всем ради друга.

- Дружба после вражды слаще халвы.
- Друг не ищет выгоды.
- Другу помогай хоть голосом.
- Имей друга в каждом городе.
- Старый друг лучше нового брата.

Достоинство человека определяется не количеством друзей, а преданностью настоящих друзей, которые в трудную минуту всегда оказываются рядом:

- Лучшая из вещей – новая, лучший из друзей – старый (ср.: Старый друг лучше новых двух).
- Друг, испытанный временем, лучше родного брата.
- По друзьям узнают и самого человека, о котором идет речь:
 - Твой друг – твоё зеркало.

Пословицы призывают к трогательному, заботливому отношению к другу, осуждают эгоизм и расчетливость в отношениях. Приведем одну необычную арабскую пословицу так, как она звучит в разных странах:

- Если бы твой друг был сладким, то не слизывай его всего (Ирак).
- Если бы твой дружок был медом, не слизывай его всего (Сирия).
- Если бы твой дружок был медом, не съедай его полностью.

Пословицы советуют быть бдительными в отношении коварных и вероломных «друзей», которые могут предать Вас, даже если Вы им делали добро:

- Тысяча друзей и ни одного врага.
- Кто передает тебе о других, тот передает другим о тебе.
- Не жди покоя от старого врага.

Высоко ценится в народных пословицах и поговорках доброта человеческой души, доброта искренняя, бескорыстная:

- Кто делает добро, встретит его.

С большой теплотой посредством ярких образных сравнений пословицы и поговорки говорят о добрых людях, которые о других заботятся больше, чем о себе:

- Как свеча, которая сжигает себя, но светит другим.
- Роза вянет, но её аромат всегда остается.

Профессиональное коммуникативное поведение

Вл.В.Инютин

Педагогическое общение в концепции Г.П. Федотова

Г.П.Федотов - один из выдающихся русских философов ушедшего века. Он известен своей оригинальной культурологической концепцией, социально-философскими взглядами, во многом предвосхитившими концепцию полиархии Роберта Даля. Г.П.Федотов предсказал многие современные общественные процессы, в том числе явление глобализации.

Он также создал оригинальную концепцию взаимоотношения учителя и ученика, в которой рассматривает дистанцию между учителем и учеником как важнейшую составную часть эффективного педагогического процесса. Для современной педагогики, философии и науки о педагогическом общении его взгляды представляют несомненный интерес и заслуживают внимания своей самобытностью, оригинальностью и несвязанностью с господствовавшими педагогическими концепциями.

Рассмотрим взгляды Г.П.Федотова на общение учителя и ученика. Как и любой философ, Г.П.Федотов рассматривает все явления общественной жизни, применяя какой-либо один общий принцип (или группу принципов), который принято называть концепцией. Поэтому, чтобы раскрыть федотовский подход к проблеме педагогического общения, необходимо изложить общие моменты его философской концепции. На первый взгляд может показаться, что у Г. Федотова нет завершенной философской системы: Подавляющее большинство его работ представляют собой публикации в различных эмигрантских журналах.

Главной темой статей Г.П.Федотова была судьба России в двадцатом веке и её роль в быстро меняющемся современном мире. Но сопоставительный анализ этих произведений между собой и с трудами других авторов позволяет за разрозненными публикациями, посвящёнными частным проблемам современного ему мира увидеть действие неких общих исходных принципов, которые автор использовал для изучения поставленных им вопросов. Таких принципов два: социально-

экономическое и политическое развитие общества представляет собой движение от состояния рабства к свободному обществу и взгляд на культуру как на главную цель развития общества. Причём приоритет здесь отдаётся именно культуре, которая, по мнению автора концепции, является интегрирующим началом для всех остальных сфер общественной жизни: Все остальные подсистемы общества взаимодействуют друг с другом через посредство культуры.

Г.П.Федотов, прежде всего, выступает, против концепций, в которых человек низводится до уровня простого элемента общественного механизма, обладающего ограниченным набором полезных обществу качеств. Главными объектами его критики становятся этатизм (в форме фашизма) и марксизм (в большевистском варианте).

Самому философу пришлось столкнуться, в первую очередь, с большевизмом, который является логичным итогом развития русской радикальной социально-политической мысли. Ещё в годы обучения в Воронежской гимназии он читал много сочинений Писарева, Чернышевского, Михайловского, а также труды Маркса. Кроме того, он участвует в работе тайного литературного кружка гимназистов, проходило обсуждение идей этих авторов. В конечном итоге к моменту окончания гимназии у Г.П. Федотова, как и у многих его сверстников, сложились устойчивые левые (социалистические) убеждения. Даже выбор будущей профессии определялся стремлением следовать марксистской схеме примата экономики над другими сферами жизни общества: Г.Федотов по окончании гимназии поступает в Технологический институт в Петербурге с целью содействовать развитию производительных сил страны и быть ближе к рабочему классу, хотя он был в гораздо большей степени гуманитарием, чем инженером.

Во время революции 1905 года Г.П.Федотов как активный член РСДРП был арестован, и лишь благодаря семейным связям избежал ссылки, которую ему заменили высылкой в Германию. Здесь будущий философ изучает историю в Берлинском и Йенском университетах. После возвращения из Германии он продолжает историческое образование на историко-филологическом факультете Петербургского университета. К тому времени в Петербургском университете сложился уникальный коллектив историков-медиевистов, оказавших сильное влияние на Г.Федотова. Его учителями были такие известные историки как И.М.Гревс, Н.П.Анциферов, С.И.Штейн и др. Серьёзное влияние на его взгляды оказали известный религиозный деятель того времени В.Карташев и философ А.А. Мейер.

Университет Г.П.Федотов заканчивает уже как специалист по истории средних веков и медиевистике. Первые его исследования как раз и были посвящены культуре средневековой Европы как основе современной ему европейской культуры. В качестве примера можно привести произведения Г.Федотова «Абеляр» и «Святой Мартин Туровский». В них главным предметом рассмотрения стало самосознание средневекового христианства. Эти же проблемы затрагиваются Г.П.

Федотовым в книге «Святые Древней Руси», где история русского православного христианства исследуется в контексте общеевропейской истории.

Таким образом, Г.П.Федотов испытал очень сильное влияние двух направлений в исторической науке «экономизма» (в частности марксистского типа) и медиевистики, под влиянием которой учёный стал воспринимать все исторические события глазами христианского мыслителя. Ему удалось примирить свои христианские убеждения и социально-экономический подход к исследованию общества. Синтезом этих направлений и стала его философская концепция. В этой концепции были реализованы два изложенных выше принципа. Нас в данной статье будет интересовать, прежде всего, их применение в педагогике.

Хотя у Г.Федотова и нет специальных статей по проблеме педагогического общения, но философ много писал о закономерностях развития системы образования, которая представлена в его трудах как явление культуры. Взгляды Федотова на природу педагогического общения, таким образом, являются частью культурологической концепции Г. Федотова.

Одним из основных положений этой концепции является утверждение о том, что главным фактором развития культуры является творчество как процесс создания новых ценностей. Именно культура в таком её понимании является историческим заданием для каждого народа. В своей статье «Завтрашний день» Г.Федотов так раскрывает это положение: *«... высшее напряжение творчества народа (или эпохи), воплощённое в его созданиях или актах, оправдывает его историческое существование»* (Федотов 1992.- Т.2. - С.200).

Следующим положением, которое логически отсюда следует представлению о том, что главным субъектом истории является не государство, класс или нация, а человек как творческая личность: *«первой предпосылкой культуры является человек»* (там же).

Можно утверждать, что тема роли личности в истории является «сквозной» в его творчестве. Уже упоминавшиеся в начале работы произведения «Абеляр» и «Святые Древней Руси» посвящены именно великим творческим личностям. Главным объединяющим началом для культуры выступает некий, как его называет сам Г.П.Федотов, «общий фон», который включает в себя обычаи, традиции и соединённые усилия народа. Искрывающего определения этого понятия у самого Г.П.Федотова нет. В своей статье «Письма о русской культуре» он определяет его через другие понятия. На основании этих определений можно сделать вывод о том, что «общий фон» выражает сущность культуры, которая делает её отличной от остальных. В «общий фон», кроме того, могут входить сакральные моменты, причём особое внимание философ уделяет сакрализации знания в культуре средневековой Европы. В статье «Мысли по поводу Брестского мира» Г.П.Федотов выделяет две предпосылки такого отношения к знанию (Федотов 1992.-Т.1, с.47-49):

1. Средневековая культура-это культура книжная. Её смысловым центром является Библия как источник божественного откровения.

2. Языком, на котором общались между собой ученые этой эпохи, был латинский, а не национальные языки населявших её народов. Поэтому знания, унаследованные от античной цивилизации, были доступны лишь ограниченному кругу людей. Осознание этими людьми своей исключительности, избранности способствовало восприятию знаний как откровения.

Всё это приводило к тому, что знание стали уважать как таковое независимо от его вида (гуманитарное или естественнонаучное). Более того, по мнению философа, любая культура иерархична именно благодаря такому статусу знания. И педагогическое общение как явление культуры здесь не исключение.

Эффективное педагогическое общение возможно именно благодаря такой дистанции между теми, кто владеет знанием и остальными людьми. В результате любая система образования как часть культуры выстраивается по иерархическому принципу (Федотов Г.П. 1992. – Т.2. – С.213-215).

Отношения между учителем и учеником выстраиваются, по выражению Г.Федотова, по принципу «духовной иерархии», в которой более высокое положение занимает учитель как человек владеющий знанием. Поскольку основным мотивом ученика в данном случае является стремление к знанию как к величайшей ценности, то учитель обладает большим авторитетом как хранитель этого откровения. Философ считает, что овладение человеком духовными ценностями есть процесс восходящего движения по ступеням «духовной иерархии». При этом, чем больше дистанция между различными уровнями культуры, тем интенсивнее идёт процесс освоения её новых ценностей.

Великие деятели культуры выступают как раз в роли учителей целой нации. Это объясняет, почему Г.Федотов предаёт такое большое значение влиянию личности на ход истории. Особенно наглядно этот подход был продемонстрирован им в книге «Святые Древней Руси», где автор показал, как религиозные деятели Древней Руси своим личным подвижничеством определили на целые столетия специфику русского православия. (Федотов 1992. – Т.1. – С. 298-290)

Кроме того, иерархичность способствует образованию культурных центров, которые возникают как места, где работают учёные. В этих центрах происходит накопление знаний и с них начинается их распространение. В качестве примера философ приводит средневековые монастыри, университеты и Академию наук. Эти организации первоначально создавались именно как клубы избранных. Вот что сам Г.П.Федотов пишет по этому поводу: «...в отсталой и девственной невежественной стране нужно начинать с Академии наук, а не с народной школы. Таким путём шёл весь мир. Западная Европа имела «Академию» при Карле Великом, а народную школу лишь в XIX веке». (Федотов 1990).

Таким образом, в концепции Г.П.Федотова педагогическое общение основано на представлении о знании как сакральной ценности, а учитель

как человек обладающий знанием, должен вызывать уважение ученика. Именно дистанция между ними является основой для эффективного педагогического процесса. Может показаться, что изложенная здесь система отношений между учителем и учеником принадлежит к учениям восточного типа, в которых авторитет старшего (учителя в частности) непрекращаем. Но это не совсем верно. Нужно учитывать, что Г.Федотов христианский мыслитель. По христианским же представлениям человек есть образ и подобие Бога, то есть он представляет самостоятельную личность, способную на творческое преобразование мира и несущую ответственность за свои поступки. У Г.Федотова в его концепции эти принципы реализованы в полной мере, в то время как в восточных учениях личность не играет самостоятельной роли. Так, на пример, в конфуцианстве человек имеет значение лишь как представитель определенного клана. Вторым серьезным отличием является понимание свободы на Востоке и Западе. Для Востока быть свободным значит, в конечном итоге, отказаться от собственной личности (погрузится в нирвану как в буддизме). Для Запада же свобода означает, прежде всего, добровольное ограничение своих прав каждым человеком ради общего блага, что создаёт условия для самореализации личности. Именно такого представления о свободе и придерживается Г.П.Федотов (Федотов 1992. – Т.2. – С.213).

Для него свобода понятие отрицательное. Это, главным образом, свобода личности от государства и подобных ему объединений. Но свобода не абсолютная, а относительная, потому что полной свободы от государства в принципе быть не может. Философ понимает свободу как компромисс между личностью и государством. (Федотов 1992. – Т.1. – С.298-290)

Как видно, Г.Федотов придерживается традиционного для Европы понимания свободы. Поскольку любая культура является, по Г.Федотову, результатом творчества личностей, то логичным выглядит утверждение философа о том, что свобода необходимое условие развития культуры. Вот что пишет об этом сам философ: *«Культура, как высшая форма творчества, прежде всего, нуждается в свободе. Единство национальной культуры складывается из бессознательно ориентированного потока индивидуальных энергий, в которых каждое противоречие имеет свою ценность»* (Федотов 1992. – Т.2. – С.257)

Таким образом, Г.П. Федотов представил оригинальную концепцию педагогического общения. При исследовании данного вопроса он выступает совершенно независимо от своих предшественников, потому что исходит из других посылок. Ему удалось соединить в одной концепции, казалось бы, противоречащие друг другу подходы: Он, используя данные медиевистики, обосновывает утверждение о том, что культура как идеальное начало стоит выше других сфер жизни общества. При этом выстраивает теорию «духовной иерархии», по образцу которой должны выстраиваться отношения учителя и ученика.

С другой стороны, он вводит вполне современное представление о свободе, которое оказывается легко применимым в рамках его концепции. У Г.П.Федотова авторитет учителя и свобода ученика как самостоятельной личности не противоречат друг другу, поскольку речь идёт не о социальном неравенстве, а о «духовной иерархии», положение в которой определяется уровнем знаний человека.

Безусловно, несмотря на кажущуюся архаичность некоторых положений, данная концепция представляет несомненный интерес и для педагогики сегодняшнего дня. Современная педагогическая наука исходит из того, что ученики должны относиться к учителю как равному себе, но более опытному человеку. В этом случае педагогический процесс основан на партнёрских отношениях учителя и ученика. Этот подход получил название педагогики толерантности.

Принципы педагогики толерантности в её западном варианте в России не работают. Может сложиться впечатление, что русский менталитет - это менталитет восточного типа, которому принципиально чужда толерантность как принцип западной культуры. Но это не совсем верно. Просто в России из-за особенностей её исторического развития сохранились многие элементы, характерные для средневековых представлений о взаимоотношениях учителя и ученика. И на то есть объективные причины. Даже в конце прошлого столетия учитель в сельской местности выполнял не только свои непосредственные обязанности. К нему часто обращались за советом по важным вопросам сельской жизни. Зачастую он даже осуществлял непосредственное руководство селом. Поэтому учитель пользовался в российской глубинке уважением именно как человек, обладающий недоступными для большинства жителей села знаниями. Эти отношения очень хорошо описываются моделью Г.П.Федотова. Они также в основе своей толерантны, но эта толерантность выражается в своеобразной форме.

Федотов Г.П.. Завтрашний день // Г.П.Федотов. Судьба и грехи России: Избранные статьи по философии русской истории и культуры. – СПб., 1992.- Т.1-2.

Федотов Г.П. Святые Древней Руси // Г.П.Федотов. – М., 1990.

Н.И. Белоусов

Доминанты спортрепортажа

В XX веке отмечается бурное развитие языка спорта и расширение его влияния на литературный язык по всем основным линиям - лексической и грамматической.

Определенный интерес в этом плане представляет спортивный репортаж с формированием его так называемой лексической и грамматической доминанты.

Под лексической доминантой понимается ряд слов / словосочетаний, употребление которых ожидается в данном контексте. Здесь можно выделить несколько лексико-семантических полей:

места проведения соревнования - поле, стадион, дворец...

предметов спортивного назначения - мяч, шайба, клюшка, ракетка...

спортсменов / по видам спорта / - футболист, вратарь, хоккеист...

спортивных действий - удар, передача, бросок, бокс, сноуборд...

временных периодов состязания - тайм, период, сэт, раунд...

спортивной фразеологии, которая может быть как общеупотребительной, так и узкоспециальной - вне игры, один ноль, финишная прямая, первый раунд, летать в лаптях / в прыжках в высоту /, гнать картинку / в ручном мяче/.

Грамматическими доминантами выступают преимущественное использование настоящего и прошедшего времени / 95% /, номинативных предложений / Вбрасывание. Первое удаление /, синонимия времен / нарушает - нарушил правило /, смещение стилей /обокрал, пихнул, напортачил /, выдвигание на первое место сказуемого, что соответствует отображению быстроты событий / бьет Кравчук, бросает Петров /, частое использование неполных конструкций / мяч у Христича /...

Поскольку планирование и продуцирование речи спортрепортера идет параллельно, это часто приводит к речевым ошибкам:

коррэктный матч, особенно прекрасно играет Капустин, шокирует он / Якушев /, когда шайба у него, играют в коллективный пас, сыграть самому или индивидуально войти в зону, счет вырос до восьми-три, сорвалась и благодаря этого потеряла все и мн. др.

Сказанное выше ставит вопрос о необходимости целенаправленной речевой подготовки спортивных комментаторов, особенно в настоящее время, когда действует самостоятельно спортивный / седьмой / телеканал.

Е.А. Елина

Способы выражения негативной оценки произведения искусства

Произведение изобразительного искусства является особым типом артефакта, который рассматривается как визуальная семиотическая система со своими знаковыми элементами и правилами их употребления – изобразительным кодом (языком изобразительного искусства). “Художник передает в своем произведении сложное наглядное сообщение, которое приобретает смысл при интерпретации его замысла зрителем” [Жинкин, 162]. Другими словами, данный невербальный вид художественного творчества постигается субъектом посредством включения механизма восприятия

(рецепции), оценивается, переводится в вербальный код и таким образом интерпретируется.

Вербальные письменные интерпретации изображенных объектов (условимся называть так произведения изобразительного искусства) могут быть представлены в четырех типологических группах текстов:

- * специальные искусствоведческие тексты (в дальнейшем – ИскТ), как узко специальные, так и в той или иной степени популярные, авторы которых – профессиональные искусствоведы и критики;

- * тексты, созданные самими художниками на основании собственных и чужих живописных произведений (назовем такие тексты “авторскими” – АвтТ);

- * литературно-художественные тексты-интерпретации (ЛитТ), авторами которых являются создатели литературно-художественных произведений. В сюжетную ткань этих произведений тем или иным образом входит описание художественного полотна, причем полотно это может быть как реальным, так и вымышленным, интерпретировать его может как сам автор, так и любой из персонажей;

- * так называемые неспециальные (“наивные”) тексты (НесТ), составленные экспериментальным путем реципиентами-неспециалистами, дилетантами. Создание НесТ носит ограниченный, искусственный характер, так как у их авторов (в отличие от авторов профессиональных текстов) нет никакой иной цели, кроме исполнения предложенного экспериментатором задания.

Та или иная степень негативной оценки изображенного объекта, основанная на критике формальных (и содержательных) сторон изображения, в принципе свойственна всем названным четырем типам интерпретаций, хотя относительный объем их на фоне общего количества интерпретаций невелик, что естественно, так как оцениваются, как правило, объекты, ставшие достоянием культуры, признанные как факты искусства или “здесь и сейчас” становящиеся такими.

Это относится прежде всего к ИскТ, поскольку посвящены они как раз признанным феноменам искусства. Однако в некоторых случаях искусствоведческая критическая оценка может принимать негативный характер, базирующийся на профессионально-критическом аргументированном отрицательном взгляде интерпретатора на качество объекта, на те или иные его стороны (мы не задаемся целью определять меру справедливости и объективности этого взгляда), причем аргументированность – это обязательный принцип создания отрицательного ИскТ.

Негативная оценка ИскТ может касаться неудачного, по мнению интерпретатора, конкретного произведения конкретного художника или же какой-либо стороны его творчества, а может носить характер концептуального неприятия всего художественного направления, целостной стилистики. Примером первого интерпретационного подхода может служить ИскТ, посвященные портрету Шалапина (автор – К. Коровин) и картине “Новоселье”(К. Петров-Водкин):

ИскТ: ...по-своему он очень привлекателен, этот человек, но, правду сказать, это лишь домашний, отдыхающий Шаляпин, а не гениальный артист, потрясающий своих современников... Коровин отдавал себе отчет, что изображение крупных, сложных характеров – не его стихия [Каменский, 68].

ИскТ: *Последней большой картиной мастера стало полотно «Новоселье». Интересная по действию, по типичности персонажей, правдивая во всех своих деталях и частях, в целом картина все же кажется иллюстративно-повествовательной, потерявшей свойственную прежним произведениям мастера силу глубокого обобщения и романтической приподнятости* [Костин, 16].

Отрицание всего художественного направления, которое представлено в интерпретируемом объекте, демонстрирует ИскТ, дающий оценку “Черному квадрату” К. Малевича (и тем самым – супрематизму в целом):

...это уникальное произведение. Но эта уникальность, относящаяся не к художественному созданию, а к голой идее... Искусство здесь перестало быть искусством. «Черный квадрат» – не более чем черный квадрат, ни гениальный, ни посредственный – ибо исключает критерий художественности [Мочалов, 292].

В литературно-художественных текстах в тех случаях, когда отрицательный комментарий к картине дает персонаж-художник, автор ЛитТ должен имитировать реальную профессиональную оценку, поэтому выражение неприятия объекта в ЛитТ и АвтТ стилистически и даже содержательно оказывается сходным. Негативная оценка художника, как в ЛитТ, так и в АвтТ, отличается от таковой в ИскТ большей детализованностью, экспрессивностью, разговорным оттенком изложения:

ЛитТ: *Это облако у вас кричит: оно освещено не по-вечернему. Передний план как-то сжесан... А избушка у вас подавилась чем-то и жалобно пищит... надо бы угол этот потемнее взять* [Чехов, 357].

АвтТ: *...боюсь, что твой передний план не выдержит тяжести всего находящегося на нем – он может оказаться слишком перегруженным краской или некрепким и рыхлым, иначе говоря, вялым* [Ван Гог, 38].

АвтТ: *Картина Нестерова «На горах» могла быть хороша по идее... Но фигура девушки отчаянно пошла, поза неинтересно-манерна, лицо, как у плохих ангелов, с каким-то телячьим выражением* [Сомов, 58].

Отрицательная оценка в текстах-интерпретациях во многих случаях выражается ее автором как фиксация определенного недочета художника, мелкого ущерба, который, тем не менее, не лишает картину привлекательности, лишь несколько ее снижая:

ЛитТ: *Дэвид затруднился бы назвать эту работу шедевром: местами краска неровная...; в целом же изображение несколько статичное, ему недостает светлых тонов. И все же произведение это значительное, оно впечатляло...* [Фаулз, 124].

ЛитТ: *...при всем неумении его силой была точность... Рисунок печки, съехавшей в перспективе набок, был сух, но точен”; “Это был... пейзаж,*

очень красивый по тону, несколько тяжеловатый, но написанный с большим мастерством [Золя, 56].

Однако негативная оценка может заслонять все достоинства картины, и в некоторых случаях (в частных письмах, например) она никак не аргументируется, а выражается лишь в резко отрицательном, экспрессивно окрашенном оценочном суждении:

АвтТ: *Гоген мне очень понравился. Матисс же совсем нет. Его искусство – не искусство вовсе!"; "В Гоёе я окончательно разочаровался. Несомненно, очень любопытная фигура, но живописец дрянной"; "Патерсон, после того, как увидишь десяток его акварелей, тошнотворен. Мельвиль... очень плохо нарисован* [Сомов 1979:282].

Отрицательное отношение специалиста к изображению может быть, напротив, детально мотивировано, предельно точно и логично:

ЛитТ: *Посмотрите: ни одной черты нет верной. Эта нога короче, у Андромахи плечо не на месте: если Гектор выпрямится, то она ему будет только по брюхо. А эти мускулы, посмотрите... Вы не умеете рисовать* [Гончаров, 108].

В АвтТ встречается также негативная автооценка, которая также вербально немотивированна и отчетливо экспрессивна:

Кончена картина, сделанная кое-как... исключая фона, все: и волосы, и плечи, все это написано грязно. Все это мазя [Башкирцева, 219].

Чем больше я работаю, тем меньше она (живопись. – Е.Е.) мне удается. Все у меня выходит темно и грязно [Сомов, 82].

«Ночное кафе» кажется обычно мне дрянным и жутко уродливым... [Ван Гог, 394].

Негативные оценки изображенных объектов, данные в неспециальных текстах-интерпретациях (НесТ), отличаются произвольностью, случайной (часто ложной) мотивированностью (что вообще характерно для непрофессиональных текстов), категоричностью суждения. Негативно оцениваются детали картины (А. Дейнека, "Парижанка"), которые в специальном тексте определенно получают высокую оценку (например, особенности колорита, нестандартная внешность модели):

НесТ: *На картине изображена женщина в красном на бордовом фоне. У меня она никаких эмоций не вызывает. Во-первых, смотреть на нее не слишком приятно, так как красный цвет раздражает. Во-вторых, сама девушка не отличается ни красотой, ни выразительностью. На мой взгляд, работа ничем не примечательна.*

Все приведенные примеры демонстрируют четко обозначенное эксплицитное выражение отрицательной оценки изображенного объекта. Однако в определенных случаях эффективным оказывается имплицитный характер негативного (юмористического, сатирического) отношения интерпретатора к изображению, что достигается "как бы" отсутствием оценки. Такой текст выполняет, в частности, задачу создания эффекта "очуждения", "остранения", при котором произведение искусства рассматривается (самим автором – лирическим героем или от лица персонажей литературного

произведения) как нечто необычное, непонятное, ни на что не похожее, “чужое” для восприятия:

Нарисована была голая женщина, гнойно-красного цвета... Рот – сбоку, носа не было совсем, вместо него – треугольная дырка, голова – квадратная, и к ней приклеена тряпка – настоящая материя. Ноги, как поленья, – на шарнирах. В руке цветок... Картина называлась “Любовь” [Толстой, 42].

Специально обозначенное название изображения, явно не связанное с визуальным рядом, еще больше подчеркивает “очужденность” изображенного. Цель таких описаний – передача имплицитным способом ироничного, в целом негативного отношения автора или героя к изображению, не выраженного непосредственно в описании, но ощущаемого в подтексте.

