

*Труды теоретико-лингвистической школы
в области общего и русского языкознания*

Воронежский государственный университет
Центр коммуникативных исследований
Центрально-Черноземное региональное отделение
НМС по иностранным языкам

**Язык
и национальное сознание**

Вып. 17

Продолжающееся научное издание

**Воронеж
2011**

Очередной, семнадцатый, выпуск межвузовского научного сборника «Язык и национальное сознание» посвящен теоретическим и прикладным проблемам изучения соотношения языка и различных форм сознания.

Для филологов, преподавателей русского языка, иностранных языков, преподавателей русского языка как иностранного, специалистов в области когнитивных исследований и межкультурной коммуникации.

Редакционная коллегия:

к.ф.н. Лапотько А.Г., к.ф.н. Рудакова А.В., д.ф.н. Попова З.Д.,
к.ф.н. Саломатина М.С. –зам научного редактора, д.ф.н. Стернин
И.А. – научный редактор, д.ф.н. Стернина М.А., д.ф.н. Чарыкова
О.Н.

Компьютерная верстка и оригинал-макет –
И.А. Стернин, М.А. Саломатина

© Коллектив авторов, 2011

Язык и национальное сознание. - Вып. 17 / Научный ред. И.А. Стернин.
– Воронеж: «Истоки», 2011. – 136 с. 200 экз.

От редакции

Предлагаемый вниманию читателей сборник продолжает тематическую серию публикаций «Язык и национальное сознание», выпускаемую совместно кафедрой общего языкознания и стилистики ВГУ, Центром коммуникативных исследований ВГУ, кафедрой русского языка и методики его преподавания Борисоглебского ГПИ и Центрально-Черноземным региональным отделением НМС по иностранным языкам Федерального агентства по образованию РФ. Данный выпуск является семнадцатым в серии продолжающихся изданий. Предыдущие выпуски (1-16) вышли в Воронеже в период с 1998 по 2011 гг.

Сборник отражает результаты совместных исследований коллективов-учредителей в области теории и практики описания языкового, коммуникативного и когнитивного сознания носителей языка.

Редакция приглашает к сотрудничеству всех исследователей, занимающихся проблемами соотношения языка и сознания.

Электронный адрес редакции: sternin@phil.vsu.ru.

Когнитивное сознание

Н.Л. Беляева

Тенденции развития концепта «семья» в русском и немецком языковом сознании

Семья является тем достижением социального развития человека, которое позволяет успешно функционировать всему обществу в течение многих веков. В процессе реализации брачно-семейных и основных биологических ролей в сознании человека сформировался концепт «Семья».

Обращение к концепту «Семья» и имплицируемым им ценностным установкам интересно тем, что, по мнению многих ученых, на современном этапе традиционная семья утрачивает свои позиции и на смену ей приходят новые формы «семейного» проживания.

Так, западные исследователи утверждают, что семья в современном обществе утрачивает традиционные функции, в связи с чем утрачивается и необходимость этой формы. На смену социальной, экономической, политической функциям семья приобретает статус института эмоционального контакта, становясь, таким образом, своеобразным «психологическим убежищем».

Российские ученые также подчеркивают возрастание роли эмоциональных факторов в функционировании семьи.

В данной статье мы рассматриваем ценностные установки традиционной семьи в сопоставлении с новыми концептуальными признаками языкового воплощения концепта «Семья» на материале русского и немецкого языков. Объектом исследования стали паремиологические единицы русского и немецкого языков, позволившие определить традиционные ценностные установки, а также лексические единицы, которые помогли верифицировать концептуальные признаки концепта «Семья» на современном этапе развития языка.

В российской модели семьи женщина всегда выступала зависимой стороной, что было обусловлено тяжелыми условиями сельского труда. Тем не менее, статус жены не был однозначно зависимым: *Жена не сапог (не лапоть), с ноги не скинешь. Жена не рукавица, с руки не сбросишь (за пояс не заткнешь). Жена не гусли: поиграв, на стенку не повесишь.*

Утверждалась взаимная обусловленность мужа и жены, их необходимость друг для друга: *Муж и жена – одна душа. Муж и жена – одна сатана. Без жены как без шапки. Без мужа, что без головы. Без жены, что без ума. Без мужа голова не покрыта; без жены дом не крыт.*

Птица крыльями сильна, а жена мужем красна. По мужу и жене честь.

Жену необходимо было беречь: *Родители берегут дочь до венца, а муж до конца. На что корова, была бы жена здорова.*

Главными качествами выступали хозяйственность и домовитость: *Не наряд красит жену – домоустройство. Не хвали жену телом, а хвали делом! Доброй жене домоседство не скуча.*

Распределялись хозяйствственные роли: *Муж молоти пшеницу, а жена пеки паяницы (т.е. хлеб). От хозяина чтоб пахло ветром, от хозяйки дымом.*

Не столько муж мешком, сколько жена горшком. Муж возом не навозит, что жена горшком наносит. Жена пряди рубашки, а муж тяни гуж.