Таким образом, выражение негативной оценки изображения, будучи индивидуально-авторским способом создания характеристики изображенного объекта, тем не менее строится на основе типологических особенностей данной группы интерпретаций и подчинены решению общих типологических задач.

Башкирцева М.К. Дневник. – М.: Молодая гвардия, 1991.

Ван Гог В. Письма. – М.; Л.: Искусство, 1966.

Гончаров И.А. Обрыв. – М.: Современник, 1982.

Жинкин Н.И. Язык. Речь. Творчество. – М.: Лабиринт, 1998.

Золя Э. Творчество // Собр. соч.: В 18 т. – М.: Правда, 1957. – Т.2.

Каменский А.А. Вернисажи. – М.: Сов. худ., 1974.

Костин В.И. Кузьма Петров-Водкин. – М.: Сов. худ., 1986.

Мочалов Л.В. Пространство мира и пространство картины. – М.: Сов. худ., 1983.

Сомов К.А. Мир художника. – М.: Искусство, 1979.

Фаулз Д. Башня из черного дерева. // Иностранная литература. – 1979. – № 3.

Чехов А.П. Попрыгунья // Собр. соч.: В 12 т. – М.: Правда, 1985. – Т.7.

Е.А. Елина

Подписи на картинах и их функция в искусствоведческих интерпретациях

При восприятии произведения изобразительного искусства его название и само изображение предстают перед субъектом-зрителем или одновременно, или (что вероятнее) изображение воспринимается несколько раньше, чем подпись под ним. В этом случае название (как и указание на авторство и год создания) не играет превосходящей роли (хотя затем, при длительном и внимательном анализе могут помочь ориентировать в сюжете). А в *тексте*-интерпретации как в темпоральном линейном произведении восприятие

субъектом-читателем атрибутов и затем – описания зрительного ряда разворачивается *последовательно*, во временной протяженности, и тогда атрибуты картины, как ее элементы, заявленные ранее зрительного ряда, несут антиципирующую нагрузку.

Название – самым существенный непластический атрибут картины представляет собой “заявление” темы картины. Названия произведений изобразительного искусства для определения их роли в создании и восприятии текстовых интерпретаций могут рассматриваться подобно анализу заголовков в литературно-художественных текстах – в плане возможности прогнозирования семантики произведения. Заголовок литературного текста можно определить как целостный и относительно автономный метатекстовый знак, представляющий свой текст по принципу “часть вместо целого”. Названия картин выполняют сходную функцию, но “сверткой” текста, “частью вместо целого” относительно картины их можно назвать лишь условно, так как текст названия подан в принципиально другом языковом коде, это не “свернутый” живописный код. Однако названия картин, как и заголовки литературных произведений, поддаются типологической классификации и соответствующему типологическому описанию, которое проводится нами на основе собранного интерпретационного материала для выяснения антиципирующей роли каждого из типов названий.

По семантике означаемого все названия произведений изобразительного искусства условно можно разделить на семь типов с возможными подтипами; в какой-то мере эти типы можно связать с понятием “хронотопа” (по М.М. Бахтину), который позволяет объединить тексты по общим пространственно-временным признакам и свидетельствует о жанре текста – объекта:

Первый тип – “событие”:

- а) *бытовое*: “Сватовство майора” (П. Федотов), “Урок анатомии доктора Тюлпа” (Рембрандт), “Кутеж трех князей” (Н. Пирсменишвили) и т. д.;
- б) *историческое*: “Утро стрелецкой казни” (В. Суриков), “Смерть Марата” (Ж. Давид), “Последний день Помпеи” (К. Брюллов) и т. д.;
- в) *мифологическое*: “Явление Христа народу” (А. Иванов), “Падение Икара” (П. Брейгель), “Похищение Европы” (В. Серов) и т. д.;
- г) *фантастическое*: “Купание красного коня” (К. Петров-Водкин), “Пылающий жираф” (С. Дали), “Глаз как шар” (О. Редон) и т. д.

Второй тип – “предметы и явления”:

- а) *адресные* (с указанием места и времени): “Вечер. Золотой Плёс” (И. Левитан), “Руанский собор вечером” (К. Моне), “Гамбургский порт” (А. Марке) и т. д.;
- б) *безадресные* (без указания места и времени): “Пейзаж с озером” (К. Коро), “Персики и груши” (П. Сезанн), “Черный квадрат” (К. Малевич) и т. д.

Третий тип – “место и время” (без указания предметов, явлений и лиц): “После обеда” (О. Ренуар), “В кафе” (П. Гоген), “На горах” (М. Нестеров) и т. д.

Четвертый тип – “персона”: “Девушка с веером” (О. Ренуар), “Портрет А.П. Струйской” (Ф. Рокотов), “Автопортрет с трубкой” (Г. Курбе) и т. д.

Пятый тип – “символ, аллегория”: “Невермор” (П. Гоген), “Апофеоз войны” (В. Верещагин), “Атомная Леда” (С. Дали) и т. д.

Шестой тип – “условность”: “Картина 1” (П. Мондриан), “Импровизация № 7” (В. Кандинский), “Без названия” (Р. Магрит) и т. д.

Седьмой тип – “комбинация” (различное смешение 1–6 типов): “Портрет стула” (В. Ван Гог) – комбинация 2(а) и 4 типов, “Персей и Андромеда” (П. Рубенс) – 1(в)+4 типы, “Игроки в карты” (П. Сезанн) – 1(а)+4 типы и т. д.

По степени *информативности* и, следовательно, возможности *прогнозирования семантики* произведений перечисленные типы названий распадаются на 4 группы, условно названные как существенно ориентирующие; ограниченно ориентирующие; никак не ориентирующие; дезориентирующие.

Первый тип (событие) может быть *существенно ориентирующим* в подпункте (б) – историческом событии, которое прямо заявлено в названии: “Расстрел повстанцев в ночь на 3 мая 1808 года” (Ф. Гойя), “Петр Первый, допрашивающий царевича Алексея Петровича в Петергофе” (Н. Ге) и др. Остальные подтипы 1-го типа названий можно определить как *ограниченно ориентирующие*, так как в любом из подтипов обязательно остается неполнота информации об объекте: можно с той или иной долей вероятности предполагать, что именно стоит за такими названиями, как, например, “Масленица” (Б. Кустодиев), “Поцелуй укладкой” (О. Фрагонар), “Ночной дозор” (Рембрандт) и т. д.

Второй тип названий (предметы и явления) с его двумя подтипами может относиться как к существенно ориентирующей группе, так и к ограниченно ориентирующей. Достаточно полная, *существенно ориентирующая* информация содержится в многочисленных названиях этого типа: “Черемуха в стакане” (К. Петров-Водкин), “В тропическом лесу. Битва тигра и быка” (А. Руссо), “Бульвар Монмартр” (К. Писарро), “Подсолнухи” (В. Ван Гог) и др. К *ограниченно ориентирующей* группе относятся такие названия этого же, 2-го типа, как: “Сумерки” (А. Васнецов), “Ужин” (Л. Бакст), “Утро” (Б. Кустодиев), “Абсент” (Э. Дега) и др.

Третий и пятый типы названий (место – время; символ – аллегория) можно определить только как *ограниченно ориентирующие*: названия 3-го типа неизбежно не полны из-за отсутствия в них грамматических субъекта, объекта и предиката (это синтаксически неполные предложения): “За обедом” (З. Серебрякова), “У папаши Ляпоиля” (Э. Дега), “В горах” (М. Сарьян). В названиях 5-го типа обязательно заложены обобщения, что существенно снижает их информативность: “Эхо прошедшего времени” (К. Сомов), “Капризы памяти” (С. Дали), “Знамя Мира” (Н. Рерих) и др.

Существенно ориентирующие названия свойственны четвертому типу классификации (персона), если представляются портреты конкретных людей: “Портрет жены брата художника” (Рембрандт), “Портрет актрисы Жанны Самари” (О. Ренуар), “Портрет А.С. Пушкина” (О. Кипренский), “Мика Морозов” (В. Серов) и пр. Но если названия портретов не включают в себя такого рода дополнительные ориентиры (имена, фамилии, профессии, степени

родства и т. д.), тогда название носит *ограниченно ориентирующий* характер, так как в нем отмечается лишь какой-либо признак, не дающий полной информации об изображенном: “Девочка с персиками” (В. Серов), “Дама с горностаем” (Леонардо да Винчи), “Неизвестная” (И. Крамской), “Портрет польской девушки” (А. Модильяни) и др.

Ограниченно ориентирующей является часть названий последнего, седьмого типа – комбинации, не имеющая четкой установочной информации: “Над вечным покоем” (И. Левитан) – комбинация 3-го и 5-го типов, “Демон” (М. Врубель) – комбинация 1-го (в) и 5-го типов. Другую часть названий этого же седьмого, смешанного типа, по достаточно высокой степени их информативности можно отнести к *существенно ориентирующей*: “Жанна Авриль, выходящая из “Мулен-Руж” (А. Тулуз-Лотрек) – 1(а) и 4 типы, “Кающаяся Мария Магдалина” (Тициан) – 1-го (в) и 4-й типы и т. д.

Группа *дезориентирующих* названий достаточно мала (как показывает наш материал), так как у художника не может быть задачи создания “эффекта обманутого ожидания” (в отличие от возможности такого эффекта в литературном тексте, художник рассчитывает на одновременное восприятие субъектом картины и названия, поэтому ожидания как такового нет). В случае использования автором названий такого рода необходимо обращение к зрительному ряду картины как антитезы названию для выяснения сущности дезориентации: “Прекрасная Анжель” (П. Гоген) – портрет женщины с подчёркнуто некрасивым, маскообразным лицом; “Завтрак аристократа” (П. Федотов) – жанровая сценка, изображающая скудный, убогий быт и жалкую трапезу опустившегося дворянина; “Каникулы Гегеля” (Р. Магрит) – изображение зонтика и стоящей на нем рыбки и т. д.

Никак не ориентирующие названия свойственны всему шестому типу – условному, так как “Композиции”, “Рисунки”, “Импровизации”, обозначенные номерами, или декларированные отсутствия названий (“Без названия”) в принципе не могут создать никакой антиципирующей установки на восприятие объекта. Кстати, такой же тип заголовков – хотя крайне ограниченно – встречается и в литературе, например: “Без заглавия” (А.П. Чехов); “Как же называется эта книга?” и “Эта книга никак не называется” (Р. Смаллиан); “Несобранные произведения” (М.И. Цветаева).

Опираясь на классификацию возможных типов названий произведений изобразительного искусства, можно заключить, что они могут быть полезны для подкрепления текста-интерпретации, если существенно ориентируют в изображенном *историческом, фактическом* событии, *предмете* и *месте*, в *портрете* (давая *биографические* сведения о лице), в *аллегории* (поясняя скрытый авторский замысел). Основной объем названий (ограниченно ориентирующие) могут задавать общее направление интерпретациям, сразу же *ограничивая* общий *тематический, сюжетный, идейный круг* и “отсекая” от него все неподходящие жанровые и сюжетные варианты. Такая ориентация является целесообразной для более эффективного восприятия интерпретационного текста, создавая у субъекта определенную психологическую и информационную установку на такое понимание картины, которое выполняло бы задачу самого художника (название – это тоже

“произведение” художника, и от его содержательности в определенной степени зависит и общая подготовленность субъекта к восприятию картины и к тексту о ней).

Гендерное коммуникативное поведение

Е.А.Зацепина

Наблюдения над гендерной спецификой концептов **ВЕЖЛИВОСТЬ, ГРУБОСТЬ** в русском сознании

Целью данной работы является выяснение актуального содержания концептов "грубость", "вежливость" в русском гендерном коммуникативном сознании.

Для достижения поставленной цели была применена методика рецептивного эксперимента в форме анонимного анкетирования. Двум группам испытуемых (каждая из которых работала изолированно и только с одной лексемой) предлагались бланки следующего содержания:

1. Грубость (вежливость) – это... (метод субъективной дефиниции)
2. Подберите слово, близкое по значению.
3. Подберите слово, противоположное по значению.

Время работы не ограничивалось (почти всем участникам эксперимента для заполнения инструкции требовалось около 5 минут). Фиксировался пол и возраст испытуемых. Всего в эксперименте приняло участие 300 человек, из них 221 девушка и 79 юношей. Все испытуемые являются студентами 1-5 курсов БГПИ дневного и заочного отделения.

Эксперимент показал, что опрашиваемые не испытывали трудности при ответах на вопросы. Некоторые затруднения вызвало первое задание (2 человека не смогли дать субъективное определение *вежливости*). Во втором и третьем задании большинство давали 2 и более реакций.

Метод субъективных дефиниций позволил выявить реальное содержание исследуемых концептов в сознании носителей русского языка. При обработке результатов сходные субъективные дефиниции обобщались, а их частотность суммировалась.

В результате анализа субъективных дефиниций были получены следующие признаки концепта *вежливость* (реакции даются с указанием количества упоминаний данного признака всеми испытуемыми; указаны все реакции, в том числе и единичные: *культурность, культурное обращение с людьми 22, умение правильно вести себя в обществе во всех жизненных ситуациях 22, доброжелательное отношение к окружающим 21, знание правил общения и*

этикета, соблюдение приличий 21, тактичность, корректность в отношениях с людьми 20, уважительное отношение к окружающим 19, хороший тон, манеры 17, хорошее отношение к другим 16, воспитанность, качество воспитанного человека 15, помощь в трудных ситуациях, отзывчивость 13, употребление вежливых слов, умение правильно говорить 9, сдержанность, способность держать себя в руках 9, приветливый человек 8, положительное качество человека 8, умение правильно общаться 6, форма поведения 5, не употреблять грубых слов 4, пунктуальность, аккуратность 3, понимание 2, умение обходиться с дамами 2.

Единичные реакции: *мягкость в общении, ответственность, отсутствие грубости, адекватное поведение, терпимость, состояние души, интеллигентное отношение, умение выйти из конфликтной ситуации, образованность, приятный человек, этикет.*

Таким образом, вежливость для современного русского человека – это положительное качество характера, которое проявляется в актах общения и поведении человека в общественных местах (многие испытуемые указывали конкретные формы проявления вежливости: уступить место в автобусе старшему, перевести бабушку через дорогу, говорить вежливые слова, здороваться, не повышать голоса и т.д.).

Испытуемые, когда давали субъективные дефиниции абстрактным словам *вежливость, грубость*, часто просто описывали человека. Кстати, в большинстве толковых словарей русского языка словарные дефиниции данных лексем отталкиваются от значений имен прилагательных *вежливый, грубый*. В соответствии с этим концепт *вежливость* связан в русском сознании с образом идеального вежливого человека, доброжелательного, культурного, воспитанного, умеющего находиться в обществе, знающего правила общения и этикет, с вниманием относящегося к окружающим.

Обобщение материала, полученного в результате проведения эксперимента, позволяет выявить следующие компоненты значения слова *грубость* в русском коммуникативном сознании: *неуважение к окружающим 40, жестокость по отношению к другим, злость 25, невоспитанность, невоспитанный человек 23, унижение человека в словесной форме, употребление грубых слов 21, агрессивность, проявление силы, насилие 20, невежественное отношение, некультурность 16, плохое, негативное отношение 15, резкость, жесткость по отношению к окружающим 14, отрицательное качество человека 14, наглое, хамское отношение к окружающим 13, небрежное, бесцеремонное обращение с другими 12, недоброжелательное отношение, черствость 12, невежливое отношение 7, бестактное отношение, поведение 9, несдержанность в любых ситуациях 6, повышение голоса 5, неумение общаться 3, неспособность найти общий язык с окружающими 3, негативное поведение 2, отсутствие понимания 2, неучитивое отношение 2, неадекватная реакция 2, неуважение старших 2.*

Единичные дефиниции: *беспринципный человек, не позволивший человеку поведение, нарушение норм поведения, отталкивающий человек, неприятный на ощупь предмет, гадость в общении, проявление своей слабости, ответная реакция на раздражение, отсутствие вежливости,*

отсутствие ласки и любви, попытка выразить себя, безразличие, пошлое отношение.

Таким образом, *грубость* выступает как отрицательное качество человека, реализующееся в виде грубых слов (оскорблений, ругательств) и грубых поступков, часто агрессивных и жестоких. *Грубость* в сознании носителей русского языка представлена образом грубого человека, которого можно наблюдать в повседневной жизни. Это невоспитанный, бесцеремонный человек, не уважающий окружающих, употребляющий грубые слова, который может прибегнуть к физической силе.

В коммуникативном сознании испытуемых концепты дифференцируются по гендерным признакам. В целом *вежливость* характеризуется как положительное качество человека, доброжелательное, уважительное отношение к окружающим, корректность, воспитанность, а *грубость* определяется как негативное качество человека, с неуважением относящегося к другим.

Для мужчин более значимыми признаками *вежливости* являются умение вести себя в обществе, доброжелательное отношение к окружающим, сдержанность, спокойствие во всех ситуациях; женщины выделяют такие качества, как культурность, уважение в отношениях между людьми. Кроме того, были отмечены индивидуальные признаки, встретившиеся только у мужчин (умение обходиться с дамами, образованность) и женщин (хороший тон, манеры, обходительность).

Гендерная специфика при определении *грубости* проявляется в том, что в женском коммуникативном сознании доминируют такие признаки, как неуважение, невоспитанность, жестокость по отношению к другим; в сознании мужчин *грубость* представлена большим количеством единичных признаков и связана прежде всего с применением физической силы и употреблением грубых слов. Кроме того, мужчины определяли *грубость* как неспособность найти общий язык с окружающими, проявление злости, а женщины – как несдержанность, неуравновешенность, бесцеремонность в обращении, отсутствие понимания.

Эксперимент по подбору синонимов (симиляров) дал следующие результаты (ниже приводятся реакции, встретившиеся не менее двух раз):

Грубость: *хамство 54, жестокость 48, неуважение 38, злость 36, невоспитанность 34, невежество 34, наглость 22, резкость 18, бестактность 17, черствость 13, жесткость 13, оскорбление 13, нахальство 10, агрессивность 9, невежливость 9, ненависть 8, дерзость 6, насилие 5, несдержанность 5, бескультурье 5, неотесанность 4, небрежность 4, обида 4, неучиивость 2, неуравновешенность 2, унижение 2, дурость 2, тирания 2, зрюиомость 2, неприязнь 2, ярость 2, пошлость 2* (всего 460 единиц).

Более значимыми признаками *грубости* для женщин является невоспитанность и бестактность, а для мужчин неуважение и наглость. Кроме того, в женском коммуникативном сознании присутствуют такие качества *грубости*, как черствость, дерзость, ненависть, которые отсутствуют у мужчин.

Вежливость: *воспитанность 69, культурность 44, тактичность 44, учтивость 32, уважение 31, доброта 30, порядочность 20, отзывчивость 20,*

обходительность 19, образованность 17, доброжелательность 16, внимание 14, деликатность 8, этикет 6, приветливость 6, пунктуальность 5, нравственность 5, сдержанность 3, скромность 3, коммуникабельность 3, великодушие 3, честность 2, аккуратность 2, сердечность 2, добродушие 2, понимание 2, любовь 2, благодарность 2, интеллигентность 2, оборотистость 2, простота 2, милосердие 2, понимание 2 (всего 422 единицы).

Гендерная специфика проявляется в том, что в женском сознании доминируют такие признаки *вежливости*, как тактичность и культурность, а у мужчин – отзывчивость, учтивость, уважение.

Эксперимент по подбору антонимов (оппозитов) дал следующие результаты (ниже приводятся реакции, встретившиеся не менее 2 раз):

Грубость: *вежливость 59, доброта 47, нежность 37, ласка 36, уважение 34, мягкость 29, воспитанность 16, отзывчивость 13, доброжелательность 12, тактичность 8, забота 6, любовь 5, внимательность 5, порядочность 4, приветливость 3, добродушие 3, учтивость 3, благородство 3, почтение 2, доброжелательность 2, обходительность 2, культурность 2, аккуратность 2, дружелюбность 2, сердечность 2, понимание 2, терпеливость 2, лояльность 2, толерантность 2, уступчивость 2, самопожертвование 2, сочувствие 2 (всего 404 единицы).*

Гендерные различия: в мужском сознании *грубость* противопоставляется нежности, ласке, а у женщин антиподом выступает доброта и уважение. Кроме того, у мужчин встретились оппозиты (любовь, благородность), не отмеченные у женщин.

Вежливость: *грубость 90, хамство 44, невоспитанность 43, невежество 27, наглость 24, бескультурье 18, неуважение 16, бестактность 12, злость 12, нахальство 12, невежливость 6, необразованность 4, вульгарность 4, сквернословие 4, жестокость 3, неучтивость 3, дерзость 3, заносчивость 2, ненависть 2, вспыльчивость 2, невнимание 2, развязность 2, непорядочность 2 (всего 387 единиц).*

По степени важности ведущими для мужчин являются такие оппозиты, как хамство, наглость, нахальство, для женщин – невоспитанность и бескультурье (последний антоним отсутствует у мужчин).

Таким образом, концепты *вежливости* и *грубости* могут быть описаны по результатам эксперимента следующим образом:

Вежливость – это воспитанность 18 %, уважение 12 %, тактичность, корректность 10%, культурность 10%, отзывчивость 8%, доброжелательность 8%, учтивость 7%, мягкость 6%, обходительность 5%, образованность 3 %, нежность 2%, ласка 2%, умение вести себя в обществе 2%.

Грубость – это хамство 15 %, невоспитанность 12 %, невежество 12%, жестокость 11%, неуважение 9%, наглость 8%, злость 8%, бестактность 7%, агрессивность 5%, невежливость 5%, дерзость 3%, нахальство 2%.

Кроме того, слова *вежливость*, *грубость* в русском коммуникативном сознании имеют оценочное и экспрессивное значение. На это указывают признаки, имеющие положительно-оценочный и отрицательно-оценочный компоненты, а также экспрессивный компонент, который включен в

словарные дефиниции слов и реализует интенсивность признака (например, наглый – крайне нахальный, ненависть – чувство сильной вражды).

В данном исследовании мы представили результаты начальной стадии экспериментального лингвокогнитивного исследования концептов *вежливость*, *грубость*, которые позволяют выявить основные, наиболее яркие признаки данных концептов и помогут в дальнейшем построить когнитивные модели исследуемых концептов.

Возрастное коммуникативное поведение

Е.Б.Чернышова

Особенности проявления вежливости старших дошкольников в общении со сверстниками

Исследования показали, что вежливость дошкольников к сверстникам обычно ниже, чем к взрослым. "Если в контактах с взрослыми даже самые маленькие дети придерживаются определённых общепринятых норм поведения, то при взаимодействии с ровесниками дошкольники используют самые неожиданные и самобытные средства" (Развитие общения дошкольников со сверстниками, 1989, с. 125).

При общении со знакомыми ровесниками в различных речевых ситуациях дети используют стандартные, стилистически сниженные, эмоционально окрашенные и "детские" этикетные формулы.

В ситуации *приветствия, встречи* наиболее общеупотребительными являются:

- стандартная этикетная формула:
Здравствуй (4% зарегистрированных формул);
- стилистически сниженные формы:
Привет, приветик (67%);
Салют (3%);
- "детские" этикетные формулы:
О! Таня (Серёга) пришла (пришёл)! (11%);
Давай к нам! (9%);
Будешь с нами играть? (6%).

При приветствии сверстника-друга для 83% мальчиков характерно использование стилистически сниженных форм имён: "*Вован*", "*Колян*", "*Серый*". Употребление таких форм позволяет, по мнению мальчиков, выразить доброжелательность, присущую сдержанному мужскому приветствию.

Необходимо отметить и особенности проявления недоброжелательности дошкольников при приветствии в сфере общения с ровесниками: если ребенок

сегодня может не поздороваться со сверстником, объясняя: *"Я с ним не дружу!"*, то завтра громко и радостно приветствует его, обнимает, угощает чем-либо, приглашает поиграть.

В ситуации *процания* в основном используются:

- стандартная этикетная формула:

До свидания (4% зарегистрированных формул);

- стилистически сниженные формы:

Пока (69%);

Ну, давай (9%);

Привет (6%);

До завтра (6%);

Ну, давай, до завтра (4%);

Салют (2%).

В ситуации *благодарности* дошкольники употребляют следующие формулы речевого этикета:

- стандартные этикетные формулы:

Спасибо (78% зарегистрированных формул);

Благодарю (редко);

- стилистически сниженную форму:

Спасибочки (1%);

- "детские" этикетные формулы:

Ух, ты... (4%);

Ого, какая (какой)... (5%);

Вот здорово (6%);

Молодец (3%);

Спасибо, хочешь, я тоже тебе подарю (3%).

Наиболее часто встречающимися этикетными выражениями *угощения* являются:

- этикетная формула:

Угощайся (18%);

- стандартные "детские" этикетные формулы:

На, бери (44%);

Хочешь? (30%).

В ситуации *извинения* наиболее употребительными являются:

- стандартные этикетные выражения:

Извини (13% зарегистрированных формул);

Извини, пожалуйста (9%);

Прости (8%);

- стилистически сниженные и эмоционально - окрашенные формы:

Ой-ой, прости меня, пожалуйста! (4%);

У-у-пс, прости, а? (3%);

- "детские" этикетные формулы:

Извини, я больше так не буду (23%);

Я нечаянно (14%);

На, играй (9%);

Давай мириться (7%);

Я не хотел (5%);

Не дуйся, хватит (5%).

В ситуации просьбы дошкольниками применяются преимущественно такие типовые этикетные фразы:

- стандартные этикетные формулы:
Очень прошу... (14% зарегистрированных формул);
Если можно, дай мне... (10%);
Разреши мне... (3%);
- эмоционально - окрашенные формы:
Ну, пожалуйста, ну очень прошу... (32%);
Умоляю тебя... (4%);
- "детские" этикетные формулы:
Если не жалко, дай мне... (19%);
Если хочешь, давай поменяемся... (18%).

Особенностью "детского" этикета является пропуск соответствующих речевой ситуации этикетных формул и замена их контактными речевыми актами (например, в ситуации приветствия: *"О, Коляня пришёл!"*; *"Давай к нам!"*; *"Будешь с нами играть?"* или эмоционально-оценочными выражениями в ситуации благодарности: *"Ух, ты, какая машина!"*, *"На свой карандаш..."* *Классно он у тебя рисует!"*).

Немаловажен в таких случаях зрительный контакт с собеседником. По-видимому, именно зрительный контакт зачастую заменяет в общении дошкольников типовые этикетные формулы.

При извинении шестилетний ребёнок часто использует тактику уговоров и "детские" этикетные формулы:

Ну ладно...ну хватит...ну не плачь, слышишь?

Не плачь...а...ну я нечаянно...ну...я больше не буду...

Необходимо отметить и такую особенность детского коммуникативного поведения, как замену этикетных формул извинения на приглашение к совместной деятельности или компенсирование своего проступка игрушкой или сладостями:

...Ну, хватит...а...давай поиграем...;

...Ну, ладно..., хочешь конфетку...;

...Ну, хватит, хочешь, возьми мой самосвал...

Итак, при общении со знакомыми сверстниками стандартные этикетные формулы главным образом употребляются дошкольниками при выражении благодарности (*спасибо*), в ситуации извинения (*извини, прости, пожалуйста*) и просьбы (*очень прошу; если можно; разреши мне*). В основном же шестилетние дети используют стилистически сниженные, эмоционально-окрашенные и "детские" этикетные.

По нашему мнению, использование типичных для дошкольников «детских» и стилистически сниженных этикетных формул является следствием не только высокой эмоциональности и раскованности контактов шестилетних детей, но и несформированности коммуникативного сознания старших дошкольников.

Н.А.Лемякина

О формировании концепта «ссора» в коммуникативном сознании младшего школьника

Одним из способов выявления особенностей коммуникативного сознания младших школьников является определение содержания наиболее важных коммуникативных концептов. При исследовании используется метод субъективных дефиниций с последующим сопоставлением полученных данных с определениями толковых словарей.

Исследование содержания коммуникативного концепта «ссора» (см. в толковом словаре: 1) состояние взаимной вражды, размолвка; 2) взаимная перебранка) в коммуникативном сознании младшего школьника показало, что не все значения, выделяемые детьми, совпадают с системными.

Результаты исследования таковы (цифры отражают процент испытуемых, выделивших данное значение):

Значение	1 кл.	2 кл.	3 кл.	4 кл.
1. Размолвка	18	29	40	41
2. Перебранка	36	31	21	21
3. Ссора как процесс	22	19	23	26
4. Спор	9	7	7	6
5. Драка	6	12	7	6
6. Неправильное понимание	9	2	2	-

Исследование показало, что в содержании концепта «ссора» в сознании младших школьников имеются признаки, которые являются возрастными (спор, драка, ссора как процесс). Признак «ссора как процесс» представлен достаточно ярко, но отражает поверхностное представление и неумение детей сформулировать отличительные признаки ссоры. К 4-му классу исчезает непонимание значения слова «ссора», а значение «размолвка» постепенно вытесняет значение «перебранка».

Таким образом, исследование показывает, что коммуникативный концепт «ссора» к 4 классу в коммуникативном сознании младшего школьника в основном является сформированным с преобладанием когнитивного признака «размолвка».

Коммуникативный идеал учителя в сознании младшего подростка

При изучении коммуникативного поведения младших подростков (10-11 лет) мы провели исследование сферы общения «подросток-учитель», используя экспериментальную методику завершения неоконченной фразы. Учащимся 5-6 классов было предложено закончить следующие фразы:

1. Я люблю, когда учителя....
2. Я не люблю, когда учителя...
3. Учителя часто....
4. Учителя редко.....
5. Я уверен, что учителя...
6. Я хочу, чтобы учителя...

Целью данного исследования было познакомиться с представлениями младших подростков об идеальном учителе.

Всего было опрошено 43 человека.

Проанализировав опросные листы, мы получили следующие результаты:

1. Для продолжения первого предложения («Я люблю, когда учителя...») респонденты предложили 15 вариантов, 4 из них отмечают личностные качества учителя и возраст как положительное качество:

- Итак, «Я люблю когда учителя... - добрые 8;
- справедливые 3;
- любящие детей 3;
- молодые 2;

11 из данных вариантов положительно оценивают определённые действия:

- шутят 5;
- не кричат 5;
- хвалят 4;
- ставят хорошие оценки 3;
- устраивают праздники 3;
- не ругаются 3;
- понимают;
- помогают;
- ничего не задают.

2. Для завершения второго предложения ребята предложили 5 вариантов.

- «Я не люблю, когда учителя... - ругаются, сердятся, кричат 24;
- ставят двойки 17;
- задают много на дом 3;
- меня унижают 2;
- не могут правильно объяснить.

Как мы видим из результатов опроса, отрицательная оценка даётся действиям учителя, младшие подростки не выделяют отрицательных личностных качеств.

2. Для завершения следующей фразы было предложено 8 вариантов.

- «Учителя часто... -кричат (ругаются) 15;
 -злятся (нервничают) 2
 -бывают добрыми 2;
 -снижают оценки;
 -много задают;
 -бывают не справедливыми;
 -рассказывают много интересного;
 -шутят.

4. Фразу «Учителя редко...» респонденты продолжили следующим образом (14 вариантов): хвалят 4;

- задают мало 3;
 -бывают злыми 3;
 -бывают не справедливы 2;
 -ведут себя спокойно 2;
 -не понимают учеников 2;
 -ставят хорошие отметки 2;
 -кричат 2;
 -смеются (шутят);
 -помогают;
 -жалеют;
 -ставят плохие отметки;
 -бывают справедливыми;
 -хорошо относятся к ученикам.

Как мы видим, опрашиваемые отмечают, что учителя редко совершают позитивные действия (хвалят, помогают, жалеют).

5. Для завершения предложения «Я уверен, что учителя...» предложено 12 вариантов.

- «Я уверен, что учителя...-могут быть лучше (умеют быть добрыми) 9;
 -хотят для нас лучшего 6;
 -тоже были учениками и не любили делать д/з 2;
 -совсем нас не жалеют;
 -дома учат своих детей;
 -кричат только по нашей вине;
 -знающие и понимающие;
 -любят свой предмет;
 -самые выносливые люди;
 -всегда знают об учениках всё;
 -делают всё, что могут.

6. «Я хочу, чтобы учителя...» (9 вариантов):

- были добрыми 11;
 -были справедливыми 3;
 -больше шутили и улыбались;

- любили учеников;
- лучше объясняли;
- лучше относились к ученикам;
- были молодыми;
- смотрели на всё так же как ученики;
- никогда не болели;

Из полученных результатов можно сделать выводы, касающиеся коммуникативных требований подростка 10-11 лет учителю.

Эти требования таковы:

-учитель должен любить учеников, быть справедливым, шутить, хвалить, понимать, помогать, устраивать праздники, хорошо объяснять, не ставить плохих оценок;

-учитель не должен злиться, кричать, унижать учеников, снижать оценки, много задавать.

Таков коммуникативный идеал учителя в сознании младшего подростка.

А.И. Шмойлов

Теоретические и методические аспекты развития «Я-концепции» ребенка в педагогическом общении

Общение нередко рассматривается как процесс обмена информацией. Анализ специальной литературы убеждает в том, что педагогическое общение должно также реализовывать организацию взаимоотношений педагога с ребенком, обеспечивать возможность познания его личности и оказания на него педагогического воздействия. Таким образом, педагогическое общение создает предпосылки для развития «Я-концепции» в младшем школьном возрасте.

«Я-концепция» младшего школьника - это развивающаяся система его представлений о самом себе. Целесообразно рассматривать как теоретический, так и методический аспект развития «Я-концепции». Первый позволяет определить ее содержание, структуру и особенности, второй - методы формирования в педагогическом общении, что имеет важное практическое значение.

Рассматриваемый нами феномен включает: 1) осознание ребенком своих собственных физических, интеллектуальных, характерологических, социальных и прочих свойств; 2) самооценку представления, которое составляет о себе ребенок; 3) субъективное восприятие внешних факторов, влияющих на собственную личность и отражающихся в поведенческой реакции учащегося начальных классов.

Обратим внимание на отсутствие в научной литературе единой схемы описания строения «Я-концепции» концепции. Тем не менее, отметим наличие глобальной «Я-концепции», конкретизирующейся в совокупности

установок личности на себя, группирующихся в ходе педагогического общения по трем компонентам: когнитивному - представлению о себе; эмоционально-ценностному (аффективному или оценочному) – переживаемому отношению к себе; поведенческому - проявлению когнитивного и оценочного компонентов в поведении.

Установки личности на себя имеют разные модальности: а) «реальное Я» – каким я являюсь на самом деле; б) «идеальное Я» – каким я хотел бы стать; в) «зеркальное Я» – каким меня видят другие. Расхождение между «идеальным Я» и «реальным Я» является источником развития личности.

Существенные противоречия между ними могут стать источником негативных переживаний и внутриличностных конфликтов. Проявление Я-концепции у ребенка происходит на трех уровнях: 1) на уровне «организм-среда» – физический Я-образ; 2) на уровне социального индивида – социальные идентичности; 3) на уровне личности – дифференцирующий образ Я. Подчеркнем, что третий уровень проявления Я-концепции – дифференцирующий образ, обеспечивает индивиду потребность в самоопре-

Содержание «Я-концепции» – один из наиболее важных результатов общения педагога и ребенка в младшем школьном возрасте. Успехи в обучении в начальной школе, по мнению психологов, не менее зависят от содержания представлений учащегося о самом себе и своих способностях, чем от самих способностей.

Формирование положительной «Я-концепции» в процессе общения происходит через: 1) одобрение ученика педагогом; 2) содействие учителя ученику в достижении цели учебной деятельности, порождающему осознание ребенком собственной компетентности; 3) приобретение учеником чувства собственной значимости, являющегося производной от общей интуитивной его оценки самого себя на основе двух указанных моментов: как он импонирует другим и какова его компетентность. Указанные три характеристики положительной «Я-концепции» усваиваются через общение младшего школьника с учителем, во время которого педагог предоставляет ребенку необходимую обратную связь, убеждающую его в том, что он нужен, что он нравится, что он способен добиваться успеха и что он обладает значимостью в глазах других людей. Чем выше доверие ребенка к своему наставнику, тем больше влияния он может оказать на самовосприятие своего питомца..

Имеющиеся исследования показывают, что эффективность педагогической деятельности по развитию самопонимания и самоуважения ребенка повышается, когда ученику: 1) сообщается, что он добился хороших результатов, даже если в действительности его результаты были средними; 2) поступает сообщение о хороших результатах от людей авторитетных и значимых для ребенка; 3) адресуется сообщение о хороших результатах, обладающее эмоциональным воздействием (подается рука учителя, происходит похлопывание по плечу и т. п.); 4) дается возможность закрепить впечатление о хороших результатах в учебной деятельности; 5) сопутствует благоприятное отношение со стороны одноклассников и педагогов;

6) оказывается поддержка даже тогда, когда результаты учебной деятельности не стабильны (Егоров 2002, с. 17-25).

Итак, педагог в процессе педагогического общения имеет возможность развивать позитивный взгляд ребенка на себя и на свои способности. Это позволяет ему успешно преодолевать трудности в учебной деятельности. Формирует у него положительное представление о самом себе. Учащийся с отрицательной самооценкой проявляет высокий уровень тревожности, хуже адаптируется к условиям школьной жизни, испытывает затруднения в общении со сверстниками, учится с явным напряжением.

Егоров И.В. Развитие «Я-концепции» у детей младшего школьного возраста / И.В. Егоров // Начальная школа. – 2002. – № 3. – С. 17-25.

Я-КОНЦЕПЦИЯ / Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 672 с.

Е.Н. Грудинкина

Играют дети - играют взрослые

Семантический анализ лексемы *играть*, проведенный на основе словарных данных, продемонстрировал некоторые несовпадения концептуальных признаков детской и взрослой игры, несмотря на то, что обоим видам деятельности в русском языке соответствует одно и то же слово *играть*.

Лексема *играть* наряду с основным прямым значением «заниматься чем-нибудь для развлечения» имеет несколько других:

- 1) проводить время в каком-либо занятии, служащим для заполнения досуга, для развлечения; участвовать в карточной, азартной, спортивной игре;
- 2) исполнять что-либо на музыкальном инструменте;
- 3) участвовать в сценическом представлении, выступать на сцене;
- 4) пениться, кипеть, искриться (о вине и шипучих напитках); сверкать, сиять (о лучах солнца, свете);
- 5) резвиться, порхать, плескаться (о животных, насекомых, рыбе и т.д.);
- 6) поводить, двигать из стороны в сторону и другие.

Особый интерес представляет семема Д2 «участвовать в игре», где понятия детской и взрослой игры расходятся.

Изучение употребления лексемы *играть* в данном значении обнаруживает наличие постоянных когнитивных признаков современного содержания репрезентируемого ею концепта:

- 1) человеческая деятельность (животные могут играть, но они не могут играть в игры);
- 2) длительность (игра не может быть мгновенной);
- 3) назначение: удовольствие;

- 4) выключенность из реальности (участники воображают, что они находятся в мире, отделенном от реального);
- 5) четко определенная цель (участники знают, чего хотят достичь);
- 6) четко определенные правила (участники знают, что можно и чего нельзя делать);
- 7) непредсказуемый ход событий (никто не знает точно, что именно произойдет).

В русском языке для описания ситуации «ребенок занимается чем-либо для развлечения, удовольствия» существует два глагола: *играть* и *играться*. Последний свидетельствует о том, что маленький ребенок часто «играет с собой», в чем помогает ему игрушка. Взрослые люди, как правило, не играют в игры в одиночку, а потому словари не регистрируют *играться* в отношении к игровой деятельности взрослых.

Кроме того, взрослые играют обычно на ограниченном пространстве (футбольное поле, шахматная доска) и отрезке времени – для ребенка игра начинается в любое время и в любом месте, в его игровом пространстве время не отграничено от неигрового. Именно поэтому, ребенок может и не выключаться из реальности, когда играет в игру.

Когда ребенок играет, то не соблюдает правил и не преследует целей: он не стремится набрать определенное количество очков, выиграть. Поэтому в отличие от игры взрослых, дети не осуществляют последовательность продуманных и взаимосвязанных шагов.

В результате, *играть* в отношении к детской активности обладает собственными, дифференциальными признаками:

- 1) деятельность, которая может осуществляться и в одиночестве, самостоятельно и в коллективе;
- 2) использование игрушки или любого другого предмета;
- 3) неограниченность во времени – пространстве;
- 4) отсутствие цели;
- 5) не подчиненность правилам.

Отмеченные различия концептуальных признаков «детской игры» и «взрослой» в употреблении многозначной лексики *играть* говорят о том, что в семантической структуре слова на уровне значения «участвовать в игре» выделяются два когнитивных подуровня: деятельность детей и деятельность взрослых.

Язык СМИ и рекламы

М.Е.Новичихина

Понятие эффективной коммерческой номинации

Важнейшей характеристикой коммерческой номинации является *эффективность* номинации.

Определяя понятие эффективной коммерческой номинации следует помнить, что коммерческая номинация – это языковая номинация учреждений и товаров, преследующая коммерческие цели и ориентированная на получение коммерческого эффекта. Иными словами, целью коммерческой номинации оказывается привлечение потенциального покупателя и получение коммерческого эффекта. И здесь возникает необходимость разграничить *коммерческую* и *коммуникативную* эффективность коммерческого названия.

Если коммерческая эффективность определяется уровнем коммерческого эффекта, то коммуникативная эффективность зависит от степени привлекательности названия, фонетического облика слова, его ассоциативной связанности, информативности, зрительной или чувственной образности, мотивированности, эмоциональной окрашенности, соответствия картине мира и ценностным ориентирам потенциального потребителя. Таким образом, обсуждаемые понятия не являются тождественными (определенную роль в коммерческой эффективности играют расположение именуемого объекта, характер рекламы, покупательная способность населения, качество товара или услуги и множество других факторов). Вместе с тем проведенное исследование позволяет утверждать, что коммуникативная эффективность коммерческого названия является основной составляющей эффективности коммерческой.

Условно соотношение коммерческой и коммуникативной эффективности, а также мотивированности, информативности и т.п. номинации можно изобразить следующим образом:

Коммерческая эффективность определяется характером рекламы, коммуникативными навыками сотрудников, расположением объекта, эстетичностью внешнего вида и т.д., а также *коммуникативной эффективностью*, которая, в свою очередь, определяется информативностью, мотивированностью, ассоциативной ориентированностью, фонетической привлекательностью. Информативность коммерческой номинации, иными словами – прозрачность номинации, может быть определена в ходе экспериментальных опросов испытуемых типа «Как вы думаете, что можно приобрести в магазине с названием...?» (метод определения субъективных ожиданий). Данные о степени информативности слова–названия дают также результаты применения метода субъективных дефиниций. Бесспорно, самой высокой степенью информативности обладает прямая номинация. Наименее информативными оказываются номинации, при которых объекты обозначаются цифрами, буквами, даже если эти обозначения отражают порядок номинатов в хронологическом, пространственном, престижном или каком-нибудь ином отношении.

Ассоциативная ориентированность определяется в ходе ассоциативного эксперимента со словами - коммерческими названиями. В ряде случаев возникающие ассоциации определенным образом связаны с предлагаемой продукцией, в других таких связей не прослеживается, и соответствующее название вряд ли может считаться ассоциативно ориентированным. Таким образом, ассоциативно ориентированные названия - это названия, формирующие адекватные ассоциации в сознании носителя языка.

Определенную информацию об ассоциативной ориентированности дают также результаты применения метода зрительных образов.

Понятия ассоциативной ориентированности и информативности являются коррелирующими, но не тождественными, о чем свидетельствуют результаты опросов испытуемых. В качестве примера можно привести коммерческое название «Юлия» - будучи неинформативным, оно, тем не менее, характеризуется высокой степенью ассоциативной ориентированности.

Фонетическая привлекательность слова-названия может быть определена при помощи фоносемантического анализа, а также в ходе применения метода определения эстетической привлекательности.

Таким образом, проведенное исследование коммерческой номинации показало, что коммуникативно эффективным коммерческим названием можно считать название, обладающее:

- информативностью;
- ассоциативно ориентированностью;
- мотивированностью (с точки зрения потенциального потребителя);
- фонетической привлекательностью.

Л.А. Кочетова

Культурно-языковые характеристики британского рекламного дискурса

Национально-культурные характеристики дискурса могут быть охарактеризованы при помощи концептов – многомерных смысловых образований включающих ценностный компонент.

В англоязычных рекламных текстах ценности британской культуры находят отражение в виде следующих базовых культурных концептов, образующих ценностную картину мира: *индивидуальность, радость, успех, комфорт, здравый смысл, польза*.

Вышеперечисленные типы концептов выражаются в рекламном дискурсе имплицитно и эксплицитно. Установлено, что концепты индивидуальность, здравый смысл, польза, удовольствие получают преимущественно эксплицитное выражение. Как показывает анализ, успех в английском социуме зависит от дальновидности, предусмотрительности и оказывается связанным с решительными и своевременными действиями. Комфорт включает не только физическое удобство, но и отсутствие неприятных переживаний, забот, тревог, а также материальных трудностей. Индивидуальность предполагает отрицательное отношение к толпе, конформизму, неприятие компромиссов. Польза сопряжена с материальной выгодой: практичность составляет предмет гордости англичан, которые получают удовольствие даже от небольшой экономии. В определенной части дискурса присутствует обращение к моральным ценностям, т.е. к тому, что приносит пользу другим людям или окружающей среде. Здравый смысл заключается в разумном отношении к

деньгам, практичности, отсутствию мечтательности и понимании реального положения дел.

Ценностная картина мира является недискретным образованием, поэтому между выделенными типами культурных концептов можно установить соответствующие корреляции: радость - комфорт, радость-польза, успех - здравый смысл, успех – индивидуальность, польза –здравый смысл.

О.Р.Валуйская

Неоднозначная интерпретируемость текстов масс-медиа

Интерпретируемость текста является одной из его содержательно-прагматических категорий, которая проявляется как точность, ясность и глубина текста.

Глубина текста - это необходимые объяснительные трансформации (интерпретативные ходы), требующиеся для его однозначной интерпретации. Глубина текста предполагает вариативную интерпретируемость текстов - от однозначно интерпретируемых до закрытых для интерпретации. Тексты масс-медиа занимают промежуточное положение на условной шкале интерпретируемости. Неоднозначность интерпретации этих текстов объясняется двойственной природой массово-информационного дискурса: с одной стороны, такие тексты должны быть доступны максимально широкой аудитории, с другой стороны, предполагается, что внутри неопределенно широкой аудитории должны быть группы адресатов, которые сумеют извлечь дополнительный смысл из сообщений.

Все жанровое многообразие этого дискурса принято объединять в следующие группы жанров: информационные, аналитические и художественно-публицистические. Количество интерпретативных ходов, которые раскрывают смысловую неоднозначность текстов, относящихся к перечисленным выше группам, будет различным. Например, количество интерпретативных ходов, которые необходимы интерпретатору, чтобы восстановить скрытый смысл текстов, относящихся к информационным жанрам, будет, конечно, меньше, чем при восстановлении скрытого смысла текстов художественно-публицистических жанров, поскольку первые несут преимущественно фактуальный характер, а вторые, к которым относятся памфлеты, очерки, зарисовки, могут отличаться некоторой метафоричностью. При этом все же сохраняется основное требование к таким текстам, а именно: относительная прозрачность смысла; кроме того, имеет место и установка автора на однозначное восприятие читателя, что является коммуникативным принципом документальной системы.

Характерной чертой текстов сообщений является объективность содержащейся в них информации. Но абсолютного уровня объективности нет и быть не может, а некоторая субъективность всегда сопряжена с принесенным личностным смыслом, который и нужно раскрыть

интерпретатору. Таким образом, резонно вести речь о том, что скрытый смысл все же наличествует. Кроме того, подбор сообщений и их расположение на газетной полосе или в одном номере журнала могут также нести в себе скрытые суждения, которые отражаются на уровне тематизации, когда собираются статьи, объединенные общей тематикой.

В отличие от однозначно интерпретируемых текстов неоднозначно интерпретируемые жесткие тексты могут быть насыщены тропами и фигурами речи, которые являются своеобразным «сигналом» для интерпретатора, «сигналом», сообщающим о том, что за ними (тропами и фигурами речи) может быть скрытый смысл. Относительная насыщенность газетных и журнальных текстов тропами и фигурами речи носит ограниченный характер и не препятствует восстановлению смысла.

П. Ондомбо

Отождествительно-предметные предложения рекламного текста

В построении рекламного текста используются некоторые синтаксические явления, привлекающие внимание потребителей. Структура рекламного текста может быть представлена разными типами, подклассами и классами простого предложения.

Отождествительно-предметные предложения, по наблюдению А.М. Ломова, представляют собой предложения, цель которых заключается в том, чтобы отождествлять неизвестный в каком-либо отношении предмет – подлежащее – с известным предметом – сказуемым (Ломов 1994).

К синтаксическим явлениям, встречающимся в рассматриваемых предложениях, относятся:

- сокращения и эллипсисы;

Здесь имеет место лексическая невыраженность подлежащего, редуцированного в соответствии с метонимическим принципом номинации: *Главное (дело) в его жизни – спорт (из газеты); Сидящий (человек) – ещё не спящий...*

В сфере метонимического эллипсиса мы имеем дело с двумя видами сокращения. Первый из них предполагает редукцию (как правило, в неподготовленной разговорной речи), где обычно присутствуют предложно-падежные формы существительного: *В белой шляпе (мужчина), кажется, врач; Из милиции (люди) – эти двое...* Второй вид редукции использует бытийный глагол, который принимает либо форму императива, либо форму второго лица настоящего, будущего времени изъявительного наклонения: *Будь умницей; Будь человеком...*

– употребление высказывания с тавтологическим сказуемым, т.е. сказуемым, лексически повторяющим подлежащее: *Солдат есть солдат; Девушка как девушка; И доска ему не доска;*

– употребление метафорических и спрямлённых высказываний.

Это синтаксическое явление связано с переосмыслением существительных в сказуемой функции, которые в своём обычном употреблении являются названием животных: *Он осёл (дуб, баран, пень)*; *Она змея (гусыня, корова)*.

Как показывает наш материал, из указанных синтаксических явлений только тавтологические структуры являются частотными в рекламном тексте: «*Великий тигр*» (*чай*), (изображение семьи, пьющей чай «Великий тигр») – *чай победителей* (канал СТС, 28 ноября 2001 г.); «*Бочкарёв*» (*пиво*) (изображение бутылки пива Бочкарёв) – *правильное пиво*; «*Красный Восток*» (*пиво*) (изображение людей, пьющих пиво Красный Восток) – *пиво нашей истории*.

Как видно из приведённых примеров, нами не обнаружены тавтологические высказывания, реализующиеся в обычном виде (*солдат всегда солдат*), или, наоборот, высказывания, включающие в свой состав в качестве обязательного строевого элемента эксплицитную форму настоящего времени глагола *быть*, функциональный дублёр подлежащего – союз *как* или отрицательную частицу *не* (примеры см. выше).

В своём подавляющем большинстве тавтологические структуры в рекламном тексте представляют собой повествовательные высказывания: «*Дарья*» (*продукты*) (изображение продовольственного магазина) – *продукты лёгкого приготовления* (канал ОРТ, 13 марта 2002 г.); *Quakerstare* (*масло моторное*) – (изображение машины) – *масло нового тысячелетия* (Авторевю, №24 (256)).

Рекламный текст широко использует в целях экспрессии спрямлённые структуры, где отождествительно-предметные предложения выступают в качестве своеобразного клише: *Сибирь – это сотни километров непроходимой тайги*; «*Галина Бланка*» (*приправа*) – *любовь с первой ложки*.

Изредка здесь встречаются примеры на употребление ассоциативных структур, когда название рекламируемого товара остаётся за пределами предложения: «*Dilmah*» (*чай*) (изображение чашки чая «Dilmah») – *чай, который нас сближает* (канал REN TV, 5 сентября 2001 г.); «*Лисма*» (*чай*) (изображение чашки чая «Лисма») – *добрейший чай для всей семьи*.