Уделялось большое внимание женщине как другу, не просто хозяйственным качествам, но и человеческим: *Добрую жену взять – ни скуки, ни горя не знать. Три друга: отец, да мать, да верная жена. Доброю женой и муж честен. Лучше есть хлеб с водою, чем жить со злой женой. Червь дерево тлит, а злая жена дом изводит.*

Про жену говорили: *Утро вечера мудренее, а жена мужа удалее. Умная жена, как нищему сума (все сбережет). Жена мужа не бьет, а под свой нрав ведет.*

Не все было в семье идеально: *Муж пашет, а жена пляшет. Муж как бы хлеба на жить, а жена – как бы мужа избыть.*

Положение вдовца было незавидным: *Не дай бог вдоветь и гореть. Вдовец – деткам не отец, а сам круглый сирота.*

В настоящее время процессы изменения традиционных семейных ценностей слабо отрефлектированы в языке. Лексика, обозначающая брачно-семейные отношения, существует в основном на уровне терминологической лексики: *нуклеарная семья, сложная семья, неполная семья, однополая семья, гражданский союз, домашнее партнерство, инфертильная семья, малодетная семья* и т. д. Значительное распространение получил лишь термин *гражданский брак*, который в гражданском законодательстве имеет другое обозначение *фактический брак*. Необходимо отметить, что фактический брак начинает играть все более значимую социальную роль в институте семьи.

В паремиологическом фонде немецкого языка присутствуют единицы, также актуализирующие традиционные ценностные семейные установки. Так, женитьба и замужество считалось важным и ответственным шагом: *Heirate ein schönes Weib, und du heiratest Verdruss; Heirate in Eile – bereue in Müße.*

Супружеская жизнь предполагала разные эмоции для мужчин и женщин: *Die Frau weint vor der Hochzeit, der Mann nachher.*

Мужчина боялся за свою свободу: *In der Ehe kämpft der Mann zuerst um seine Vorherrschaft, dann um seine Gleichberechtigung und schließlich um seine Geduld; Wer eine Frau nimmt, nimmt einen Herrn; wer in seinem Hause Frieden haben will, muss tun, was die Frau will.*

Несмотря на страх за свою свободу, мужчина понимал: *Ein liebes Weib, ein wohnlich Dach, dazu ein Stücklein Brot; wer der sein eigen nennt, mit dem hat's keine Not; Ein Mann ohne Frau ist ein Baum ohne Blätter;*

Суммируя, можно сказать, что *In der Ehe suchen die Frauen ihr Glück, die Männer ihre Ruhe; Mann und Weib sind ein einziger Teufel.*

Так же, как и в русской культуре, большое значение придавалось добруму нраву женщины: *Eine gute Frau ist Goldes wert; Auf ein gutes Weib und eine gute Frau wartet man nicht zu lange; Eine gute Frau macht aus einem Achtziger einen Vierziger, eine böse aus einem Vierziger einen Achtziger.*

Подчеркивалась важность такой черты у женщины, как хозяйственность:

Volle Kammern machen kluge Frauen; Wo keine Frau ist, fehlt's am besten Hausrat; Frauenarbeit ist behende, nimmt aber nie ein Ende; Das Auge der Frau hält die Stube (das Haus) rein; Eine gute Hausfrau ist der beste Hausrat; Eine Frau sucht man am Samstag, nicht am Sonntag aus; Eine Frau kann mit der Schürze mehr aus dem Haus tragen als der Mann mit dem Erntewagen einfährt; Frauen machen aus Pfennigen Taler, Männer aus Talern Pfennige.

Не все было и гармонично в семейных отношениях: *Wenn der Mann einlöffelt und die Frau ausscheffelt, geht die Wirtschaft zugrunde.*

При всех положительных и отрицательных чертах супружеской жизни, развод оценивался негативно: *Scheiden bringt Leiden.*

В немецком обществе процессы потери ориентации на семейные ценности более заметны, что, в свою очередь, фиксируется в языке. Появилась пословица, характеризующая недолговечность отношений между мужчиной и женщиной: *Verliebt, verlobt, geschieden* (букв. влюблен, помолвлен, разведен).