Исследование синтаксических явлений, встречающихся в отождествительно-предметных предложениях требует в связи с их разнovidностными структурами отдельного рассмотрения.

Заголовочный комплекс в массово-информационном дискурсе

Заголовок представляет собой разновидность текста массово-информационного дискурса. Принимая во внимание существование и широкое использование в печатных СМИ заголовочного комплекса, мы усматриваем наличие особых структурно-семантических и функциональных связей внутри системы этого комплекса. В зависимости от канала, используемого конкретным СМИ для передачи сообщений, представляется возможным классифицировать заголовки следующим образом: 1) заголовки печатных СМИ; 2) радио заголовки; 3) телевизионные заголовки; 4) электронные заголовки.

Термин “заголовочный комплекс” относится к системе, включающей перечень вариантных компонентов, среди которых выделяются надзаголовок, собственно заголовок, подзаголовок, вводка, интрититры. Заголовочный комплекс включает надзаголовок, заголовок и подзаголовок.

Вводка, резюмирующая содержание статьи, находится между заголовочным комплексом и “лидом”, первым абзацем статьи. При этом одновременное использование всех трех компонентов системы (надзаголовок, заголовок и подзаголовок) считается нецелесообразным.

Использование надзаголовка не является обязательным, но он позволяет избежать излишне длинных заголовков. Вводка печатного сообщения представляет собой более или менее краткое резюме или очень короткое представление статьи, которое печатается шрифтом, отличным от шрифта остальной части сообщения.

Выделяют три основных типа вводки: 1) типографическая вводка, которую называют также “лид”, представляет собой выравнивание по правому, левому краю или по центру первого абзаца сообщения; 2) редакционная вводка, которая предваряет несколько статей на одну тему, резюмирует общую ситуацию, если статья рассматривает только один аспект проблемы, а также резюмирует содержание предыдущих статей по данной теме; 3) вводка как элемент заголовочного комплекса, дополняющий собственно заголовок.

Интрититры представляют собой краткий, графически выделенный текст, состоящий из 2-5 слов, часто взятых непосредственно из текста. Они размещаются в теле сообщения в начале абзаца или группы абзацев, и призваны сообщить читателю, быстро просматривающему одно или несколько сообщений, желание прочесть сообщение целиком. Являясь промежуточными заголовками, они структурируют сообщение, образуя своеобразный план его изложения.

К вопросу о международном имидже лидера страны

Успех страны и ее представителей в диалоге с иностранными партнерами и оппонентами во многом зависит от того, каково за рубежом общественное мнение об этой стране в целом и о ее лидере в частности. Главную роль в создании образов массового сознания и, соответственно, формировании общественного мнения играют СМИ. Мониторинг СМИ предоставляет данные, на основе которых могут быть приняты адекватные решения в отношении коррекции и создания позитивного образа страны и ее лидера за рубежом.

Для отслеживания динамики имиджа В. Путина был предпринят контент-анализ американской прессы двух периодов: (1) предвыборной кампании Путина (январь-апрель 2000 г.) и (2) первого официального визита президента в США (октябрь-декабрь 2001 г.). Исследованию были подвергнуты материалы следующих органов СМИ. Газеты: Business Week, Forbes, International Herald Tribune, Los Angeles Times, New York Times, Wall Street Journal, Washington Post; журналы: Time, USA Today, The Newsweek. Для анализа были определены следующие категории: личность, деятельность в целом, перспективы, политический имидж в России, публичные высказывания Путина, высказывания о Путине, внутренняя политика (политика, война в Чечне, экономика, коррупция и олигархи, СМИ), внешняя политика (СНГ, Запад, Восток).

В период предвыборной кампании ключевыми являлись категории: личность, деятельность в целом, перспективы, публичные выступления, мнения о Путине, имидж в России, политическая ориентация, война в Чечне, экономика, коррупция, СМИ, отношения с Западом. Во время первого визита в США – личность, деятельность в целом, перспективы, война в Чечне, имидж в России, СМИ, экономика, коррупция, отношения с Западом, Востоком и СНГ.

Практически все публикации первого периода основываются на высказываниях о Путине третьих лиц. Имидж Путина формируется при помощи столкновения мнений аналитиков и политических деятелей разных стран (в основном России и США). В личностном плане Путин – загадка. Американские СМИ отвечают на этот вопрос вопросом: «Кто он: сильный, закрытый политик-реформатор, авторитарный правитель или марионетка на политической сцене?». Отмечен высокий рейтинг будущего президента. Его популярность объясняется войной в Чечне и относительно благополучной экономической ситуацией в стране, обусловленной высокими ценами на нефть. Имидж Путина напрямую связывается с коррупцией. Высказываются опасения относительно возможности авторитарного курса будущей политики и ограничения свободы СМИ. В целом имидж отрицательный.

Исследование материалов СМИ второго периода выявляет изменение отношения американских СМИ к президенту России. Год президентства оценивается как положительный. Отмечается, что Путин вырос как лидер,

особенно во внешнеполитическом отношении. Подчеркиваются такие черты характера, как хитрость, решительность, твердая хватка, авторитарность и закрытость, стиль ведения политики сравнивается с дзюдо. Путин не заискивает перед Западом, отстаивает интересы России. Отношение к событиям 11 сентября оценивается как стратегический шаг: хитрый политик, способный использовать даже чужое горе в своих интересах - добиться сближения с Западом и признания России за рубежом. Мнения о Путине приводятся в основном положительные. Внутренняя политика освещена крайне скудно. Отмечены положительные результаты в борьбе с коррупцией. Высказываются опасения относительно ограничения свободы слова. Война в Чечне рассматривается как война с терроризмом.

Большинство статей этого периода написано с большой долей иронии. Путина не любят, но признают в нем сильного, хитрого и умного противника, который защищает интересы своей страны. Возникает образ серьезного оппонента, с которым необходимо считаться.

Л.К.Салиева

Реклама как один из рычагов формирования стиля жизни

Современная реклама является мощным средством психологического управления массовым сознанием. Главным инструментом этого управления выступает рекламный образ, наглядно представляющий и навязывающий потребителям установки, ценности, потребности, образ жизни.

Рекламный образ строится таким образом, чтобы воздействовать на все системы восприятия человека, связанные как с сознанием, так и подсознанием. Это достигается благодаря применению законов психологии на уровне структуры и содержания рекламных сообщений. Рекламное управление сознанием реализуется через воздействие посредством цвета и формы, лингвистическое (фонетическое, лексическое, синтаксическое) воздействие, мифодизайн, использование культурных архетипов, а также разных видов внушения, в том числе НЛП. Путем эмоционального воздействия реклама делает акцент на символической ценности товара. Потребитель реагирует на рекламный образ и, действуя согласно внушению, приобретает не продукт, а желаемый образ.

На материале анализа рекламных сообщений в журналах с четко определенной целевой аудиторией была сделана попытка воссоздать в целом рекламный образ делового человека высшего звена. Исследование опирается в основном на метод семантико-стилистического анализа вербального плана рекламного сообщения, семиотика невербального плана также учитывается. Материалом исследования служат рекламные сообщения таких американских журналов как *Forbes*, *Business Week*, *Fortune* и *Esquire*. Реклама в этих журналах подразделяется на три группы: (1)реклама товаров и услуг, связанных с профессиональной деятельностью, (2) реклама товаров и услуг,

потребляемых в свободное время (в том числе реклама престижа и статуса, предлагающая товары, наделяющие потребителей чертами закрытой социальной группы, состоятельной элиты), (3) социальная реклама.

Результаты исследования позволяют нарисовать образ делового человека, посвятившего себя работе, но умеющего также отдыхать и заботиться о близких. В профессиональной деятельности он использует только первоклассное оборудование, в силу своей мобильности, многофункциональности, способности выполнять все возможные рутинные операции наделяющее его властью над ситуацией. Ключевые слова: *global, effortless, wireless, liberating, totally mobile, free, your world, dreams of giants*. Реклама товаров и услуг второй группы (включая автомобили) подчеркивает их элитарность, достоинство, авторитетность, роскошь, она часто олицетворяет предметы, делая их способными заменить деловому человеку общество людей. Ключевые слова: *smart, good-looking, can see and talk, responsible, passionate, promote feelings of superiority, numbered, a departure from the ordinary, tailored, style* и т. п. Социальная реклама (реклама страховых услуг, медицинских учреждений и лекарств, пропаганда здорового образа жизни, заботы о семье, инвалидах, животных и т.п.) создает образ человека, заботящегося о своей семье, будущем, окружающей среде. В качестве ключевых слов здесь в основном выступают названия организаций, говорящие сами за себя: *American cancer society, National sports center for disabled, North shore animal league* и т.д.

Таким образом, рекламные сообщения в рассмотренной группе журналов четко характеризуют стиль деятельности и жизни, круг и характер интересов забот делового человека высшего звена, создавая его завершенный образ. Реклама позволяет, с одной стороны, идентифицировать представителя потребительского рынка, и с другой стороны, вырабатывает у него определенные ценности, заставляет его соответствовать требованиям его социальной и профессиональной группы путем приобретения товаров, которым придается статус атрибутов.

Е.Ю. Дементьева

Приемы использования номинативных и глагольных конструкций в печатной рекламе

По утверждению некоторых исследователей, печатная реклама тяготеет к номинативности. Однако анализ текстов печатной рекламы с номинативными и глагольными конструкциями показал, что их количественное соотношение приблизительно одинаково. Существенно отметить также, что среди группы номинативных конструкций третью часть составляют отглагольные существительные. Например, «Закуп пшеницы фуражной». «Поставка свежемороженого мяса», «Изготовление мягкой мебели». Помимо экономики

средств выражения, отглагольные существительные обладают процессуальным признаком и обозначают действие. Например: «Заморозка и консервирование овощей и фруктов».

Содержание информации в печатной рекламе строго укладывается в рамки рекламного модуля, то есть места, которое занимает данная реклама.

Номинативные конструкции в печатной рекламе более нейтральны и представляют собой, как правило, текст-представление. Например: «Автоцентр «Газ»: автомобили «ВАЗ», «ГАЗ» круглосуточно и без выходных». Такой текст содержит минимальный объем информации – потенциальному потребителю остается самому догадываться, что именно рекламируется: продажа автомобилей или их ремонт. Иногда использование особых графических приемов в рекламных номинативных текстах – выделение шрифтом: «Брюки – 11-12 октября, на все – одна цена» – позволяет сконцентрировать внимание адресата на представленной рекламе.

Конечно, конкурировать с видеорекламой, с ее моделирующим сознание потребителя видео рядом в «нужном» направлении, печатные и речевые тексты не могут. Тем не менее, действенны различные иконические знаки (рисунки, фотографии и др.), особенно когда сравниваются два момента: «до» и «после» приобретения товара или услуги. Например: фото женщины до похудения и после с указанием значительного количества сброшенного веса. С одной стороны, потенциальный потребитель судит сам (по фото) об эффективности метода, с другой – его визуальные наблюдения подкреплены конкретными данными. Нередко для того, чтобы выделить собственную рекламу в сплошном потоке текста, широко используют рамки, выделение цветом, употребляют латинский алфавит. Например, среди маленьких рекламных объявлений о продаже автомобилей, рекламодатель, чтобы выделить свою рекламу, использует латинскую графику: «Audi. Mercedes», чем сразу привлекает внимание читателя.

Глагольные конструкции непременно используются тогда, когда рекламодатель не только представляет товар, а считает необходимым подробно сообщить о его качестве или свойствах. Часто подобная реклама встречается в начале рекламной кампании по раскрутке продукции фирмы-производителя. В дальнейшем рекламные тексты могут состоять из названия продукта и небольшого рекламного слогана. Например: «Веромакс» - патентованный препарат, созданный на основе открытия, отмеченного Нобелевской премией. Восстанавливает и сохраняет сексуальное влечение, не влияет на действие других лекарств, продается без рецепта». А позже: «Веромакс». Формула семейного секса» - без употребления глагольных конструкций.

Эффективность употребления рекламных текстов с глагольными конструкциями доказывает тот факт, что в последнее время рекламодатели в оплаченной рекламной площади стараются разместить информацию в виде имиджевой статьи, естественно, с использованием глаголов. Употребление имиджевых материалов достаточно эффективно, что обусловлено использованием ряда приемов. Текст строится либо от первого лица человека, попробовавшего товар или услугу, либо в форме диалога – приводится

разговор человека, имеющего предлагаемый товар и «новичка». Используются также заголовки, содержание которых затрагивает важные личностные ценности, жизненные потребности людей. Например: «Как Маша нашла работу» - о том, как чудодейственный препарат для волос помог девушке устроиться на работу или «Как вернуть уверенность в себе». Реальная история из жизни, плавно подводящая читателя (в данном примере – мужчину) к необходимости покупки препарата и как резюме – перечисление преимуществ и достоинств «счастливого обладателя» средства повышения потенции.

В имиджевых статьях часто применяется прием доверительности. Например, подзаголовки типа «Это между нами, мужики...», «Женщины, не надо стесняться...». Сочетание подобных приемов позволяет говорить о «скрытой» рекламе. Суть имиджевой статьи заключается в том, чтобы читатель запомнил сюжет, средством развития которого служит прежде всего глагол. Ненавязчивое привязывание наименования товара к элементам сюжета приводит к тому, что его марка запечатлевается в сознании читателя. Одним из существенных недостатков подобной рекламы может считаться то, что в целях экономии средств, рекламодатель старается вставить в отведенную площадь как можно больше информации, тем самым выбирая очень мелкий шрифт. Эффективность рекламы теряет около 50%, как бы грамотно она ни была продумана.

Так же, как и в видео- и радиорекламе, в печатной рекламе многочисленны рекламные тексты с вопросительными глагольными конструкциями: «Требуется большая мощность?» или «Вы хотите наслаждаться только качественными винами?». Большим прагматическим потенциалом обладают тексты, которые содержат прямое обращение к покупателю и непосредственно побуждение к действию: «Выбирайте ваш английский чай «Ахмад» или «Летайте вместе с нами самолетами компании «Трансаэро».

Для увеличения эффекта воздействия на потенциального потребителя рекламодатели прибегают к использованию приема, который в риторике именуется как «довод к авторитету». Он заключается в том, что в рекламный текст включаются имена или портреты знаменитостей, ссылка на компетентные источники, зарекомендовавшие себя всемирные организации, сведения о награждении рекламируемого товара престижными призами. При этом читателя словно призывают приобщиться к категории избранных. Например: «Деми Мур, Брюс Уиллис, Софи Лорен... Впиши себя!» (Из рекламы дорогих солнцезащитных очков).

Таким образом, при рассмотрении использования номинативных и глагольных конструкций в печатной рекламе бесспорным представляется приоритет глагольных форм в эффективности воздействия на читателя.

Влияние культурных факторов на современные газетные заголовки

Связь языка и культуры несомненна. Любой текст, в том числе и текст газетной публикации, может рассматриваться и как лингвистическое, и как культурологическое понятие. Газетный заголовок, являясь неотъемлемой частью публикации, следовательно, также можно считать культурологическим объектом, т.е. объектом, испытывающим влияние культурных факторов.

Кроме того, газетный заголовок можно рассматривать как фразовый текст, а текст - понятие культурологическое, непосредственно связанное с культурой и испытывающее на себе её влияние. Д. Гоциридзе использовал термин «фразовые тексты» по отношению к паремиям, фразеологизмам и другим устойчивым сочетаниям. В результате проведённого исследования нами установлено, что большое количество современных газетных заголовков создаётся с использованием т.н. прецедентных текстов (ПТ).

Этот термин впервые был введён Ю.Н. Карауловым. ПТ - это «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. широко известные и широко окружению данной личности, включая её предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности». Нами выявлены источники ПТ, которыми являются устойчивые сочетания (паремии, фразеологизмы, расхожие фразы, разговорные устойчивые выражения, крылатые слова, афоризмы и пр.), литература, песни, художественные и мультипликационные фильмы, исторические лозунги, известные высказывания знаменитых людей, телереклама и другие рекламные слоганы, телевидение и т.д.

Фразы из перечисленных источников в изменённом и исконном виде используются для создания современных газетных заголовков с целью создания смысловой многоуровневости, привлечения внимания к заголовкам, создания юмористической ситуации при их прочтении через узнавание ПТ, в результате которого происходит построение второго, скрытого, фонового значения и понимание «целикового», результирующего смысла.

Узнавание ПТ возможно только при условии их популярности, частого использования в речи, а значит, воспроизводимости. Иными словами, все фразы, используемые в качестве ПТ, обладают рядом свойств одного из их источников - устойчивых фраз, которые Д. Гоциридзе определяет как фразовые тексты. Заголовки же, эксплуатируя свойства ПТ, воспринимают, соответственно, и некоторые их характеристики, в частности, характеристики фразового текста.

Поскольку текст всегда принадлежит системе какого-либо языка, то его функция заключается в передаче сообщения, т.е. текст выполняет чисто

коммуникативную задачу. Однако, кроме коммуникативной, текст выполняет и смыслообразующую функцию, которая проявляется в осложнении коммуникативной задачи творческой. Последняя проявляется в создании нового содержания за счёт оригинального использования языка как знака. Причём это новое возникает не только как результат игры автора с существующими знаками, но и читателя, осваивающего правила игры: сознательно «закладывая» в текст возможности возникновения новых смыслов, авторы заголовков надеются на обнаружение их читателем. Такое обнаружение возможно только при условии наличия у адресата и адресанта одинаковых фоновых знаний.

Фоновые знания - это совокупность знаний культурного, материально-исторического и прагматического характера, которые предполагаются у носителей языка, или практически все знания, которыми коммуниканты располагают к моменту речи (С.И. Кузьминская). Фоновые знания необходимы для понимания текстов и фраз, в которых присутствуют фоновые значения, формально реализуемые посредством фонового уровня в высказываниях. Средство выражения фонового уровня высказывания - перекцентировка (выдвижение второстепенного на первый план, а главного на второй) посредством использования ПТ для построения соответствующей фразы.

Понятие «фоновые знания» тесно взаимосвязано с понятием «культура». Именно культура, будучи неким сложноустроенным текстом, на фоне которого развивается индивидуальное и массовое сознание, влияет на формирование фоновых знаний в сознании индивида. В свою очередь, фоновые знания можно рассматривать в качестве одного из аспектов или одной из составных сфер культуры. Они являются основными ячейками культуры в ментальном мире человека, существующими в виде понятий, знаний, ассоциаций, переживаний в сознании человека. Можно сказать, что фоновые знания являются той канвой, на основе которой строится высказывание, особенно высказывание, построенное с использованием ПТ. Поэтому ПТ можно отметить в качестве одной из составляющих фоновых знаний.

Соотнесение любой фразы/текста с каким-либо культурным кодом составляет содержание фоновых знаний и ПТ как одного из способов их речевого воплощения. Именно фоновые знания придают культурно-значимую маркированность не только значениям ПТ, но и смыслу всего текста, в котором они употребляются. Механизм возникновения фоновых знаний связан с использованием ПТ, в результате которого возникают наиболее стабильные ассоциации, образующие мотивирующую основу для возникновения фоновых знаний. Закрепление ассоциаций за ПТ, т.е. возникновение фоновых знаний - процесс культурно-национальный, отображающий связь языка и культуры: интерпретируя ПТ на основе соотнесения их ассоциативно-образных восприятий со стереотипами, отражающими народный менталитет, мы тем самым раскрываем их культурно-национальный характер и смысл, которые и являются содержанием фоновых знаний.

Анализируя ПТ как элементы культуры, как культурные факторы, оказывающие влияние на современные газетные заголовки, следует отметить,

что, согласно нашему исследованию, с точки зрения происхождения источника ПТ данные единицы коммуникации можно разделить на ПТ, являющиеся объектами родной культуры, и ПТ иностранного происхождения (с переводом на родной язык или без него). Специальный анализ, проведённый в ходе нашего исследования, показывает, что к первой группе относится 89,9% случаев использования ПТ для создания газетных заголовков. Группу ПТ иностранного происхождения, согласно данным нашего исследования, составляет всего 10,1%. Значительная разница в процентном соотношении обеих групп, на наш взгляд, объясняется характером наиболее многочисленных групп источников ПТ. К ним относятся устойчивые фразы, художественная литература и популярные песни. Абсолютное большинство ПТ данных групп является объектами отечественной культуры. Иными словами, заголовки газет, адресованные русскоязычной аудитории, испытывают большее влияние факторов русской культуры в виде ПТ, имеющих соответствующие источники.

Кроме того, наше исследование позволяет сделать вывод о том, что ПТ современных газетных заголовков чаще всего имеют источники, которые можно разделить на 2 большие группы.

1) Фразы и выражения, являющиеся порождением непосредственно настоящего времени, текущего момента, они у всех «на слуху», привлекают своей новизной (рекламные слоганы, строки из популярных современных песен).

Новое поколение выбирает Децла (КП-2000-№119)

Ср.: Новое поколение выбирает пепси (фраза из телерекламы)

Тюбики бывают разные: синие, белые, красные (КП-2000-№107)

Ср.: Девушки бывают разные: чёрные, белые, красные (фраза из популярной песни)

2) Фразы и выражения, имеющие отношение к прошлому, созданные в далёком или недавнем прошлом (классическая литература, паремии, лозунги времён социализма, классика марксизма-ленинизма, художественные фильмы и песни первой половины XX века).

Верной «Прямой линией» идёте, товарищи (КП-2001-№62)

Ср.: Верной дорогой идёте, товарищи! (текст плаката, изображавшего Ленина, вероятный источник - цитата из отчёта ВЦИКа СНК IX съезду Советов 23.12.21 (В.И. Ленин))

Первым делом пострадали самолёты. Ну а девушки? А девушки - потом (КП-2000-№52)

Ср.: Первым делом, первым делом - самолёты.

«Ну а девушки?» - «А девушки потом» (А.И. Фатьянов «Перелётные птицы» из к/ф «Небесный тихоход» (1945), муз. В. Соловьёва-Седова).

Интересно отметить, что явное предпочтение отдаётся авторами газетных заголовков второй группе. Это объясняется, видимо, тем, что, несмотря на новизну и большую «модность» источников первой группы, источники второй группы, реализуя тягу читательского сознания к штампам недавнего (или далёкого) прошлого, глубоко засевшим в памяти, пройдя испытание временем, обладают большим авторитетом, более широкими ассоциативными связями, а

значит, - большей прецедентностью. Поэтому они более востребованы журналистами, которые отдают им предпочтение при выборе ПТ для создания газетных заголовков.

Гоциридзе Д. Принципы типологической интерпретации фразовых текстов. - Тбилиси, 1988

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М., 1987

Кузьминская С.И. Фоновые знания в массовой культуре // Автореф. дис. ... канд. филолог. наук. - Орёл, 2002

Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): Научное издание. - СПб., 2002

Н.В.Фоминых

“Настоящая” ли поэзия звучит порой на “настоящем радио” ?

В.Г.Костомаров считает, что о состоянии русского литературного языка, легшего в основу нынешней речевой практики, судить не только можно, но и необходимо [1, с.223].

В свете означенной “необходимости” имеет смысл обратить внимание не только на качество порождаемых ныне текстов, но и на способы включения в “коммуникативное сотрудничество” готовых, законченных текстов, являющихся художественными произведениями конкретных авторов. Оставим в стороне любимый прием постмодернизма – построение собственного текста из уже существующих (прецедентных) текстов, а обратимся к тексту-объекту, тексту-эталону, тексту, на котором сосредоточено внимание и адресанта, и адресата, тексту не производимому, но воспроизводимому.

Поскольку речь идет о коммуникации, реализуемой через средства массовой информации, то определим вначале позиции участников коммуникативного акта. Говорящий (в нашем случае это авторы и ведущие одной из воскресных радиопрограмм), ощущающий себя носителем конкретной культурной (в том числе и языковой) традиции, выбравший чужой текст как способ речевого поступка, интенциональность которого заключается в приобщении отдаленного в пространстве адресата (слушателя) к образцам “высокой поэзии”. Заявка сделана в открытом тексте, предшествующем презентации. Оценка текста адресантом определена как для себя, так и для второго члена коммуникации. Позиция последнего может быть двойной, она зависит от предшествующего опыта: образовательного, воспитательного, языкового, эстетического. Адресат может быть знаком с предлагаемым текстом, с творчеством данного автора, а может только впервые

услышать не только имя поэта, но и впервые попытаться воспринять ткань не просто текста, но текста поэтического.

Рассмотрим некоторые примеры одной из воскресных передач радио России, декларативным моментом которой является учет мнения слушателей при неизменности своей точки зрения, в том числе и взглядов на средства, форму, тематику очередного коммуникативного действия. Практически в каждой передаче обсуждаются речевые проблемы, возникающие как реакция слушающего на форму и содержание поступающей информации. Так, слушатели (адресаты) сделали замечание по поводу обращения ведущих друг к другу по имени, причем имя ведущей употребляется “по-домашнему” – Ксюша, хотя по возрасту она старше своего партнера. Вызывает нарекание и речевая небрежность в образовании форм, сочетаемости слов, что, по мнению авторов, помогает им быть на короткой ноге со слушателями.

Остановимся подробнее на “опыте” использования авторами и ведущими передачи готового поэтического текста, который они определяют как объект, предлагаемый адресату в качестве образца художественной речи. О том, что это образец, “настоящая поэзия” (как любят выражаться на “настоящем радио”) было предварительно заявлено, т.е. ведущий высказал свою оценку и вправе был ожидать адекватной реакции адресата. Но адекватность возможна только тогда, когда поэтический текст именно читается, а не воспроизводится по памяти. В телевизионной передаче “Эпизоды” от 2.02.03 прозвучал рассказ А. Демидовой о том, как она репетировала моноспектакль, построенный из поэтических текстов, с одним из итальянских режиссеров, который потребовал, чтобы тексты “присутствовали” на попире на сцене перед актрисой, прекрасно знающей их наизусть. Свое требование он объяснил уважением к речевому воплощению: нельзя просто переходить от текста одного автора к тексту другого (“ Вы же не школьница, читающая по памяти!”). Был даже выстроен видеоряд: актриса – попир – текст – жест.

В прослушанной нами радиопередаче стихотворение М.И. Цветаевой из цикла “Комедьянт” было произнесено (прочитав так с листа нельзя) с тремя искажениями, которые сводились 1) к замене слова (младого утра вместо златого утра); 2) замене слова чужим выражением (замерзла я вместо облокотясь); 3) замене вербальной передачи жеста другим словесным рядом, что привело к подмене самого жеста (Лицо в ладонях сжато вместо Виски в ладонях сжаты). В результате прозвучало не-цветаевское произведение, в котором разрушена система образов. Ср. : в слове златое имеются семы цвета, блеска, красоты, славы, торжества, чего нет в слове младое. Такая замена привела к тавтологии, т.к. через строку в оригинальном тексте появляется “любви младой военнопленный”.

Опустим второй пример и остановимся на строках “Виски в ладонях сжаты, жизнь разожмет”. Жест – сжатые ладонями виски – очень любим поэтом. Его частотность достаточно высока. В русской национальной культуре этот жест больше мужской. В творчестве М.И. Цветаевой он передает высшую степень напряжения, отчаяние и безысходность, от которых разрывается голова, и ее необходимо крепко сжать. Но это и жест сильного духом человека: “подумаю”, “пересилию себя”.

В интерпретации участников радиопередачи прозвучала вербальная реализация женского жеста “лицо в ладонях сжато”, являющегося знаком иного содержания: “удивление”, “испуг”, “растерянность”. Этот жест входит в одну парадигму с жестом “всплеснуть руками”, “вытаращить глаза”. Даже употребленное поэтом краткое причастие “сжаты”, усиливающее драматизм ситуации, не идентично причастию среднего рода “сжато”.

Для воспроизводящего поэтический текст (лучше все же – читающего) сотворчество с автором ограничивается процессом озвучивания. Никакого иного вторжения поэзия не допускает.

Взаимоотношения человека и языка достаточно сложны, неоднозначны [1, с.235], и уважая чужую речь, мы не только демонстрируем собственный уровень культуры, но и социокультурные устои в целом.

Средства массовой информации при всей нынешней демократизации (в том числе и демократизации языка) призваны, на наш взгляд, выполнять воспитывающую и консолидирующую функции. Слушателей и зрителей необходимо поднимать на некоторую культурную ступень, а не опускать планку передач до уровня “нечитающей публики”, как это предлагает А.Б. Пугачева, объясняя такую необходимость тем, что “публика малообразованна”, и “чтобы она поняла, что ей говорят, чтобы у нее заслужить успех, нужно заведомо снизить планку культуры” [2, с. 24.].

Кстати, в песенном творчестве Аллы Борисовны искажение поэтических текстов (первоисточников) является нормой: ср.: текст О. Мандельштама “Ленинград”, Б. Пастернака “Зимняя ночь”, тексты той же М.И. Цветаевой, положенные на музыку. При этом авторство текста как бы сохраняется, хотя это уже не те тексты. Может быть, стоит ввести в оборот обозначение “тексты по мотивам поэзии такого-то”?

-
1. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1994.
 2. Учительская газета, № 7, 18.02.03.

Русский язык сегодня

И.В. Хорошунова

Семантические процессы в современном русском языке

(на материале лексико-семантического поля утилитарной оценки
«ПОЛЬЗА/ВРЕД»)

Языковые изменения осуществляются при взаимодействии причин внешнего и внутреннего порядка. Основа для изменений заложена в самом языке, где действуют внутренние закономерности, причина которых заключена в системности языка. Но своеобразным стимулятором этих

изменений являются факторы внешнего характера – процессы в жизни общества. В сфере лексики и семантики это развитие протекает особенно интенсивно и наглядно.

Семантические процессы изучались порознь, на отдельных словах, но не систематизировались и не рассматривались в рамках единого лексико-семантического поля. В нашей работе семантические процессы изучаются на материале лексических и семантических изменений, протекающих в рамках единого лексико-семантического поля "ПОЛЬЗА/ВРЕД".

Сопоставление диахронических срезов ЛСП, составленных по данным словарей, отражающих состояние лексики русского языка в различные периоды XIX-XX вв., позволило выявить картину лексико-семантических изменений, произошедших в данном поле.

Наряду с лексическими изменениями, выявлены следующие типы семантических изменений: утрата в семанте лексемы определенных семем, переход семем на периферию языкового сознания, возвращение семем с периферии языкового сознания в актив, переход семем из разряда новых в разряд общеупотребительных, уход/появление сем в составе семемы, актуализация семем той или иной лексемы.

Семантические изменения произошли на основе семантических процессов, которые можно разделить на следующие группы.

1. Семантические процессы, ведущие к изменениям на уровне семного состава семемы:

1.1. Утрата сем в составе семемы (в частности, деидеологизация и деполитизация – утрата сем с идеологической нагрузкой. Например, *утилитаризм*, Д2: в МАС исчезла сема «буржуазное этическое учение»; *прибыль*, Д1: в конце XX века утратились семы «в капиталистическом обществе», «в социалистическом обществе»). Утрата сем может принять более широкие масштабы и трансформироваться в десемантизацию.

1.2. Семная инновация – появление сем в составе семемы. Различается естественная семная инновация (появление семы в составе семемы происходит естественным образом) и искусственная, или принудительная (введение семы в состав семемы происходит принудительно, главным образом, это касается сем с идеологической нагрузкой). Например, *хищнический* Д2: в МАС появилась сема «наносающий вред окружающей среде», сема появилась естественным образом; *благотворительность* Д2: в МАС появилась сема «в буржуазном обществе», сема вводится принудительным образом; *неимущий* Д1: в МАС появилась принудительно введенная сема «в буржуазных странах»; *нажива* Д1: в МАС появляется принудительно введенная сема «нетрудовой доход». Семная инновация может принять более широкие масштабы и трансформироваться в расширение или сужение значения.

2. Семантические процессы, ведущие к изменениям на уровне семемы, то есть приводящие к появлению новых семем:

2.1. Перенос наименования (метафорический, метонимический). Например, *залечить*: Д1 – исцелить и К1- смягчить личное или социальное бедствие, облегчить тяжкие последствия чего либо, *беззубый* Д1 – не имеющий зубов и К1 – не могущий повредить или обидеть, *лекарство* Д1 – медикамент и К1 –

средство, позволяющее устранить какое-либо несчастье, беду, нежелательное явление, *расшатать* Д1 – шатая, привести в неустойчивое положение и К1 – привести в неблагоприятное, ненадежное состояние (устой общества, например), *отравить* Д1 – убить с помощью яда и К1 – оказать вредное влияние на кого-либо (метафорический перенос); *шеф* Д1 – руководитель и Д2 – учреждение, принявшее шефство над кем-, чем-либо, *оздоровить* Д1 – сделать более здоровым и Д2 – сделать более благоприятным для здоровья, например, местность (метонимический перенос).

2.2. Семантическое калькирование, например, *помощь* Д2 – подсказка при работе с компьютером (семантическая калька от англ. help), *пользователь* Д2 – тот, кто пользуется персональным компьютером (семантическое калькирование от англ. user).

2.3. Сужение значения (сужение объема понятия, обозначаемого словом; происходит «обрастание» семемы более конкретными семемами, в результате чего появляется новая семема – конкретного содержания; например, специализация и терминологизация – частные виды сужения значения). Например, *помочь* Д2 – принести пользу, излечить, *полезный* Д2 – содействующий здоровью, поддерживающий силы и бодрость, *вредный* Д2 – опасный для здоровья, *переработать* Д2 – поработав слишком много, причинить вред своему здоровью (сужение значения), *подсобник* Д2 – подсобный рабочий, *полезный* Д2 – пригодный, нужный, составляющий ту часть целого, которая может быть использована по назначению (специализация как частный вид сужения значения), *вредитель* Д2 – животное, насекомое, причиняющее вред сельскому и лесному хозяйству (терминологизация как частный вид сужения значения).

2.4. Расширение значения (расширение объема понятия, обозначаемого словом; происходит «обрастание» семемы более абстрактными семемами, в результате чего появляется новая семема – более абстрактного по отношению к производящей семеме содержания). Например, *прибыль* Д2 – польза, выгода, *барыш* Д2 – выгода, польза, *проигрыш* Д2 – утрата, невыгода.

2.5. Десемантизация – утрата в производящей семеме достаточного для появления новой – производной – семемы количества сем. Например, результатом десемантизации является семема К1 лексемы *пользоваться* – обладать чем-либо (*Пользоваться авторитетом*). В семеме Д1 данной лексемы – произошла утрата определенных сем («применять что-либо», «употреблять что-либо») и осталась лишь сема «иметь то, что приносит пользу».

2.6. Семантическая модификация – одновременная замена части старых сем в семеме новыми, в результате чего появляется новая семема. Например, *сглазить* Д2 – повредить успеху чего-либо, наперед говоря, предсказывая что-либо (сема «повредить глазом» заменилась семой «повредить, наперед предсказывая успех»), *здоровый* Д2 – полезный, неспособный повредить уму или сердцу, соответствующий нормам культурного человека и общества (утрачиваются семы «не больной», «с правильно функционирующими органами») и появляются семы «нормальный», «соответствующий нормам культурного общества»).

3. Семантические процессы, ведущие к изменениям на уровне семантемы (изменению удельного веса семемы в семантеме):

3.1. Семантическая реструктуризация – изменение соотношения между отдельными семемами: одна семема становится ядерной (соответственно в словарной статье она выдвигается вперед), другая семема переходит на периферию семантемы (соответственно в словарной статье данная семема либо помечается как «устар.», либо вообще не приводится), например, уход семемы на периферию языкового сознания, возвращение в актив или актуализация. В семеме та сема, которая выдвигается вперед, актуализируется. Это может привести к семной инновации, что, в свою очередь, может стать основой появления новой семемы. Например, в МАС отсутствует семема Д2 лексемы *пакостить* – портить неумелым обращением, делать негодным; как «устар.» помечается в МАС семема Д2 лексемы *обремизить* – поставить в невыгодное положение, причинить кому-либо неприятности; без пометы «устар.» в МАС приводится семема Д1 лексемы *снадобье* – лекарство (в словаре под ред. Д.Н.Ушакова сопровождалась пометой «устар.»); актуализировались в конце XX века, например, семема Д1 лексемы *богатство* – совокупность материальных благ, семема Д1 лексемы *бедный* – неимущий, не обладающий материальным достатком, семема Д2 лексемы *порча* – болезнь, вызванная колдовством; актуализация семем сопровождалась в конце XX века уходом определенных сем из состава таких, например, семем, как *прибыль* Д1 (исчезли семы «в капиталистическом обществе» и «в социалистическом обществе»), *сверхприбыль* Д1 (исчезла сема «в капиталистическом обществе»), *сгладить* Д2 (исчезла сема «по суеверным представлениям»), *знахарь* Д1 (исчезла сема «лечащий средствами, рассчитанными на суеверие и невежество»).

Таким образом, рассмотрение семантических изменений в рамках лексико-семантического поля "ПОЛЬЗА/ВРЕД" позволило уточнить классификацию семантических процессов в современном русском языке.

3.Д. Попова

УСТУПКА как слово и как грамматический термин

В ряде работ последних лет синтаксисты рассматривают логико-семантические отношения в сложноподчиненных предложениях с придаточными уступительными (хотя, несмотря на..., как ни, что ни и нек. др.) и соответственно пользуются грамматическим термином УСТУПКА (Е.В. Урысон, В.Ю. Апресян, Т.М. Николаева и нек. др.). Значение уступительности осмыслено как небазовое в отличие от базовых значений *причина, время, условие* и других значений, выражаемых в сложноподчиненных предложениях, а термин УСТУПКА оценивается как непрозрачный условный ярлык, как метаслово.

Нас заинтересовало соотношение значений слова УСТУПКА в общенародном языке и в грамматической терминологии. В словаре В.И. Даля УСТУПКА толкуется просто как действие по глаголу УСТУПАТЬ (отдать или

продать из угоды, подарить, отдать добровольно что-л. другому; в продаже - скинуть цену, в споре - согласиться, в сравнении - оказаться ниже по основанию сравнения) Словарь Даля еще сохраняет толкование прилагательного УСТУПИТЕЛЬНЫЙ как относящийся к уступке, податливый, соглашающийся в уладу кому-л. (современное - уступчивый).

В словарях XX века (Ушаков, МАС, Ожегов, Кузнецов) УСТУПКА также в основном толкуется как действие по глаголу УСТУПИТЬ. Прилагательное УСТУПИТЕЛЬНЫЙ подается только как термин с пометами грамм., лингв. Терминологическое значение слова УСТУПКА словари не указывают. Все сказанное позволяет разграничить УСТУПКУ 1 (от глагола УСТУПАТЬ) и УСТУПКУ 2 (от прилагательного УСТУПИТЕЛЬНЫЙ).

Наиболее четкое определение значения уступительности дает Е.В. Урысон. Она вводит в толкование этого значения компоненты *обычно и если*: *Обычно если Q, то P, но фактически есть Q, а P нет.*

В сложноподчиненном уступительном предложении, как видим, заключено 4 суждения.

В сухой мгле ничего не было видно, хотя чувствовался за нею простор широкий и пустынный (Вересаев). Такое предложение заключает в себе следующее умозаключение:

Обычно если ничего не видно, то и ничего не чувствуется: в данном случае ничего не было видно, но простор чувствовался.

Соответственно и значение грамматического термина УСТУПКА оказывается весьма сложным и не совпадающим с общепринятым значением этого слова, а именно: УСТУПКА (грамм.) - конкретное проявление обстоятельства, не совпадающее с обычным, имеющее не обычное следствие, противоречащее следствию обычному.

Апресян В.Ю. Уступительность в языке и слова со значением уступки. *Вопр. языкознания*, 1999, № 5. С. 24-44.

Николаева Т.М., Фужерон И. Некоторые наблюдения над семантикой и статусом сложных предложений с уступительными союзами / *Вопр. языкознания*, 1999, №1. -С. 17-36.

Урысон Е.В. Союз ХОТЯ сквозь призму семантических примитивов / *Вопр. языкознания*, 2002, № 6. С.35- 54.

И.Ю.Вострикова

Особенности организации ЛСП глаголов трудовой деятельности в русском языке

ЛСП глаголов трудовой деятельности в русском языке достаточно обширно, хорошо структурировано и охватывает около 800 лексем.

На основании семантических характеристик в данном ЛСП нами выделено 17 тематических групп, которые в свою очередь разделены на тематические подгруппы и микроподгруппы. Самой многочисленной по количеству подгрупп является группа «Трудовая деятельность, связанная с конкретной профессиональной сферой». Подгруппы и микроподгруппы этой группы ориентированы на конкретную профессиональную среду. В качестве примера одной из подгрупп этой группы приведем подгруппу «Трудовая деятельность, связанная с медициной». Она включает 18 единиц, которые составляют три микроподгруппы: а) общие наименования медицинской трудовой деятельности (*врачевать, лечить* и др.); б) врачебная деятельность (*ампутировать, оперировать* и др.); в) деятельность среднего и младшего медицинского персонала (*бинтовать, перевязывать* и др.).

Отдельного интереса заслуживает группа «Трудовая деятельность, не связанная с конкретной профессиональной сферой». Лексемы, составляющие эту группу глаголов трудовой деятельности (*делать, производить, работать* и т. д.) имеют достаточно широкую семантику, что определяет этой группе центральное место в исследуемом поле.

Общим в структуре практически всех исследуемых групп является наличие глаголов, отражающих общие наименования той или иной трудовой деятельности. (Например, для подгруппы «Трудовая деятельность, связанная с ремесленными работами» такими лексемами будут глаголы *мастерить, ремесленничать*; для подгруппы «Музыкально-артистическая трудовая деятельность» – глаголы *гастролировать, репетировать* и т. д.). Такие лексемы входят в ядро ЛСП глаголов трудовой деятельности в русском языке.

Отметим, что русские глаголы трудовой деятельности широко демонстрируют лексическую полисемию. Семанты исследуемых глаголов включают семемы Д1, Д2 и К1, при этом в рассмотренных семантемах преобладают денотативные семемы. Такое явление вполне прогнозируемо, поскольку трудовая деятельность человека по своей природе связана в основном с конкретными образами и реалиями внешнего мира.

Обращает на себя внимание, что одна и та же лексема по разным семемам может входить в разные группы и подгруппы. В качестве примера приведем семантему лексемы «*хозяйствовать*». В нее входят две семемы: семема Д1 *вести хозяйство по дому* и семема Д2 *руководить*. Данная лексема по семеме Д1 входит в группу «Традиционная домашняя трудовая деятельность», а по семеме Д2 – в подгруппу «Управленческая трудовая деятельность» группы «Трудовая деятельность, связанная с конкретной профессиональной сферой».

Лексемы исследуемого поля демонстрируют также развитую синонимию (*вкатывать-врывать, боронить – бороновать, выдумывать – придумывать, врачевать – лечить* и др.).

В целом, можно сделать вывод, что ЛСП глаголов трудовой деятельности в русском языке достаточно обширно и хорошо структурировано с ярко выраженным ядром.

Семантические процессы, происходящие в лексико-семантической группе наименований обуви

Изучение лексических группировок позволяет наблюдать интересные семантические процессы. Так, рассмотрение лексико-семантической группы наименований обуви позволило обратить внимание на то, что некоторые устаревшие или диалектные наименования активно используются в современном русском языке, несмотря на то, что сама обувь вышла из обихода или получила другое название. Правда, эти диалектизмы, войдя в общенародный литературный язык, приобрели ироническую окраску.

Лексема **бахилы**, согласно словарям русского языка, имеет прямое номинативное значение «крестьянская обувь, представляющая собою кожаные или плетенные из бересты полусапожки, спереди стягивающиеся ремешками» [Новояз], «у рыбаков и охотников: мягкие кожаные сапоги с закрывающими бедро голенищами на помочах» [БТС, 2000, 62]. Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля также иллюстрирует широкое распространение лексемы **бахилы** в разных диалектах.

В современном русском языке более употребительным является производно-номинативное значение лексемы **бахилы** «специальные защитные чулки, надеваемые поверх обуви (у хирургов, атомщиков и т.п.) *Брезентовые бахилы*» [БТС, 2000, 62]. Однако интересным представляется использование лексемы **бахилы** в разговорной речи для названия большой, не по размеру (обычно грубой) обуви. *Это не туфли, а настоящие бахилы* [БТС, 2000, 62].

Лексема **башмаки** имеет тюркское происхождение. В старину башмаками называлась преимущественно женская изящная (обычно с разрезом на подъеме) обувь из кожи или ткани (бархата, атласа), иногда на каблук, с застёжками, бантами и другими украшениями [БТС, 2000, 63].

В современном русском языке лексема **башмаки** приобрела ироническое звучание. Башмаками называют грубую, тяжелую, неудобную обувь. *Ходить в рваных башмаках. Таскать отцовские башмаки* [БТС, 2000, 63].

Лексема **чеботы**, согласно толковому словарю В.И. Даля, имеет первичное значение «мужская и женская обувь, высокий башмак, по щиколотки, ботинки с острыми кверху носками». В значении башмаки, сапоги лексема **чеботы** сохранилась в диалектах. *Купить чеботы. Топать чеботами. Чинить чеботы* [БТС, 2000, 1469]. В современном употреблении лексема **чеботы** приобрела иронический оттенок. Так говорят о грубой неизящной обуви. *Что это у тебя за чеботы?* [БТС, 2000, 1469].

Название **мокроступы** было предложено славянофилами, боравшимися за сохранение самобытности русского языка и против заимствований из других языков. Предполагалось, что мокроступы вытеснят из употребления французское слово *галоши*. Этого не произошло. Галоши сохранились в

литературном языке, но и мокроступы вошли в употребление, правда, в шутиловом плане. Так говорят о высоких непромокаемых ботинках или сапогах на толстой резиновой подошве, о резиновой обуви вообще. *Надеть мокроступы* [БТС, 2000, 551]. Примеры, взятые из статей и конференций в Internet, наглядно демонстрируют современное ироническое употребление слова:

Главное, что показала на фотке, что она в "Гриндерсах"... Какое жлобство... Уже давно эти мокроступы не в моде.

В мокроступах, но с мобилой.

...Места у нас были в партере, и среди расфуфыренной публики мои американцы в джинсах и каких-то специальных мокроступах, закупленных для суровой московской зимы, смотрелись некоторым диссонансом.

Лексема **баретки** имеет значение «закрытые уличные туфли на шнурках или застежках» [БТС, 2000, 59]. Примеры, взятые из Internet, иллюстрируют ироническое употребление данной лексемы в разговорной речи:

Но вот суеты [перед свадьбой] море, а именно: встань ни свет ни заря, чисто выбрейся, галифе погладь, пинджак одень, веревку повяжи, баретки нагутай, веник выбери, подтянись к бракодому.

Фирма под названием "Пальмира" — это в частности обувь "Монарх" (магазин-склад отстойных бареток — наверняка, знаете...).

Но дядя я представительный, сами видите, черная тройка, баретки, шляпа сидит, как на гвозде.

Лексема **лапти** имеет прямое значение «крестьянская обувь, плетенная из лыка, бересты или веревок, охватывающая ступню ноги. Лапти из ольхового лыка» [БТС, 2000, 487]. Сплетенные из лыка лапти считаются первой и самой распространенной обувью в России. Вне городской черты население носило их до начала XX века [Кожевникова, 1992, 37].

Несмотря на то, что лапти давно уже вышли из обихода и изготавливаются только в качестве сувениров, само слово в ироническом ключе употребляется в современном языке. Приведем примеры, взятые из Internet:

... Куда уж нам, в лаптях за паровозом...

Жопа гола, лапти в клетку,

Выполняем пятилетку.

(Частушка).

Лексема **чуни** в народно-разговорной речи является синонимичной лексеме лапти: «лапти из пеньковой веревки. Вереочные чуни» [БТС, 2000, 1487]. В настоящее время лексема **чуни** употребляется в языке в производно-номинативном значении «резиновая или кожаная обувь в виде галош, надеваемая на разутую ногу при работе в шахтах, рудниках. Резиновые чуни» [БТС, 2000, 1487]. Однако интерес представляет современное ироническое звучание данной лексемы:

По мнению истцов, оскорблением послужила статья главного редактора газеты Вячеслава Семерикова "Уважаемому человеку чуни поцеловать не впадут. За реальный-то интерес!", в которой, как считают обвинители, содержались оскорбительно-неприличные выражения в адрес ныне действующего главы администрации (Пример взят из Internet).

Таким образом, из данного материала видно, что некоторые диалектные названия в силу распространенности отдельных видов обуви и их популярности у населения стали общеизвестными и в ироническом ключе вошли в общенародный литературный язык.

Сходные семантические процессы можно наблюдать и на примере некоторых заимствованных наименований обуви.

Лексема **боты** происходит от французского *bottes* – сапоги. В XII в. так называли мягкую обувь, по фасону близкую к туфлям. Позднее ботом стали называть обувь, закрывающую ноги от стопы до колен [Нерсесов, 2002, 215]. В Большом толковом словаре русского языка описывается значение «высокие непромокаемые или теплые ботинки, надеваемые обычно поверх другой обуви в сырую или холодную погоду» [БТС, 2000, 93].

Однако в современной разговорной речи лексема **боты** часто приобретает ироническую окраску: *Что это на тебе за боты?*

Лексема **штиблеты** происходит от немецкого *Stiefeletten* – мужские полуботинки на шнурках или с резинками по бокам. *Остроносые штиблеты. Лаковые штиблеты. Штиблеты без каблука* [БТС, 2000, 1506].

В современной разговорной речи лексема штиблеты звучит иронически. Приведем несколько примеров, взятых из сети Internet:

Привет от старых штиблет!

Хватит пялить глаза на мужские штиблеты зарубежного производства.

Не надо думать, что у магнитогорских обувщиков не достанет мастерства пошить добротные туфли.

Распивать в одиночестве ром

В жаркой комнате буду, пером

Выводя, я в штиблетах от Гуччи.

(Шауль Резник)

Кожевникова И.Г. Русская обувная терминология как система. Дисс. ...канд. филол. наук. Воронеж, 1992. – 150 с.

Нерсесов Я. Путешествие в мир: Мода. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Гранд, 2002. – 240 с.

Большой толковый словарь русского языка. / Сост. и гл. ред. С.А.Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000. – 1536 с.

Новый словарь русского языка // www.rubricon.ru

Толковый словарь живого великорусского языка В. Даля // www.rubricon.ru

Особенности полисемии глаголов речевой деятельности в русском языке

Лексико-семантическая группа глаголов речевой деятельности в русском языке представляет собой обширную группу, насчитывающую 469 лексических единиц, которые на основании семантических характеристик могут быть разделены на 19 подгрупп.

Как показал проведенный анализ, большую половину глагольных лексем (236 из 469) анализируемой ЛСГ представляют однозначные лексемы. Заметим также, что это лексемы различной стилистической окраски, среди которых отмечается большое количество разговорных (63) и просторечных (26) лексем. (*-He реви ты, не реви! – бубнил* (разг.) *сдавленным голосом Славик и даже тряс девушку за плечо, желая привести в чувство /В.Астафьев/; Я провожал их и допытывался, что же случилось. И только в калитке мне буркнул* (прост.) *один: -Разворотило их всех. Не соберешь /А.Солженицын/*).

Десять однозначных лексем исследуемой ЛСГ принадлежат к книжному стилю. Это глаголы: **восхвалять, грассировать, дебатировать, дискутировать, диспутировать, интервьюировать, интерпретировать, напутствовать, превозносить, сетовать** (*А певцы, развезжая на аргамаках, подаренных им сыновьями покойного, красуясь в подаренных собольих шапках и шелковых халатах, наперебой восхваляли и покойного и наследников.../Ч.Айтматов/*).

Что касается многозначных глагольных лексем, то следует отметить, что разные семемы одной и той же лексемы могут входить в разные подгруппы исследуемой ЛСГ, а также могут выходить за ее рамки и относиться к другой лексико-семантической группе.

Выполненное описание лексем, входящих в ЛСГ глаголов речевой деятельности в русском языке, позволяет отметить, что из 233 многозначных лексем данной группы только 100 входят в рассматриваемую лексико-семантическую группу по своему основному значению (семеме Д1), а подавляющее большинство многозначных глаголов (133) составляют лексемы других ЛСГ, включенные в исследуемую группу по семемам Д2, К1 или К2.

Так, например, в семантемах многозначных лексем таких подгрупп, как подгруппа глаголов имитационной речевой деятельности и подгруппа глаголов, выражающих похвалу и благодарность, отмечается полное отсутствие речевых семем Д1. Глаголы данных подгрупп включены в анализируемую ЛСГ исключительно по коннотативным семемам К1 и только глагол **благодарить** входит в нее по семеме Д2.

В целом следует отметить, что среди общего числа речевых семем рассматриваемых глаголов большинство составляют денотативные семемы (178), причем семемы Д1 преобладают (100). Количество коннотативных речевых семем, развиваемых в семантемах глаголов рассматриваемой ЛСГ,

значительно меньше (126). При этом заметим, что в абсолютном большинстве – это семемы К1, лишь два глагола (*крыть* и *пороть*) имеют речевые коннотативные семемы К2.

Практически подобную же картину в плане соотношения денотативных и коннотативных семем можно наблюдать и среди неречевых семем, где денотативные семемы составляют подавляющее большинство (296 из 354). Однако среди денотативных неречевых семем преобладают семемы Д2 (163), а не Д1, как это наблюдается у речевых семем. Отметим, что подобное явление вполне прогнозируемо. Поскольку предметом исследования является ЛСГ глаголов речевой деятельности, среди семем Д1 должны преобладать именно речевые семемы. Что касается коннотативных неречевых семем, то также, как и в случае с речевыми семемами, преобладают семемы К1, а число неречевых семем К2 незначительно, таких семем выявлено только четыре.

Полное отсутствие неречевых коннотативных семем отмечено в 6 из 19 подгрупп. Это подгруппы глаголов, выражающих похвалу и благодарность; совет и пожелание; приветствие и прощание; утешение и ободрение; сору, брань, пререкание, а также подгруппа глаголов, обозначающих имитационную речевую деятельность. Следует отметить при этом, что подгруппа глаголов, выражающих утешение и ободрение, характеризуется отсутствием как неречевых, так и речевых коннотативных семем.

В целом отметим способность рассматриваемых глагольных лексем развивать как денотативные, так и коннотативные семемы, при этом число денотативных семем в семантемах рассматриваемых единиц заметно преобладает (474 денотативные семемы по сравнению с 185 коннотативными).

Как показало проведенное исследование, основная масса многозначных глаголов рассматриваемой ЛСГ – это глаголы, имеющие от двух до пяти семем. Самыми многозначными глагольными лексемами являются лексемы, не содержащие семы речи в своих денотативных семемах Д1 и входящие в данную группу в основном по своим коннотативным семемам К1. Это глаголы: *тянуть* (17 семем), *нести* (10 семем), *протянуть* (8 семем), *бросить* (7 семем), *представить* (7 семем), *ухнуть* (7 семем), *прибавить* (6 семем). Самыми многозначными лексемами с речевыми денотативными семемами Д1 являются лексемы: *говорить* (7 семем), *спросить* (6 семем) и *просить* (6 семем). Отметим при этом, что глагол *говорить* имеет 5 речевых семем, *спросить* – 4 речевые семемы, а глагол *просить* имеет только две речевые семемы.

Следует отметить, что глаголы речевой деятельности в русском языке характеризуются большой степенью развитости лексической полисемии, случаи же лексико-грамматической полисемии, под которой понимается лексико-грамматическая производность на уровне частей речи, являются единичными. При этом заметим, что лексико-грамматическую полисемию демонстрируют только определенные формы глагола. Так, семема Д1 лексемы *признаться* «открыто признать что-либо, сказать правду» проявляет лексико-грамматическую вариантность на уровне глагола и модального слова в таких формах, как *признаться*, *признаюсь*: *Я должен признаться, что ты прав* – глагольный лексико-грамматический вариант; *Признаться, ты прав* –

лексико-грамматический вариант с семой модального слова. Также сему модального слова в рассматриваемой лексеме содержит ее неречевая семема К1 «выражать удивление, недоумение» (*Он опять лжет. – Ну, **признаться!***), демонстрирующая собственно лексико-грамматическую полисемию.

Сема модального слова отмечена также в двух формах глагольной лексемы **сказать** (*скажем* и *скажи(те)*). В этом случае лексико-грамматическую полисемию проявляют разговорные коннотативные семемы К1, выражающие допущение (- *Даю наводящий вопрос, - распялся отец. - Ну, **скажем**, когда тебе грустно, хочется плакать /В.Цыбин/*) и удивление (***Скажите**, какой молодец!*).

Таким образом, вышесказанное позволяет прийти к выводу, что глаголы речевой деятельности в русском языке характеризуются широко развитой лексической полисемией, такое явление, как лексико-грамматическая полисемия в их семантемах практически не представлено.

М.А.Игнатьева

Новые наименования мужчин и женщин в русском языке рубежа веков

На словообразовательный процесс в категории наименований лиц мужского и женского пола существенно влияют экстралингвистические факторы. Анализ показывает, что на современном этапе развития русского языка наиболее активно пополняются новообразованиями следующие сферы:

1. Политика (*путинец, силовик, пиаровец, антиглобалист* и др.).
2. Рыночная экономика (*дилер, провайдер, челнок* и др.).
3. Музыка и шоу-бизнес (*стэпер, стриптизерша, бэк-вокалист* и др.).
4. Медицина (*иридодиагност, фитотерапевт* и др.).
5. Спорт (*рэфэри, фристайлер, сумоист, сноубордист* и др.).
6. Криминальная сфера (*наркобизнесмен, рэкетир, лохотронщик* и др.).
7. Государственная служба (*номенклатурищик, МВДэшник, думовец* и др.).
8. Социальная сфера (*бомж, VIP-персона, подтопленец, совок* и др.).

Помимо этого категория наименований мужчин и женщин пополняется за счет заимствований из других языков. Например, *брокер* – от английского *broker*, *мэнеджер* – от английского *manager*, *папараци* – от итальянского *paragazzo*.

Русский язык фонетически и грамматически адаптирует заимствования. Например, в выступлении ведущей программы "Время" Е.Андреевой прозвучала следующая фраза: "У нас на первом канале много селфмейдене".

Новые наименования образуются от русских и иноязычных основ следующими способами:

1. Суффиксация (*Путин*→ *путинец*, *бармен*→ *барменша*).
2. Префиксация (*полуфиналист, антиглобалистка, пресс-секретарь* и др.).

3. Сложение (*видеодилер* и др.).
Используются и другие способы словообразования.

Е.В.Кулакова

Функции надписей в маршрутном такси г. Воронежа

Исследование функций различного рода надписей в маршрутном такси позволяет говорить о двояком назначении данных фраз.

С одной стороны – это форма общения водителя с пассажирами, имеющая определенный прагматический смысл.

Например, эта определенная регуляция поведения пассажиров в маршрутном такси. Например: (“Уважаемые пассажиры ! Будьте предельно вежливы, ваша жизнь в руках водителя.”; «Уважаемые пассажиры ! Заранее приношу свои извинения за прелести езды по нашему городу: кочки, тряски и резкие повороты. Искренне Ваш водитель! “;” Уважаемые пассажиры, не забывайте, пожалуйста, в салоне: сумки, кошельки, взрывные вещества, детей и мужей.”; «Говорите громче, водитель глухой»)

Надписи также – и попытка общения с другими водителями: «Тише едешь – больше снимешь”; «Не едь за мной, сам заблудился!”; «Еду медленно, но впереди тебя!”; «Причал для ротозеев»; «Замучен налогами», «Не обгоняй – обидно (надпись сзади “газели”) и др.

С другой стороны – проявление остроумия водителя, стремления установить эмоциональный контакт со своими пассажирами. Например:

«Я люблю свой город!»; «Спасибо Вам, что вы выбрали нас»; «Стоимость аттракциона 4 рубля.”;

Кроме того, надписи – это еще и характеристика культурного и интеллектуального уровня водителя, отражение его “языкового паспорта”:

на подножке у “газели” - «Места для льготников”; «Если вы увидели эту надпись снизу, значит, я вас задавил!”; «Помой меня, я вся чешуся!”; «Шчас, все брошу и перестроюсь в правый ряд.”; ”Без денег не влезать.”; «Атас! Я выпимши.”; «Этот зад стоит очень дорого.”)

Нами было проведено исследование с целью выявления отношения пассажиров городского транспорта к подобным надписям.. Было опрошено 149 человек, которым были предъявлены 57 надписей. На вопрос: Что вызывают у вас подобные надписи (улыбку, раздражение, равнодушие...)? ответили: 69% - улыбку, 27% опрошенных – безразличие; 4% - не обращают на них внимание.

Как видим, у большинства опрошенных они вызывают улыбку. Зигмунд Фрейд расценивал юмор как символическое уничтожение врага. Какого? Да нашего бескультурья, незнания правил поведения в общественном транспорте.

Прежде чем говорить об уместности данных надписей, необходимо отметить, что “маршрутка” – это общественное место, где оказываются рядом незнакомые люди, разные по возрасту, по росту, по статусу, по интеллекту;

которых принимают за “своих” . Фамильярное, грубое обращение абсолютно неуместно. Например: («Для слабонервных: аптечка находится у водителя!»; «Любишь кататься, плати и катайся !»; «Уважаемые пассажиры! Огромная просьба: семечки есть со шкурками, чипсы и мороженное с упаковкой . Пиво – закусывать бутылками»; «Хлопнешь дверью, умрешь от монтировки.»; «Проезд 3 У бля!»

Необходимо также учитывать, что многие едут далеко (не 5 минут), а стало быть долго. Поэтому какие мысли, эмоции могут возникнуть, когда человек видит надпись: (“Проезд 4 рубля. До кладбища – 4 рубля 50 коп.”). Подобные надписи говорят об отсутствии вкуса, показывают низкий интеллектуальный уровень водителя. Возникает вопрос: Нужны ли подобные надписи? Да. Но они должны соответствовать нормам речевого этикета. Это должны быть фразы пусть в шуточной или иносказательной форме, не унижающие, а добрые, общепонятные: «Уважаемые пассажиры! Во избежание травм, просьба держаться за поручни и своевременно оплачивать проезд!».

И. А. Морозова

Тенденции в развитии современного именника (на материале данных Борисоглебского ЗАГСа за 1984 – 2000 годы)

Полученные нами сведения об именах новорожденных позволяют увидеть некоторые закономерности в развитии современного именника. Зафиксированные нами имена разделились на несколько групп:

- 1) имена массового распространения (названо более 20 новорожденных в течение календарного года);
- 2) имена широкого распространения (названо от 10 до 20 новорожденных в течение календарного года);
- 3) имена ограниченного распространения (названо от 4 до 10 новорожденных в течение календарного года);
- 4) редкие и редчайшие имена (названо 1-3 новорожденных в течение календарного года)

Названия групп заимствованы нами из статьи . А. В. Сусловой "Заметки о составе и движении личных имен" // РР 2000 № 2 – с. 82-84).

К женским именам массового распространения с 1984 по 1990 годы могут быть отнесены *Елена, Ольга, Светлана, Анна, Екатерина, Татьяна, Юлия, Марина* и др., а уже с 1995 по 2000 годы – только *Анастасия, Екатерина*. Если обратиться к мужским именам этой группы, то имена *Александр, Дмитрий* в течение всех 16 лет занимают первые позиции. С 1984 по 1990

годы в эту же группу входят *Алексей, Сергей, Андрей, Евгений*. В последующие годы к мужским именам массового распространения можно отнести лишь *Сергей, Алексей* (1991 – 1993 гг.), *Сергей* (1998 г.), *Максим* (2000 г.).

В числе имен широкого распространения, данных с 1984 по 1990 год, отметим следующие женские имена: *Мария, Оксана, Анастасия, Людмила, Надежда, Наталия*. В 1988 году в эту группу входят из числа ограниченного употребления *Дарья, Олеся, Анастасия*. С 1995 по 2000 год названная группа имеет несколько другой состав: *Татьяна, Юлия, Виктория, Екатерина* и др. состав мужских имен широкого распространения также постепенно меняется: 1984-1990 гг – *Николай, Денис, Павел, Роман, Игорь, Иван* и др., 1995-2000 гг. – *Владислав, Евгений, Андрей, Артем* и др. Следует отметить, что количество используемых имен, как женских, так и мужских, в данной группе колеблется от 5 до 10 единиц.

Более широкий состав имеет группа имен ограниченного употребления – в среднем от 10 до 15 антропонимических единиц, среди них такие, как *Александра, Евгения, Валерия, Марина, Светлана* и др.; *Антон, Олег, Константин, Павел, Денис* и др.

Самой разнообразной и объемной по количеству используемых имен является группа редких и редчайших имен, обычно в нее входит от 20 до 25 единиц. Но охватывает данная группа не более 10 % именуемых. В составе имен названного типа выделяются иноязычные (*Карина, Роксана, Гульнара, Зупра, Диера* и т. п.; *Януш, Тагир, Умид, Янис, Рустам* и т. п.), старые календарные имена, редко употребляемые в настоящее время (*Евдокия, Варвара, Арина, Елизавета, Вера* и др.; *Петр, Ярослав, Василий, Игнат, Степан* и др.), "прецедентные", т. е. имена, данные в честь различных популярных исторических и современных персонажей (*Земфира, Венера, Есения, Лаура* и др.; *Герман, Данила, Эвис, Юлий* и др.)

Состав имен в трех первых группах относительно стабилен, его можно рассматривать как основной состав именника. Четвертая группа характеризуется нестабильностью, постоянной изменчивостью.

Постепенно происходит передвижка отдельных имен из группы в группу, что можно наблюдать лишь на значительном отрезке времени. Покажем этот процесс на примере некоторых имен (отметим, что приведенные данные не учитывают тенденцию к снижению рождаемости в последние годы).

Уменьшение численности некоторых имен:

	1984	1986	1988	1990	1992	1994	1996	1998	2000
Елена	74	48	47	25	18	11	16	10	7

Ольга	47	44	49	30	12	10	5	8	8
Надежда	36	12	11	9	6	7	4	3	4
Алексей	56	41	47	27	20	18	20	6	13
Влади- мир	24	25	24	14	9	6	8	6	8
Евгений	31	28	27	27	12	18	15	6	5

Увеличение численности некоторых имен:

	198 4	198 6	198 8	199 0	199 2	199 4	199 6	1998	200 0
Анаста- сия	13	14	11	20	24	19	29	24	34
Кристина	3	3	8	16	12	11	10	11	8
Виктория	4	8	9	3	13	13	9	11	17
Илья	3	9	7	8	7	10	6	5	14
Никита	1	4	-	4	4	4	7	8	13
Влади- лав	4	5	2	4	2	7	14	14	12

Как видно, при общей тенденции к сокращению или увеличению частотности отдельных имен это происходит постепенно и сопровождается некоторыми колебаниями, временными возвратом к предыдущему состоянию, за которым наступают более резкие и ощутимые изменения.

Состав имен у девочек традиционно шире, чем у мальчиков. Но если раньше расхождение по количеству используемых имен составляло 7-14 единиц, то с 1992 года это расхождение в 2-4 единицы, а в 1995 и 1996 гг состав мужских имен был больше, чем женских на 1 и 2 единицы соответственно.

Несмотря на снижение рождаемости (почти в 2 раза), состав личных имен борисоглебских детей не уменьшился, следовательно, меньшее число именуемых стало носителями нескольких самых популярных имен.

В последние годы появилось достаточное количество словарей, книг и пособий по характеру и происхождению личных имен, шире распространяются рекомендации для родителей по выбору имени ребенку, взрослые стали ответственнее относиться к имяназванию. Все это способствует, с одной стороны, устойчивости именинника благодаря использованию традиционных русских имен, а с другой стороны, ведет к его существенному обновлению.

Таким образом, проанализированные нами изменения в репертуаре имен новорожденных в г. Борисоглебске отражают общие тенденции в развитии именинника в России. Ускорение темпов сменяемости имен, возрождение незаслуженно забытых исконных имен, расширение состава антропонимических единиц – все это связано с социальными и культурными переменами, которые происходят в нашем обществе.

И.И. Шохина, О.Н. Чарыкова

ЛСГ глаголов созидания в русском языке как полевая структура

Если исходить из статуса семем глаголов, образующих данную ЛСГ, то к ядерным правомерно относить единицы, имеющие семему Д1 (и как единственно возможную, и как одну из возможных). Ядерными глаголами ЛСГ созидания следует считать те, которые, кроме первичного денотативного, развили вторичное денотативное и первичное коннотативное значение созидания. Наличие у подобных глаголов нескольких статусов семем, объединенных значением созидания, свидетельствует о том, что данное значение у указанных единиц появилось очень давно или было изначальным, а следовательно, именно они являются опорными, базовыми глаголами рассматриваемой ЛСГ и с полным правом могут именоваться ядерными. Это глаголы создать, сделать, произвести, строить и др. К ним примыкают глаголы, которые имеют только первичное денотативное значение и не успели

приобрести производно-номинативных и коннотативных семем со значением созидания (мастерить, изготовить и др.).

Конкретные глаголы с производно-номинативной семемой созидания (варить, плести, ковать и др.) в прямом значении входят в ядро ЛСГ обработки. В ЛСГ созидания они располагаются вокруг ядра, на ближней периферии. Глаголы из далеких по семантике ЛСГ, у которых значение созидания выражено вторичной денотативной или первичной коннотативной семемой, составляют дальнюю периферию рассматриваемого лексико-семантического поля. Например: пускать пузыри, распускать слухи.

Таким образом, один полисемантический глагол может входить в состав нескольких ЛСГ. При этом в одной из них он относится к числу ядерных единиц и выступает в первичном денотативном значении, а в остальных располагается на периферии и имеет производно-номинативное или коннотативное значение.

В ЛСГ все время идут центростремительные и центробежные процессы: одни глаголы стремятся от периферии к ядру, другие – от ядра к периферии, соответственно изменяя свой семемный статус. Например, глагол возводить по своей этимологии связан с глаголами перемещения в пространстве, однако на данном этапе развития языка значение созидания является у него первичным денотативным, что позволяет отнести данную единицу к разряду ядерных глаголов рассматриваемой ЛСГ.

Следует отметить, что трудно установить абсолютно четкие границы между ядром, ближней и дальней периферией глагольной ЛСГ. Эти границы размыты, диффузны, поскольку центростремительные и центробежные процессы постоянны и все время имеются глаголы, находящиеся на промежуточной стадии этого процесса.

И.В. Болдырева

Значения фразеосочетаний с личными притяжательными местоимениями в современном русском языке

Традиционно местоимения рассматриваются как слова, замещающие полнозначные именные части речи и не имеющие собственного лексического значения. На замещение как на основную функцию местоимений указывается, например, в работах Л.В. Щербы [9]. Другой распространенной точкой зрения, нашедшей отражение в учебниках и грамматиках, является включение местоимений в состав дейктических слов, «которые не являются названиями лиц, предметов и явлений, а лишь указывают на них, отсылают к ним, выделяя лица, предметы и события относительно координат речевого акта, актуального момента речепроизводства, участников коммуникативного акта, местоположения лиц и предметов...» [8].

Однако характеристика местоимений как неполнозначных слов-заместителей и слов-указателей вызывает возражения лингвистов, так как, с одной стороны, не для всех местоимений функция указания или замещения является основной, а с другой стороны, не только местоимения могут выполнять эти функции. В ряде исследований последних лет признается, что местоимения обладают значением, не зависящим от ситуации или контекста, и предпринимаются попытки установить его структуру.

В составе фразеологических сочетаний компоненты-местоимения претерпевают качественные семантические и грамматические изменения, при этом утрачиваются именные морфологические категории рода, числа и падежа [3]. Поэтому они нуждаются в специальных толкованиях.

По структуре рассматриваемые в данной работе фразеологизмы являются сочетаниями слов, включающими личные притяжательные местоимения: *мой, твой, наш, ваш, его, ее, их*. Для установления семантической структуры указанных местоимений мы использовали типологию языковых значений, предложенную в работах М.М. Копыленко и З.Д. Поповой [4].

Во фразеосочетаниях «*Воля ваша*», «*Ваша власть*» на основе первичных значений Д2Д1 сформировались вторичные значения К1 К1, для обозначения формулы этикета, согласия с собеседником.

В составе фразеологизма «*Ваш покорный слуга*» из сочетания семем Д1Д1Д1 развивается единство К1 К1 К1 в значении «выражение, употребляемое вместо «Я».

Во ФС «*Наш брат*» со значением «мы и нам подобные» на основе семем Д2 К1 возникает коннотативная мотивированная семема К1К1, т.е. наблюдается субстантивация значения притяжательного местоимения.

Во ФС «*И нашим и вашим*» семемы Д2Д2 развиваются в коннотативные мотивированные семемы К1К1 со значением «одним и другим одновременно служить, угождать и т.п., о поведении кого-л., стремящегося угодить двум различным лицам и сторонам».

Во ФС «*Знай наших*» семемы Д1Д2 развиваются в семемы К1 К1 со значением «вот мы какие, вот с кем имеете дело; выражение чувства удовлетворения, гордости или самодовольства», т.е., как видим из примера, происходит субстантивация значения местоимения.

Во ФС «*Наша берет*» семемы Д2Д2 переходят в семемы К1К1 со значением « выражение признания чьей-л. победы».

Во ФС «*Наше дело правое*» на основе семем Д2Д2Д2 возникают семемы К1К1К1 со значением «выражение признания чьей-л. победы или уверенности в своей правоте».

ФС «*Наше Вам с кисточкой*» простореч. шутивно-фамильярное приветствие при встрече. Семемы Д2Д2Д2.

ФС «*Будет и на моей (нашей, вашей) улице праздник*» со значением «предвкушения радости, удачи, торжества в будущем, выражение указывает на возможность восторжествовать над кем-л, чем-л.» из сочетания семем Д1Д2Д1Д1 развиваются коннотативные мотивированные семемы К1К1К1К1.

ФС «*Мое (твое, его, их, ее, наше, ваше) дело сторона*» семемы Д1Д1Д1 развиваются в семемы К1К1К1 со значением «меня, тебя и т.д. совершенно не касается, ко мне, тебе и т.д. не имеет никакого отношения».

ФС «*Не мое (твое, его, ее, наше, ваше, их) дело*» семемы Д1Д2 развиваются в семемы К1К1 со значением «при решительном отказе сообщить кому-л. что-л. или допустить вмешательство во что-л.».

ФС «*Не моего (твоего, его, ее, нашего, вашего) ума дело*» со значением:

1. я (ты и т.д.) совсем не разбираюсь в чем-л., ничего не смыслю в чем-л. Д1Д1Д2;

2. меня (тебя и т.д.) не касается) семема К1К1К1.

ФС «*Лопни мои глаза*» клятвенное заверение в чем-л. На основе семем Д1Д1Д1 возникает коннотативная мотивированная семема К1К1К1 со значением «клятвенное заверение в чем-л.»

ФС «*Только через мой труп!*» семемы Д1Д1Д1 переходят в семемы К1К1К1 в выражении со значением категорического протеста со стороны кого-либо против чьего-либо предполагаемого действия, поступка.

ФС «*Моя (твоя, его, ваша, их) хата с краю*» семемы Д2Д1Д1 развиваются в К1К1К1 со значением «меня (тебя, вас, их) не касается; ко мне (тебе, вам, им) не имеет никакого отношения».

ФС «*С мое*» семема Д2 переходит в семему К1 со значением «столько, сколько я (пожить, испытать, сделать что-либо и т.п.)».

Таким образом, анализ рассмотренных примеров позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, группа притяжательных местоимений способна развивать свое значение Д1 в составе фразеологических сочетаний.

Во-вторых, при совмещении семем К1 и Д1, К1 и Д2 создается образность выражения, значение фразеологизма, таким образом, мотивировано. Компоненты- притяжательные местоимения в исследованном материале входят в состав фразеологических единиц как фразеобразующий компонент.

Очевидно, что в русском языке у местоимений есть свое лексическое значение, которое способно развиваться.

-
1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л. 1973.
 2. Болдырев Н.Н. Концептуальная метонимия на разных уровнях языка: система и реализация. Материалы докладов Международной научной конференции, Минск, Беларусь 16-17 мая 2002.
 3. Кононова А.А. Единицы с компонентом-местоимением. Челябинская фразеологическая школа. Челябинск, 2002.
 4. Копыленко М.М., Попова З.Д. Очерки по общей фразеологии. Воронеж, 1978.
 5. Корнева Е.Н. Лексические значения местоимения СЕБЯ. Контрастивные исследования лексики и фразеологии русского языка. Воронеж, 1996.

6. Петрова О.В. Местоимение в системе функционально-семантических классов слов. Воронеж, 1989.
7. Попова З.Д., Стернин И.А. Лексическая система языка. Воронеж, 1984.
8. Рахимов С. Проблема дейксиса как категории сопоставительной грамматики // Филол. науки. 1986. № 4.
9. Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. М., 1957.

С. Г.Онишко

Формальное комментирование номинаций посредством вставных элементов

В ряде работ, посвященных психолингвистическим проблемам языка (и современного русского языка, в частности) и связанным с ними проблемам организации текста, наметилась тенденция рассматривать речевой поток в виде так называемого «двутекста»: собственно текста и метатекста, комментирующего собственно текст.

В этой связи необходимо заметить следующее. За время своего существования письменная речь выработала целый комплекс средств метаязыкового комментирования, среди которых наиболее действенными оказываются вставные элементы. Выключая с помощью скобок (реже – двойного тире) какой-либо фрагмент высказывания в независимую позицию, пишущий придает ему статус предписания, обращенного к партнеру по речевому акту: «Обрати внимание на то, что...». Общая функция такого предписания сводится к тому, чтобы добиться однозначной (желательной для пишущего!) интерпретации сказанного. Реализация этой задачи возможна в различных вариантах, один из которых предполагает метаязыковое комментирование номинаций в составе текста.

Предметом подобного комментирования каждый раз выступает узусальное или индивидуальное соотношение между означаемым и означающим данной номинативной единицы, которое автор по каким-либо причинам вынужден уточнять. Процесс уточнения исходит либо в направлении от формы к содержанию знака (и тогда метарамка подразумевает: «Имей в виду, что под этим понимается следующее: ...»), либо от содержания к форме (метарамка содержит указание: «Имей в виду, что эта реалья имеет следующее название:...»). Ср.: *Кровь состоит из эритроцитов (красные кровяные тельца) и лейкоцитов (белые кровяные тельца).* // *У эритроцитов тонкая оболочка (цитолемма)* (из «Анатомии»).

Вторая разновидность уточнения соотношения между означаемым и означающим номинации, называемая нами формальным комментированием номинаций, заслуживает особого внимания. Процесс именования, осуществляемый с помощью вставных единиц, неоднозначен: в одних случаях автор именует предмет, известный адресату из контекста, но не получивший в нем знак языкового кода, необходимый для дальнейшей коммуникации.

Адресату предписывается: «Имей в виду, что этот предмет имеет следующее имя...». В других случаях во вставке осуществляется вторичное именование, когда уже известному и названному в основном сообщении предмету присваивается еще одно имя. Пишущий сигнализирует читателю: «Имей в виду, что этот известный тебе и уже названный предмет по-другому называется следующим образом...». Ср.: *Она (тетя Вера, как мы ее называли) первая обратила внимание на мой странный, какой-то растерянный вид. // Мы едем, конечно, в Александринский (Императорский) театр* (Гиппиус).

Первый вид формального комментирования для коммуникации необходим, поскольку присвоенные имена используются в дальнейшем, однако иногда автор не планирует возвращение к ним – в этом случае идентификация имени преследует иные цели: с ее помощью автор демонстрирует осведомленность в каком-либо вопросе, тем самым приближая вероятность того, что адресат отнесется к написанному с полным доверием: *Тогдашние пляски - Венера и Завр, Жестокая участь, Купидон – отличались медлительностью...* (Мережковский).

С помощью именования автор способен выразить свое отношение к поименованному объекту: *Для меня же, хоть я давно примирился с существованием некой вторичной судьбы (незадачливой секретарши Мак Фатума, так сказать), эти скрежежущие остановки были, пожалуй, самым тяжким испытанием* (Набоков).

Иногда именование предмета оказывается результатом совмещения в высказывании внешнего и внутреннего голосов субъекта. Вставное сообщение эксплицирует мысленный ответ говорящего на предполагаемый вопрос об имени объекта: «Как же его зовут?» Например:

Перегнувшись через подоконник, она обрывает машинально листья с тополя, доходящего до окна, увлеченная стремительной беседой с мальчиком, разносящим газеты (кажется, Кеннет Найт)... (Набоков).

Задачей вторичного именования является предупреждение о существовании в прошлом или настоящем какого-то другого имени лица, животного, явления, причем исходное и вторичное имена находятся в разного рода отношениях. Так, они могут принадлежать разным языкам: *Мышца (musculus), как и другие органы, имеет сложное строение* (из «Анатомии»).

Они могут различаться стилистически: *Высокий, худой, он держался необыкновенно прямо («точно аршин проглотил»)* (Маковский).

У них могут быть разные сферы распространения: *Там же, как царь-дерево, громоздилась могучая, в три обхвата, вековая лиственница (листвен – на «он» звали ее старики)* (Распутин).

Они могут различаться временем активного использования: *На бревенчатую пристань казаки из членов вели пленных (ясырь)* (Чапыгин).

У наименований, использованных для номинации одной и той же реалии, может быть различный объем: *В Москве подписан Протокол о развитии сотрудничества между «Заводом имени Лихачева» («ЗИЛ») и Горьковским автозаводом («ГАЗ»)* («Рос. газета»).

Необходимо подчеркнуть, что формальное комментирование номинаций подразумевает установление соотношения «означаемое-означающее» в

направлении от содержания знака к его форме, возможное лишь в случае, если содержание комментируемой номинации уже (или еще) не требует конкретизации. Именно поэтому в рассмотренных нами оппозициях средством комментирования выступают неизвестные адресату наименования, в других условиях коммуникации требующие содержательного комментирования – иноязычные, диалектные, просторечные, устаревшие слова и выражения, аббревиатуры.

О.А. Лунина

К вопросу об уступительных отношениях, выражаемых союзом ЕСЛИ в сложноподчиненных предложениях

Очень часто в лингвистической литературе мы можем встретить мнение, что условный союз *если* в определенных контекстах выражает уступительное значение, в особенности, если этот союз сопровождается усилительной частицей *даже* (хотя возможен и без нее) [Щеулин 1955; Скосырева 1956; Рогожникова 1957; Федоров 1972; Беднарская 1983]: *Даже если я с дороги чуток и сбился, Митрич-то услышит /А.Трапезников/; Даже если появятся у рубля хороший знак, сейчас он не нужен /из газет/; Даже если раскопают, что перед его смертью вы развлекались на твоей даче - учти! - я сказал «даже если», тебе ровным счетом ничего не грозит /он же/.*

Однако прежде чем принять или не принять подобное утверждение, на наш взгляд, следует разобраться в том, какие отношения следует считать уступительными.

Общепринятая точка зрения в определении термина уступительных структур примерно такова: «Уступительные придаточные предложения обозначают условие, которое должно бы препятствовать осуществлению того, что выражается в главном предложении, но фактически не препятствует, а “уступает” фактам, передаваемым в главном предложении». Мы намеренно не даем конкретных ссылок, так как подобного рода определения с незначительными вариациями в формулировках можно найти практически в любой работе по синтаксису сложного предложения.

Согласно этой точке зрения, перед нами двухчленная конструкция, где события главной части противоречат событиям придаточной части. Мы позволим себе не согласиться с данной трактовкой. На наш взгляд, здесь мы имеем дело с трехчленной конструкцией, где в противоречие, с одной стороны, вступают два следствия, вытекающие из одного условия: следствие ожидаемое и следствие неожиданное, а с другой – названное в придаточной части условие и реальное следствие, обозначенное в главной части. Это противоречие лексически не эксплицировано, а выявляется как результат несоответствия между названным условием и реальным следствием: *Хотя на*

улице шел дождь, Коля не взял зонт. Ср.: На улице шел дождь, следовательно, Коля должен был взять зонт, а он нарушил эту естественную и закономерную логику и не взял зонт.

В связи с таким положением вещей нам кажется, что отнесение союза *если* в определенных контекстах к уступительным является некорректным. В конструкциях данного типа придаточное условия ограничивает сферу существования следственной ситуации, возникающей при таком условии, то есть фиксируется не уступка, а снятие ограничения на условие: действие будет осуществляться при любых условиях. Иными словами, если в уступительных конструкциях речь идет о двух следствиях, то здесь – о двух альтернативных условиях: благоприятном (лексически не эксплицированном) и неблагоприятном, которые одинаково ведут к одному и тому же следствию. Поэтому противоречие ожидаемого и реального следствия, характерное для уступительных конструкций, здесь снято. На единственно возможное следствие нередко может указывать коннектор *все равно*: *Меня даже задержали по какому-то анонимному письму, в котором говорилось, что я убил ее. Но если я и хотел этого, то все равно никогда бы не совершил над ней ничего такого* /А.Данилова/; *Даже если это трюк, состав преступления все равно есть* /А.Антонов/.

Беднарская Л.Д. Изменения в семантике и структуре сложноподчиненного предложения в русском языке художественной прозы с 20-30-х годов XIX века до 80-х годов XX века: Дисс. ... канд. филол. наук. - Орел, 1983.

Рогожников Р.П. Предложения с союзами *если* и *если бы* современном русском языке // РЯШ. – 1957. - №6. - С. 41-46.

Скосырева Н.И. Уступительные предложения в произведениях И.А. Крылова // Уч. зап. Томского гос. пед. инс. – Томск, 1956. - Т.XV. – С. 275-296.

Федоров А.К. Трудные вопросы синтаксиса. - М.: Просвещение, 1972.

Щеулин В.В. Причинные, следственные и уступительные сложноподчиненные предложения в произведениях В.Г.Белинского, Н.Г.Чернышевского и Н.А.Добролюбова: Дисс. ... канд. филол. наук. - Воронеж, 1955.

Е.В. Борисова

Категория утверждения-отрицания в односоставных дебитивных предложениях

Категория утверждения-отрицания была и остается объектом пристального внимания исследователей. Такое внимание к этой категории объясняется сложностью и своеобразием отрицания, вызывающим разнообразие точек зрения на его природу и сущность. Одни ученые склонны думать, что отрицание - это чисто субъективное проявление человеческой психики

(Ж.Гиннекен, Б.Дельбрюк, О.Есперсен); в связи с чем значение его сводится либо к выражению чувства сопротивления, обороны против каких-то положительных факторов и явлений действительности, либо к выражению чувства нежелания и отвращения. Другие лингвисты вводят отрицание в сферу категории модальности (В.В.Виноградов, В.Г.Адмони и др.), полагая, что отрицание является средством определения событий, явлений действительности нереальным. Однако для большинства современных исследователей отрицание является самостоятельной категорией, отличной от категории модальности (Е.И.Шендельс, В.З.Панфилов, В.Н.Бондаренко и др.).

Категория утверждения-отрицания - это специфическая категория. В большинстве случаев она работает весьма последовательно и предполагает, что в односоставных предложениях констатируется существование-несуществование отдельно взятого семантического объекта: *За домом - старый парк; Его не знают*, а в двусоставных предложениях - существование-несуществование отношения "определяемое - определяющее": *Дует с моря холодный ветер* (Ломов 1994, с.53).

Данная категория носит всеобъемлющий характер: она пронизывает всю синтаксическую систему языка. В русском языке существует фактически только один тип предложений, не имеющий отрицательного варианта. Это двусоставные измерительно-предметные предложения. Они могут быть только утвердительными, так как исчисление количества предметов через отрицание не проводится (Севергина 1994, с.58).

В русском языке утверждение, как известно, выражается без использования какого-либо материально выраженного знака: *Брызжет дождик через сито* (Б.Пастернак. Ненастье). Предложение понимается как утвердительное постольку, поскольку в нем нет отрицательной частицы. Напротив, для экспликации отрицания существуют специальные языковые средства. Это отрицательная частица *не*, отрицательные местоимения *никого, ничего* и др., отрицательные предикативы *нет, нельзя* и т. д. Если для выражения экзистенциального компонента употребляется бытийный глагол, то частица *не* ставится непосредственно перед ним, сигнализируя общее прямое отрицание: *Она не стала певицей; Мы вчера не были в театре*. Соответственно в тех случаях, когда этот компонент передается окончанием финитных глаголов, как в активно-процессных предложениях, или окончанием страдательных глаголов на *-ся*, как в двусоставных пассивно-процессных предложениях, отрицательная частица употребляется при этих глаголах: *На улицах Москвы разлук не видят встречи, Разлук не узнают бульвары и мосты* (С.Наровчатов. Зеленые дворы); *Сегодня телеграммы не разносятся*.

В двусоставных и односоставных признаковых предложениях негирование экзистенциального компонента осуществляется несколько иначе. Здесь отрицание может носить опосредованный характер: в двусоставных признаковых предложениях частица *не* находится непосредственно перед репрезентантом вещественного компонента сказуемого: *Однако темный этот вопрос еще был не последним* (А.Солженицын. Крохотки), в односоставных признаковых предложениях - перед номинатором вещественного компонента: *Было не поздно*. В признаковых предложениях реализуется вариант общего

отрицания - косвенное отрицание, которое, по наблюдению А.М.Ломова, "по форме является частным, а содержательно оказывается тождественным общему прямому отрицанию" (Ломов 1994, с.158). Вместе с тем, если частица *не* употреблена при любом другом члене признакового предложения, отрицание будет носить частный характер: ***Не с тобой мне станет весело.***

Негирование односоставных дебитивных предложений заметно отклоняется от обычных стандартов. В предложениях исследуемого типа отрицание никогда не реализуется в составе всей базисной пропозиции, поскольку оно не может относиться к конституирующему все предложение в целом значению необходимости. Устранив последнее, мы разрушим дебитивные предложения как таковые. Простейший эксперимент показывает, что в тех случаях, когда интересующие нас предложения имеют эксплицитно выраженный бытийный компонент, постановка частицы *не* при бытийном глаголе принципиально исключена. Ср.: *Мне было не встать*, но нельзя *Мне не было встать*; *Её стало не узнать*, но нельзя *Её не стало узнать*.

В рамках односоставных предложений нашего типа отрицание ориентировано на репрезентанты небазисной пропозиции. Отрицательная частица *не* употребляется перед аналогом сказуемого, фиксируя, что ситуация не должна существовать: *До вертикального поручия ей было не дотянуться* (А.Маринина. Тот, кто знает); *Но в ночь под Рождество не повторять о том, что можно много потерять...* (И.Бродский. Зофья).

Известно, что введенная в состав базисной (развернутой) пропозиции небазисная (свернутая) пропозиция подобна отдельно взятому предложению. Она имеет аналог подлежащего и аналог сказуемого. Инфинитив, являющийся в нашем типе предложений базой пропозитивного по своей сути вещественного компонента, оказывается аналогом сказуемого, имя существительное (местоименное существительное) в дательном падеже выполняет роль подлежащего. Поэтому в тех случаях, когда в дебитивных предложениях частица *не* находится непосредственно перед инфинитивом, репрезентантом аналога сказуемого, отрицая "положение дел" в целом, реализуется не общее отрицание, а лишь аналог общего отрицания, пониженный в ранге.

Вместе с тем отрицание может относиться и к отдельным частям рассматриваемых предложений: к аналогу подлежащего и к второстепенным членам предложения. В этом случае отрицание выполняет роль аналога частного отрицания, подчеркивая несуществование отдельных деталей того «положения дел», на которое указывает небазисная пропозиция: ***Не мне спешить, не мне бежать вослед и на дорогу сталкивать другого и жить не так*** (И.Бродский. Гость); ***Но есаулам строго-настрого велено смотреть: не теперь ещё успокоиться, нет*** (В.Шукшин. Я пришел дать вам волю); ***В поверхности быстрого потока не различить отражений ни близких, ни далеких*** ... (А.Солженицын. Крохотки. Отраженье в воде); ***Еще от этой тошноты помогают соленые огурцы и квашеная капуста, но ни в больнице, ни в медгородке их конечно не достать...*** (он же. Раковый корпус).

Известно, что русский язык располагает разнообразными средствами для выражения отрицания. В научной литературе отмечалось, что отрицательная

семантика ряда синтаксических структур может передаваться без использования отрицательной частицы *не* (Распопов 1958, с.37; Шмелев 1958, с.63). В роли «маркеров» отрицания выступают линейные и ритмомелодические средства языка. В результате возникают мнимо-утвердительные и мнимо-отрицательные конструкции.

Как показывают наши наблюдения, в рамках мнимо-утвердительных дебитивных предложений с помощью интонации выражается обыкновенно нежелание собеседника участвовать в реализации того или иного "положения дел". Своеобразие этих структур заключается в том, что на первый план в них выдвигается эмоциональное отношение говорящего: чувство досады, возмущения. Ср. *И вдруг однажды приходит из университета жена и говорит:*

- Мария Тихоновна приглашает нас на юбилей.

- Что ж, сделай доброе дело - сходи.

- Видишь ли, - сказала жена, - нас она вместе приглашала.

- Ну знаешь... **Только мне теперь по юбилеям и ходить** (= Не хватало мне только теперь по юбилеям ходить).

Я пришел в ярость. Конец июня, конец учебного года... (Ф.Абрамов. Слон голубоглазый).

В некоторых случаях говорящий выражает свое негативное отношение и к созданной или спрогнозированной собеседником ситуации: *Двадцатилетний парень в молодежном кафе с женщиной, которая старше его на двадцать восемь лет. ...Глупейшая ситуация. Вытащил меня в бар где-то на Котельнической. **Мне только по барам слоняться!*** (= Не хватало мне только по барам слоняться!).

В рамках дебитивных предложений гораздо чаще, чем в конструкциях других типов, встречаются и мнимо-отрицательные структуры. Одна из самых распространенных моделей имеет в своем составе обязательные компоненты: десемантизованное местоименное наречие *как*, частицу *не* и инфинитив полнознаменательного глагола: - *Бабушка, а ты помнишь их семью, Ледневых? – спросила Катя. – **Как же не помнить!** Я всех помню* (А.Рыбаков. Екатерина Воронина); ***Как же не дать** им вступить в долгожданный бой в эти последние дни победы!..* (С.Злобин. Пропавшие без вести). Утвердительный смысл подобных высказываний создается за счет двойного отрицания с помощью интонации и частицы *не*.

В рамках односоставных дебитивных предложений реализация утвердительных и отрицательных структур оказывается сплошь и рядом дополнительно нагруженной в том смысле, что категория утверждения/отрицания безразлична к передаче вторичных модальных значений. Так, отрицательная частица *не* при инфинитиве совершенного вида указывает на значение ситуативной предопределенности невозможности: ***Мне не дать** этот зачет*, соединение инфинитива несовершенного вида с негативной создает иной модальный смысл: констатируется необходимость отсутствия ситуации. Ср. ***Мне не сдавать** этот зачет*. Отрицание при инфинитиве, репрезентанте аналога сказуемого, является обязательным компонентом дебитивных предложений со значением отвергаемой

ситуативной предопределенности: *Не носиться же по лесам за европейской норкой* (из телепередачи). Положительными дебитивными предложениями с инфинитивом несовершенного вида реализуется такой вариант ситуативно-предопределенной необходимости (долженствования), как констатируемая ситуативная предопределенность: *Но скоро уж опять ехать в село* (В. Солоухин. Луговая гвоздика).

Ломов А.М. Типология русского предложения. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1994.

Распосов И.П. Вопросительные предложения // РЯШ. – 1958. – № 1. – С. 34-37.

Севергина Е.В. Двусоставные количественные предложения в русском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 1994. – С.10.

Шмелев Д.Н. Экспрессивно-ироническое выражение отрицания и отрицательной оценки в современном русском языке // ВЯ. – 1958. - № 6. – С.63-75.

Г.Е. Шилова

Типы ассимиляции заимствованной лексики в системе русского языка

Явление лексического заимствования присуще всем языкам. Исследователей издавна интересовали процессы освоения иноязычных элементов. Этими вопросами занимались Трнка Б., Крысин Л.П., Суперанская А.В., Шахрай О.Б., Василевская И.А., Авилова Н.С., Хауген Э., Акуленко В.В., Войнрайх У., Аристова В.М., Комлев Н.Г., Докохова М.Г., Володарская Ф.М. и др.

Материалом для нашего исследования языковых явлений, характеризующих лексику в ее движении, послужила иноязычная лексика, используемая в публицистике. Объектом анализа является частотный словарь иностранных слов (1500), составленный путем сплошной выборки из газет общероссийского значения и теле- и радиопередач информационного характера.

Язык – система, структурно-семантические нормы которой ограничивают проникновение в нее чужих элементов. Адаптация заимствований в системе русского языка происходит в соответствии с законами русского языка на фонетическом, графическом, грамматическом, семантическом и стилистическом уровнях.

Многие исследователи отмечают, что первостепенное значение для успешной ассимиляции заимствования в системе русского языка-реципиента имеют фонетическое и графическое его освоение. Иноязычный облик слова теряется, оно уподобляется словам русского языка. Фонетическая адаптация

протекает по ряду направлений: аканье в первом предударном слоге при произношении звука [о] (*автономия, блокировать, демонстрировать, зомбировать, зональный, клонировать, коммерческий, компьютер, коктейль, комфорт, консалтинг, консенсус, контракт, контраст, концепция, мобильный, модель, позиция, полемика, прогноз, проект, солярий, формальный, экология, экспозиция*); оглушение звонкого согласного на конце слова (*авангард, аналог, блицпарад, вояж, гранж, допинг, драйв, дубляж, индивид, код, лизинг, маг, официоз, паб, ранг, рейд, рейтинг, роуминг, саботаж, скинхэд, серфинг, секондхэнд, таблоид, талиб, фланг, фриз, электрод, эпизод*); смягчение согласных перед буквой "е" (*агрессивный, дебаты, дебютировать, делегация, демократия, депрессия, депутат, компетенция, компрессор, конфессия, кредитор, кредо, период, персона, препарат, резерв, результат, реквизит, сервис, суверенитет, террор, фермер*); замена иностранных звуков, отсутствующих в русском языке, на фонетически близкие ему звуки. Например, английский звук [dz] в результате заменяется фонетически и графически на сочетание [дж] (*джоббер - jobber, джокер - joker*). Но есть и другие примеры, где английский звук [dz] заимствуется, а графически оформляется как сочетание дж (*имидж - image, колледж - college, менеджер - manager, тинейджер - teenager*). Английский звук [w] заменяется на [у] (*уикэнд - weekend*) или [в] (*вестерн - western*).

Следует обратить внимание и на передачу удвоенных согласных. В корне слова они обычно сохраняются в русском языке (*агрессивный* [фр. *agressif* < лат.], *ассортимент* [фр. *assortiment*], *ассоциация* [< лат. *associatio*], *босс* [англ. *boss*], *депрессия* [< лат. *depressio*], *иммиграция* [< лат. *immigrare*], *иммунитет* [< лат. *immunitas*], *колледж* [англ. *college*], *комментарий* [лат. *commentarium*], *коммерсант* [фр. *commercant* < лат. *commercium*], *коммунальный* [фр. *communal* < лат.], *компрессор* [< лат. *compressus*], *компромисс* [лат. *compromissum*], *конгрессмен* [англ. *congressman*], *корректив* [фр. *correctif* < лат. *correctio*], *оккупация* [лат. *occipatio*], *оппозиция* [< лат. *oppositio*], *саммит* [англ. *summit* < лат. *summus*], *стресс* [англ. *stress*], *теппор* [лат. *terror*], *экспресс* [< лат. *expressus*], *эффективный* [< лат. *effectivus*]), на стыке морфем – почти всегда упрощаются (Кимягарова, 1989).

Необходимо отметить, что русский язык, как правило, транскрибирует заимствованные слова, т.е. воспроизводит звучание слова максимально близко к языку-источнику. Особенно эта тенденция заметна последнее время.

В процессе освоения заимствования его ударение в русском языке может изменяться (*бюджёт* [фр. *budget*], *комфóрт* [англ. *comfort*]). "Многочисленные сдвиги ударения на русской почве могут быть объяснены лишь различными видами аналогий как в лексико-семантических группах слов, так и в структурах с одинаковыми финалиями" (Кимягарова, 1989, с. 70). В конце XX в. возрос уровень заимствований из английского языка, он становится основным лексическим донором русского языка, в связи с этим наблюдается тенденция к англизации ударения даже в заимствованиях из других языков.

При заимствовании слово меняет свой графический облик. Сохраняют графику языка-источника лишь иноязычные вкрапления. Как отмечает

Э.Ф. Володарская, графическое освоение проходит в два этапа: 1) передача латинского написания слова кириллицей (это присуще языкам с разными системами письменности); 2) изменение правописания в соответствии с новым лингвистическим окружением (наблюдается во всех языках при заимствовании лексических единиц). Вариативность форм заимствований проявляется прежде всего в их написании (*персона пограта* и *нон-грата*, *пиар* и *PR*, *постскриптум* и *P.S.*, *уикэнд* и *weekend*, *блок-пост* и *блоkpост*, *ноу-хау* и *ноухау*, *плей-офф* и *плей-оф*, *хаккер* и *хакер*, *римейк* и *ремейк*, *биеннале* и *биеннале*, *трансфер* и *трансферт*).

Грамматическая ассимиляция заимствованных слов связана с категориями рода, числа, со склонением имен существительных и прилагательных и спряжением глаголов. Так как имена существительные всегда перенимаются легче, чем другие части речи, то среди заимствованных имен существительных встречаются такие, которые сохранили в русском языке свою исконную морфологическую структуру почти без изменения. Однако обычно заимствования теряют грамматическое значение, которое они имели в языке-источнике, и приобретают грамматические категории языка-реципиента.

В русском языке для имен существительных важна родовая классификация. Для одушевленных имен существительных отнесение к какому-либо из трех родов семантически мотивировано, для неодушевленных – главным фактором при определении рода является окончание. Об этом писали В.В. Виноградов, А.В. Суперанская и др.

При вхождении заимствования в русский язык род имен существительных может остаться таким, каким был в языке-источнике, может измениться – и тогда слово приобретает род в зависимости от своей формы. Обычно все неодушевленные существительные на *-о*, *-е* при заимствовании в русский язык приобретают средний род (*контральто*, *рагу*, *шоссе*), существительные с нулевым окончанием – мужской род (*рейд*, *рекорд*), существительные женского рода – окончания *-а* (*я*), даже если в языке-источнике имели другие окончания (Кимягарова, 1989). Имена существительные, которые в языке-доноре не склоняются (например, англицизмы), начинают склоняться по правилам русского языка, приобретая падежные окончания.

Отдельные слова могут употребляться в разных родовых формах, что является показателем продолжающегося процесса ассимиляции. Например, слово *корректива* было заимствовано в женском роде от фр. *correctif* < лат. *correctio*, в Частотном словаре 1977 г. оно зафиксировано в женском роде, в Словаре иностранных слов 1988 г. и в Большом словаре иностранных слов в русском языке 2001г. это слово имеет форму мужского рода: *корректив*. В этой форме оно встречается и в современной публицистике.

Наблюдаются колебания и в числе заимствованных имен существительных. Слова *антиподы*, *ресурсы*, *руины* зафиксированы в форме множественного числа в указанных словарях, в публицистике они встречаются в форме единственного числа: *антипод*, *ресурс*, *руина*.

К разряду морфологической ассимиляции многие лингвисты относят процесс словосложения английских слов. Например, *аутсайдер* (*outsider*), *бобслей* (*bob-sleigh*), *букмекер* (*bookmaker*), *конгрессмен* (*congressman*), *мюзик-*

холл (music-hall), овертайм (overtime), секонд-хэнд (second-hand), хайвей (highway) – в данных словах в русский язык вошли обе части английского сложного слова; *бэдлайф (bad life), хэдхантер (head hunter)* – эти слова образованы на основе словосочетания; *оффиорный (off shore), офсайд (off side)* – образованы сложением лексем на основе сочетания "существительное+предлог".

Для слов, которые морфологически не освоены русским языком, важна синтаксическая адаптация. Род, число, падеж таких неизменяемых слов выявляется в аналитических формах.

Участие заимствованной лексики в словообразовательном процессе в системе языка-реципиента является признаком успешной ассимиляции. Например, при заимствовании глаголов их оформление происходит с помощью суффиксов *-ировать, -изировать, -овать, -изовать* и др. (*блокировать, квалифицировать, комментировать, концентрировать, ликвидировать, регистрировать, реформировать, сертифицировать, активизировать, актуализировать, минимизировать, модернизировать, стабилизировать, кредитовать, мобилизовать, нейтрализовать*), при заимствовании прилагательных в русском языке происходит адаптация с использованием суффиксов *-альный, -арный, -ичный* и др. (*глобальный, коммунальный, криминальный, муниципальный, официальный, процессуальный, региональный, уникальный, федеральный, гуманитарный, мажоритарный, миноритарный, репертуарный, тоталитарный, унитарный, экстраординарный, аналогичный, аутентичный, демократичный, идентичный, прагматичный*).

Семантическая адаптация заключается в том, что семантика слова переносится из языка-донора в язык-реципиент. Слово заимствуется только в одном значении, даже если оно многозначно в языке-источнике. В системе русского языка заимствованные слова становятся многозначными в результате появления новых значений на русской почве или вследствие вторичного заимствования слова. (Кимягарова, 1989, с. 75).

Новые заимствования сталкиваются со старыми заимствованиями и с исконными словами языка-преемника. В результате этого столкновения новая лексическая единица либо отмирает, либо выживает. При наличии двух и более лексем происходит семантическая специализация. Синонимические ряды принимающего языка пополняются. Коренное слово или более раннее заимствование обычно сохраняет более общее значение, а новое заимствование несет более узкое. Например, *плеер – магнитофон, эксклюзивный – исключительный, эскалация – интенсификация* (Володарская, 2002, с. 108).

Большинство лингвистов рассматривают семантическую адаптацию как основной этап в освоении заимствованного слова. Считается, что включение иноязычного заимствования в словарь русского языка является показателем его закреплённости в системе языка.

Процесс ассимиляции новых слов сложен и многообразен. Изучая его, необходимо анализировать и экстралингвистические данные. Например, многочисленные исследования на понимание иноязычной лексики показали,

что степень освоения заимствований неодинакова в разных социальных группах, из разных тематических областей. "Путь к адекватному пониманию нового слова в большинстве случаев лежит через незнание – ложное понимание – неточное понимание его; исследование этих этапов эволюции понимания имеют важное лингвистическое и социолингвистическое значение для установления механизма ассимиляции заимствований, появления их дублетов..." (Володарская, 2002, с. 76).

1. Володарская Э.Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов / Вопросы языкознания. – 2002. - № 4. – С. 96-117.

2. Кимягарова Р.С. Типы и виды адаптаций заимствованной лексики в русском языке нового времени (XVIII-XX вв.) / Филология. – 1989. - № 6. – С. 69-78.

Словари

1. Большой словарь иностранных слов в русском языке. – М., 2001.
2. Кавецкая Р.К., Ленченко К.П. Иноязычные слова на страницах современной прессы. Словарь. – Воронеж, 1996.
3. Комлев Н.Г. Словарь новых иностранных слов. – М., 1995.
4. Словарь иностранных слов. – М., 1988.
5. Частотный словарь русского языка / Под ред. Л.Н. Засориной. – М., 1977.

Г.Ю.Юмашева

О понятии

«ядро стилистической системы русского языка»

(на материале синонимических рядов субстантивной лексики)

Предметом нашего рассмотрения является субстантивная лексика в синонимической системе русского языка. Анализ проводился методом сплошной выборки по материалам наиболее авторитетных лексикографических источников. В результате исследования было выявлено 689 синонимических рядов имен существительных, которые были подразделены на 27 тематических групп, охватывающих различные предметно-смысловые сферы.

Стилистический анализ субстантивной лексики, проведенный нами на материале синонимических рядов, позволил нам выявить и описать основные стилистические парадигмы имен существительных. Проведенный нами анализ стилистической дифференциации субстантивной лексики показал, что основные стилистические дифференциации данного пласта лексики зафиксированы преимущественно в двухкомпонентных и трехкомпонентных стилистических парадигмах.

В анализируемых синонимических рядах имен существительных выявлено 350 двухкомпонентных стилистических парадигм, что составляет 51 % от общего числа всех выявленных нами стилистических парадигм. Двухкомпонентные парадигмы представлены 14 стилистическими видами, которые обнаруживают различную степень представленности в тематических группах имен существительных (цифра в скобках показывает, какой процент занимает данный вид по отношению ко всему количеству двухкомпонентных стилистических парадигм).

Анализ фактического материала показал, что наиболее существенными в системе двухкомпонентных стилистических парадигм оказались следующие стилистические дифференциации:

1 Межстилевое – устарелое 145 ед. (41 %)

• **межстилевое** иностранец – **устарелое** иноземец, чужестранец, чужеземец, иноплеменник, немец;

- **межстилевое** антисемит – **устарелое** юдофоб;
- **межстилевое** блузка, кофточка – **устарелое** шемизетка;
- **межстилевое** телеграмма – **устарелое** депеша, каблограмма;
- **межстилевое** няня, нянечка – **устарелое** пестунья, *разг.* мамка,

мамушка;

2 Межстилевое – разговорное 74 ед. (21 %)

• **межстилевое** вешалка – **разговорное** плечики;

• **межстилевое** ступенька, ступень – **разговорное** приступок, приступка;

- **межстилевое** термометр – **разговорное** градусник;
- **межстилевое** стеклоочиститель – **разговорное** дворник;
- **межстилевое** электропоезд – **разговорное** электричка;

3 Межстилевое – просторечное 51 ед. (15 %)

• **межстилевое** закуска – **просторечное** *цутл.* закусь, закусон;

• **межстилевое** позвоночник, позвоночный столб, спинной хребет – **просторечное** хребет, хребтина;

- **межстилевое** кровь – **просторечное** юшка;
- **межстилевое** татуировка – **просторечное** наколка;
- **межстилевое** колыбель, люлька – **просторечное** зыбка;

4 Межстилевое – книжное 30 ед. (8,5 %),

- **межстилевое** лунатик – **книжное** сомнамбула;
- **межстилевое** противник – **книжное** антагонист;
- **межстилевое** оппозиционер – **книжное** фрондер;
- **межстилевое** людоед – **книжное** каннибал, антропофаг;
- **межстилевое** пособник, приспешник – **книжное** клевет, сателлит

Анализ фактического материала показывает большую представленность двухкомпонентных парадигм практически во всех тематических группах имен существительных. Этот факт дает основание говорить о том, что структурное ядро 63% рассмотренных тематических групп имен существительных составляют именно двухкомпонентные конструкции.

Трехкомпонентные стилистические парадигмы представлены 178 единицами, что составляет 25 % от общего количества анализируемых стилистических парадигм. Рассматриваемые трехкомпонентные конструкции насчитывают 23 стилистических варианта.

В системе трехкомпонентных стилистических парадигм наиболее существенными оказываются следующие стилистические дифференциации:

1 Межстилевое – разговорное – устарелое 34 ед. (20 %)

- **межстилевое** письмо – **разговорное** письмецо, *пренебр.* писулька, *шутл.* цидулка – **устарелое** грамотка, грамота, *теперь шутл. и ирон.* эпистола;
- **межстилевое** рубль – **разговорное** рублевка, рэ – **устарелое** целковый, рублевик, *прост.* целкач;
- **межстилевое** судно, корабль – **разговорное** маленькое суденышко, скорлупа, скорлупка, *\плохое пренебр.* посудина, корыто, плавающий гроб – **устарелое** *ирон.* ковчег;

2 Межстилевое – разговорное – просторечное 29 ед. (16,5 %)

- **межстилевое** мастер, умелец, искусник, специалист, мастер своего дела – **разговорное** спец – **просторечное** мастак;
- **межстилевое** шенок – **разговорное** кутенок – **просторечное** цуцик;
- **межстилевое** шалун, проказник – **разговорное** озорник, баловник, баловень, бедокур, сорванец, пострел, постреленок – **просторечное** шкодник;

3 Межстилевое – жаргон – устарелое 20 ед. (12 %)

- **межстилевое** белье – **жаргон** *\нижнее женское* реклама, *\нижнее* сменка, *угол.* *\теплое, нательное* тепляк, *арест. угол.* *\нижнее* подники, *угол.* *арм.* чешуя – **устарелое** *прост.* исподнее, *женск.* дессу;
- **межстилевое** ресторан – **жаргон** *\небольшой, дешевый мол. шутл.-ирон.* гадюшничек, *мол. шутл.* кабактерий, кабакторий, *угол.* канна – **устарелое** ресторация;
- **межстилевое** паспорт – **жаргон** *угол.* спастрель, *мол. угол.* ксива, *угол.* картинка – **устарелое** вид на жительство;
- **межстилевое** обжора – **просторечное** объедала, прорва, ненасытная утроба, *\в знач. сказ.* ест за троих (*или* за четверых), ест в три горла – **устарелое** чревоугодник;

- **межстилевое** кабан – **просторечное** хряк – **устарелое** вебрь;

- **межстилевое** календарь – **просторечное** *отрывной* численник – **устарелое** месяцеслов;

5 Межстилевое – разговорное – жаргон 14 ед. (8 %)

- **межстилевое** девочка – **разговорное** девчонка, *ласк.* девчурка, *девчушка* — **жаргон** *мол. презр.* *\некрасивая* киборг, *мол.* клюшка;
- **межстилевое** родители, отец с матерью – **разговорное** старики - *мол.* олды, папаны, папики, паханы, фазер, фазер–**жаргон** мазер, *угол. мол.* фатер, *шутл. мол.* таблетки, *мол. шутл. ирон.* марксы, *мол. шутл.* деды, *мол.* предки, *пзренсы, парэнсы, парэнты, старцы;*
- **межстилевое** ботинки, башмаки – **разговорное** *шутл. и пренебр.* чеботы – **жаргон** *угол.* *\модные* коны-моны, *мол.* кони, банты, коцы, *угол.*

лодеты, *угол. мол.* макасы, коры, корята, шуз, \чаще *мл.ч.* шузы, *жрр.* шутл. \любая обувь баретки;

6 Межстилевое – жаргон – просторечное 14 ед. (8 %)

- **межстилевое** окурок – **жаргон** *мл. шутл.* быкон, *угол. жрр.* чинарик, *жрр.* чинарь, *угол. шутл.* чиновник, чихнарик, хапец – **просторечное** бычок;

- **межстилевое** револьвер – **жаргон** *угол.* фонарь, поляр, *шутл.* поляк, сучок, степпер, кочегарка, кукла, кнацер – **просторечное** пушка;

- **межстилевое** шофер, водитель – **жаргон** *мл. жрр.* *угол.* водила *мл. шутл.* ездун, \плохой ездок – **просторечное** рулило, *собир. пренебр.* шоферня;

Анализ материала показывает, что трехкомпонентные стилистические парадигмы занимают достаточно большую нишу в системе стилистических парадигм имен существительных, но по сравнению с двухкомпонентными стилистическими структурами, только в небольшом количестве тематических групп имен существительных они составляют 50 % или приближается к этой цифре. Рассматривая активность трехкомпонентных стилистических парадигм в различных тематических группах, хочется отметить уменьшение представленности трехкомпонентных парадигм в рамках одной тематической группы по сравнению с двухкомпонентными стилистическими парадигмами: двухкомпонентные парадигмы максимально представлены в 20 тематических группах имен существительных, трехкомпонентные – в 2 тематических группах.

Доля единичных стилистических парадигм составляет 4 % в структуре всех рассматриваемых трехкомпонентных стилистических парадигм.

Обобщая все вышесказанное, можно заключить следующее:

Анализ структурных типов стилистических парадигм имен существительных позволяет говорить о том, что ядро стилистических парадигм субстантивной лексики составляют двух компонентные и трехкомпонентные парадигмы.

Наибольшую представленность в лексической системе языка обнаруживают двухкомпонентные стилистические парадигмы со следующей стилистической маркированностью: *межстилевое – устарелое* (37 %), *межстилевое – разговорное* (22 %), *межстилевое – книжное* (15 %), а также трехкомпонентные стилистические парадигмы *межстилевое – разговорное – устарелое* (18 %), *межстилевое – разговорное – просторечное* (17 %), *межстилевое – жаргон – устарелое* (11 %).

Высокий показатель представленности данных стилистических парадигм может фиксироваться сразу в нескольких тематических группах (двухкомпонентная стилистическая парадигма *межстилевое – устарелое* максимально представлена в 9-ти тематических группах, трехкомпонентная стилистическая парадигма *межстилевое – разговорное – устарелое* в 4-х группах) или в пределах одной тематической группы.

Когнитивные основания пространственной метафоры

Язык XX века характеризуется наличием концептуальных метафор и метафорических рядов, связанных с актуализацией ключевых понятий сознания человека и стиля мышления в XX веке в целом, глубоко укоренившейся чертой которого выступает системный подход к исследованию явлений действительности во всех областях науки. О всеобщности системного подхода к рассмотрению всех вещей мира свидетельствует факт приобретения понятиями *элемент, множество, структура, система* статуса общенаучных и использование их во всех исследовательских сферах, в том числе при описании языковых явлений самого широкого семантического диапазона. Данные понятия обладают большой обобщающей силой и универсальностью применения, разнообразием охватываемых денотатных сфер.

Внедренность в сознание и широкое распространение понятий высокого уровня абстрактности в процессах категоризации явлений мира связаны с созданием концептуальных классов высокого абстрактного уровня и, следовательно, с общим повышением уровня семантической абстракции.

В качестве наиболее ярких тенденций семантического развития языка можно отметить следующие: терминологизацию повседневного употребления языка, явление интеллектуализации языка, развитие терминологических значений на метафорической основе, возникновение конкретных значений у лексических единиц с абстрактным значением, например, у геометрических номинаций, типа *линии электропередач, радиоточки*.

Семантические исследования выявляют важную общую закономерность развития семантики на основе структурного восприятия объектов мира, проявляющуюся в широком распространении пространственной метафоры в процессах категоризации и языковой концептуализации мира. При всем разнообразии репрезентации пространственно метафоры – на геометрической основе или предметно-образной - она связана с актуализацией представления о признаке системной упорядоченности составных частей объекта и определенной структурированности любого явления, наличия отношений связи между его элементами.

Особый удельный вес в связи с этим получили лексические единицы, относящиеся к тематической сфере *строительство*, употребляемые в статусе обобщенно-родовых названий, актуализирующих сему *организация структурных элементов* при обозначении самых разнорядковых явлений : *архитектура отношений, фундамент теории, кирпичики знаний*.

Структурный тип языка и коммуникативный эффект

Традиционным предметом исследования в лингвистике, не теряющим своей актуальности, является соотношение формы и значения, связь языковой формы и функции. Сопоставительные исследования языков выявляют значительные различия в структуре языковых форм. Так, в русском языке существуют как синтетические, так и аналитические формы:

запишу : синтетическая форма (= простая форма);

здесь: будущее время глагола совершенного вида =

синтетический футурум = простой футурум,

изъявительное наклонение, 1 лицо, единственное число.

Синтетические формы, как это показывает и данный пример, выступают как флективные формы. Речь идет при этом о таких языковых формах, у которых лексическое значение выражает основа, а грамматическое значение выражается посредством аффиксов. Лексическое и грамматическое значение как бы синтезированы в одном теле слова.

Другой тип структурного соотношения лексического и грамматического значения можно представить на основе следующего примера:

буду записывать : аналитическая форма = сложная форма

буду : грамматические значения

записывать : лексические значения

Аналитические формы являются сложными, так как они состоят из вспомогательного слова и основного слова, несущего понятие (в нашем примере из вспомогательного глагола «быть» (буду) и формы инфинитива «записывать»). Лексическое значение в чистом виде содержится здесь в инфинитивной форме, за выражение грамматического значения отвечает вспомогательный глагол:

буду записывать

<i>будущее время</i>	<i>1 лицо</i>	<i>изъявительное наклонение</i>
<i>глагола</i>	<i>ед.ч.</i>	<i>(Modus)</i>
<i>несовершенного</i>	<i>(Person)</i>	
<i>вида</i>	<i>(Numerus)</i>	
<i>(Tempus)</i>		

Лексическое и грамматическое значения представлены двумя разными формами.

Представленные нами типы форм находятся в тесной связи со структурным типом языка. В зависимости от доминирующего типа форм языки разделяются на так называемые структурные типы, а именно на

синтетические языки с преимущественно синтетическими формами и аналитические, в которых доминируют аналитические формы.

Многие западноевропейские языки, среди них английский и французский, являются по своей структуре аналитическими; русский же язык и другие славянские языки, напротив, относятся к синтетическому типу. Самым аналитическим языком является английский [бедная система окончаний, большое количество вспомогательных слов (вспомогательные глаголы, предлоги, артикли)].

Русский язык является ярким примером языка синтетического типа (разнообразие форм, богатство флексий, большие аффиксальные возможности). Вместе с тем следует отметить, что с типологической точки зрения русский язык рассматривается как синтетический язык с развивающейся тенденцией к аналитичности.

Немецкий язык занимает срединное положение между синтетизмом и аналитизмом и является, таким образом, языком синтетически-аналитического типа.

Все сказанное выше представляет интерес не только с точки зрения языковой типологии, но в аспекте обучения иностранным языкам. Из-за названных структурных различий русский язык на начальной стадии его изучения представляет для немцев больше трудностей, чем английский. Это можно проиллюстрировать на следующем примере:

Я вижу книгу.

Чтобы составить это предложение (высказывание) преподаватель русского языка должен знать не только соответствующие лексические единицы (***Я, видеть, книга***), но также иметь знания о формах и флексиях. При изучении языков, которые обладают таким богатством флексивных форм, как в русском языке, системному аспекту языка (прежде всего на грамматическом уровне) следует уделять особое внимание. В отношении английского (***I see a book***) и отчасти немецкого (***Ich sehe ein Buch***) эквивалентов русского предложения для изучающих эти языки на начальной стадии в силу аналитического характера грамматических конструкций составление простых предложений не вызывает трудностей.

В связи с рассматриваемой темой следует подчеркнуть ненаучность оценки одного языка по сравнению с другим как более красивого или продуктивного с точки зрения коммуникативного эффекта. По этому вопросу существует два противоположных мнения. Представители одного мнения рассматривают английский язык как верх совершенства (аналитичен, легко изучать, имеет очень широкие сферы распространения) и считают его более ценным по сравнению с языками синтетического строя. Приверженцы противоположного мнения (например, некоторые представители классической филологии) подчеркивают преимущества синтетических языков (богатство форм, системная завершенность).

На наш взгляд, следует дистанцироваться от подобного рода взглядов, поскольку языки предназначены служить средством коммуникации. А коммуникативная эффективность современных развитых языков равноценна. Русский язык, будучи языком синтетического строя, обеспечивает

говорящим на нем людям такую же полноценную коммуникацию как английский англичанам. Известные структурные различия между отдельными языками не могут служить основанием оценки их как средства коммуникации.

Долг ученых-лингвистов состоит в популяризации научных взглядов по этому вопросу и опровержении ошибочных воззрений на язык.

Содержание

Культура общения в регионе

Журавлева Н.В. Культура речи учителей Воронежской области	с.3
Косинова Л.И. «Культура общения» в Железнодорожном районе г. Воронежа	с.4
Мудрова Л.Д. Из опыта работы РМО учителей культуры общения	с.5

Теоретические проблемы общения и речевого воздействия

Стернин И.А. Русский язык и коммуникативное сознание в XXI веке (попытка прогноза)	с.6
Федотов А.Н. О соотношении понятий «язык» и «речь»	с.9

Языковая личность

Голицына Т.Н. Коммуникативная многозначность как фактор миропонимания языковой личности	с.12
Саломатина М.С. Формирование языковой личности филолога как лингводидактическая проблема	с.15

Национальное коммуникативное поведение

Стеблецова А.О. Письмо в британской коммуникативной культуре	с.16
Дьякова Л.Н. Тема общения в русской авторской песне	с.20
Гибсон А. Коммуникативная неприкосновенность личности в русском и испанском коммуникативном поведении	с.23

Язык и национальное сознание

Махонина А.А. Англо-русские субстантивные лакуны	с.24
Бабаева Е.В. Социально-оценочные концепты немецкой лингвокультуры	с.28

Зленко И.П. Национальная специфика семантики наименований трудовой деятельности в русском и французском языках	c.30
Воронина Е.В. Национальная специфика наименований предметно-смысловой сферы «закон» в русском языке	c.33
Чернова Н.И. Национальная специфика тематической группы лексики и проблемы общения	c.35
Зубкова Л.И. Национально-культурная специфика русского имени ИВАН	c.36
Медведева А.В. Конь/лошадь в русской фразеологии	c.39
Сапрыкина В.И. Музыкальная менталистика и её вербализация	c.44
Фирсова Е.В. Концепт «богатство» в контексте русского национального сознания	c.45
Лукашкова О.Ю. Концепты «друг» и «враг» в русских и американских пословицах	c.51
Высочина О.В. Отношение носителей финского языка к проблеме заимствования иностранных слов	c.54
Поталуй В.В. Интерпретационное поле концепта “руководитель” в английском языке	c.55
Рудакова А.В. Методика выделения лексико-фразеологического поля «Быт»	c.57
Тавдгиридзе Л.А. Интерпретационное поле концепта «русский язык»	c.61
Кожевникова И.Г. Динамика развития концепта СПОРТ	c.65
Ракитина О.Н. ПОЛЕ и СТЕПЬ как русские культурные концепты	c.68
Киселева Г.В. АД и РАЙ в русской концептосфере	c.72
Шаманова М.В. Категория ОБЩЕНИЕ в русском коммуникативном сознании	c.74
Шевченко М.Ю. Лексемы <i>культурный/некультурный</i> в лексикографических источниках	c.77
Балакина З.Ю., Красавский Н.А. Словарная статья как материал для изучения эмоциональных концептов	c.80
Черепкова Н.М. Образовательная лексика в толковых и переводных словарях	c.80
Яковлева О.Ю. Разные миры, объективируемые сравнительными оборотами	c.81
Джабер Хассун Али, Тума Хуссейн Арабские пословицы и поговорки о дружбе	c.83

Профессиональное коммуникативное поведение

Инютин Вл.В. Педагогическое общение в концепции Г.П. Федотова	c.85
--	------

Белоусов Н.И. Доминанты спортрепортажа	с.90
Елина Е.А. Способы выражения негативной оценки произведения искусства	с.91
Елина Е.А. Подписи на картинах и их функция в искусствоведческих интерпретациях	с.95

Гендерное коммуникативное поведение

Зацепина Е.А. Наблюдения над гендерной спецификой концептов ВЕЖЛИВОСТЬ, ГРУБОСТЬ в русском сознании	с.99
---	------

Возрастное коммуникативное поведение

Чернышова Е.Б. Особенности проявления вежливости старших дошкольников в общении со сверстниками	с.103
Лемяскина Н.А. О формировании концепта «ссора» в коммуникативном сознании младшего школьника	с.106
Пастухова Е.Э. Коммуникативный идеал учителя в сознании младшего подростка	с.107
Шмойлов А.И. Теоретические и методические аспекты развития «Я-концепции» ребенка в педагогическом общении	с.109
Грудинкина Е.Н. Играют дети - играют взрослые	с.111

Язык СМИ и рекламы

Новичихина М.Е. Понятие эффективной коммерческой номинации	с.112
Кочетова Л.А. Культурно-языковые характеристики британского рекламного дискурса	с.114
Валуйская О.Р. Неоднозначная интерпретируемость текстов масс-медиа	с.115
Ондомбо П. Отождествительно-предметные предложения рекламного текста	с.116
Комаров Е.Н. Заголовочный комплекс в массово-информационном дискурсе	с.118
Салиева Л.К. К вопросу о международном имидже лидера страны	с.119
Салиева Л.К. Реклама как один из рычагов формирования стиля жизни	с.120
Дементьева Е.Ю. Приемы использования номинативных и глагольных конструкций в печатной рекламе	с.121

Черногрудова Е.П. Влияние культурных факторов на современные газетные заголовки	c.124
Фоминых Н.В. "Настоящая" ли поэзия звучит порой на "настоящем радио"?	c.127

Русский язык сегодня

Хорошунова И.В. Семантические процессы в современном русском языке (на материале лексико-семантического поля утилитарной оценки «ПОЛЬЗА/ВРЕД»)	c.129
Попова З.Д. УСТУПКА как слово и как грамматический термин	c.132
Вострикова И.Ю. Особенности организации ЛСП глаголов трудовой деятельности в русском языке	c.133
Хаустова Э.Д. Семантические процессы, происходящие в лексико-семантической группе наименований обуви	c.135
Шишкина Н.М. Особенности полисемии глаголов речевой деятельности в русском языке	c.138
Игнатъева М.А. Новые наименования мужчин и женщин в русском языке рубежа веков	c.140
Кулакова Е.В. Функции надписей в маршрутном такси г. Воронежа	c.141
Морозова И.А. Тенденции в развитии современного именника (на материале данных Борисоглебского ЗАГСа за 1984 – 2000 годы)	c.142
Шохина И.И., Чарыкова О.Н. ЛСГ глаголов созидания в русском языке как полевая структура	c.145
Болдырева И.В. Значения фразеосочетаний с личными притяжательными местоимениями в современном русском языке	c.146
Онишко С.Г. Формальное комментирование номинаций посредством вставных элементов	c.149
Лунина О.А. К вопросу об уступительных отношениях, выражаемых союзом ЕСЛИ в сложноподчиненных предложениях	c.151
Борисова Е.В. Категория утверждения-отрицания в односоставных дебитивных предложениях	c.152
Шилова Г.Е. Типы ассимиляции заимствованной лексики в системе русского языка	c.156
Юмашева Г.Ю. О понятии «ядро стилистической системы русского языка» (на материале синонимических рядов субстантивной лексики)	c.160
В.М.Топорова. Когнитивные основания пространственной метафоры	c.164
Эккерт Х. Структурный тип языка и коммуникативный эффект	c.165
Содержание	c.168