Появляются языковые единицы, номинирующие новые разновидности семьи: *Patchwork-Familie, Vater-Mutter-Kind-Familie, Ein-Eltern-Familie, Ewing-aparat-together, die Double-income-no-kids-Paare, Commuter-Ehe.*

С отрицательной коннотацией используются лексемы: *die Sippe, die Firma, die Mischpoke, die Clique, der Clan.*

По последним исследованиям, каждая седьмая семья в Германии живет как *Patchwork-Familie* и проявляется тенденция идет к увеличению этого показателя. В такой семье происходит переосмысление традиционных конститутивных параметров. Решающими становятся скорее социальные связи, нежели родственные, которые несут индивидуальный характер. *Ich, mein Mann, sein Sohn und unser Sohn* – так женщина характеризует собственную семью. Или, например, видение своей семьи маленьким мальчиком: *Ich, mein Bruder, meine Mutter, ihr Mann und unser Halbgeschwister.*

Из представленного выше материала видно, что в русской культурной традиции, так же как и в немецкой, семья выступает основной общественной ценностью, предполагающей двух ее основных конституентов - мужа и жену, что хорошо просматривается на материале паремиологического фонда. В обеих культурах подчеркивается схожесть

черт характера людей, соединяющихся брачными узами. Большое внимание уделяется такому качеству как хозяйственность.

На современном этапе развития языка немецкая лексика, актуализирующая концепт «Семья», представляется более разработанной, поскольку существует на уровне терминологии и на уровне общеобщедной лексики. В русском языке лексика, репрезентирующая концепт «Семья» в большей степени представлена терминологией.

Даль В.И. Пословицы и поговорки русского народа. В 2-х т. - М.: Художественная литература, 1984. – 683 с.

Цвиллинг М.Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок. - М.: Русский язык, 2002. – 215 с.

С.Г. Дюжакова

Концепт «Эмоциональная привязанность»¹ в пословицах и поговорках русского языка

Данная работа, выполненная в рамках когнитивной лингвистики, посвящена исследованию концепта «эмоциональная привязанность».

Концепт «Эмоциональная привязанность» как единица структурированного знания имеет определенную организацию, представленную концептуальными признаками.

В результате обработки данных «Словаря русских синонимов и сходных по смыслу выражений» Н. Абрамова (Абрамов 1999), было сформировано номинативное поле концепта, в которое вошел ряд лексем, включая однокоренные слова.

В результате было определено номинативное поле, в которое входят следующие лексемы: *эмоциональный, привязанность, привязаться, любовь, любить, любимый, любвеобильный, влюбить, влюбиться, влюбленный, влюбленность, влюбчивый, влечение, влечь, завлечь, увлечь, увлечение, увлечься, страсть, преданность, преданный, тяготение, симпатия, симпатизировать, благоволение, благоволить, благорасположение, благосклонный, доброжелательства, доброжелательный, доброжелатель, расположение, расположенный, расположить, вожделение, вожделенный, вожделеть, порыв*.

Обратившись к труду В. Даля «Пословицы и поговорки русского народа», мы определили круг паремий (50 единиц), которые содержат

¹ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

лексемы, входящие в номинативное поле исследуемого концепта. В паремиях, в которых встречается ключевая лексема номинативного поля «любовь», выделяются следующие признаки.

1. Добрая девушка не живет в любви (*В любви добра не живет*).
2. Страх разрушает чувство любви (*Всяк страх изгоняет любовь*).
3. Всегда предполагает горе, сочетается с несчастьем (*Где любовь, там и напасть. Полюбив, нагорюешься*).
4. Предполагает согласие (*Где любовь, там и совет. Где совестно, там и любовно*).
5. Основано на совести (*Где любовь, там и совет. Где совестно, там и любовно*).
6. Даётся Богом (*Где любовь, тут и бог. Бог - любовь*).
7. Неразрывно с Богом (*Где любовь, тут и бог. Бог - любовь*).
8. Церковное венчание еще не гарантирует любовь (*Крестом любви не свяжешься*).
9. Предмет любви может меняться (*Лакома овца к соли, коза к воле, а девушка к новой любови*).
10. Имеет внешнее проявление (*Любви, огня да кашля от людей не спрячешь*).
11. Заметно окружающим (*Любви, огня да кашля от людей не спрячешь*).
12. Начинается со взгляда (*Любовь начинается с глаз. Глазами влюбляются*).
13. Трудно избавиться (*Любовь не пожар, а загорится – не потушишь*).
14. Сильное чувство (*Любовь не пожар, а загорится – не потушишь*).
15. Быстро не проходит (*Любовь не пожар, а загорится – не потушишь*).
16. Чувство долгое (*Любовь - кольцо, а у кольца нет конца*).
17. Предмет любви может быть необъясним (*Любовь зла, полюбит и козла*).
18. Нерациональное чувство (*Любовь слепа. Любовь ни зги не видит*).
19. Высшая ценность (*Нет ценности супротив любви*).
20. Крепкая любовь предполагает одинаковые привычки (*Равные обычаи - крепкая любовь*).
21. Глубоко радует, приносит радость (*С милым во любви жить хорошо*).
22. Основополагающее чувство (*Совет да любовь, на этом свет стоит*).
23. Предполагает согласие (*Совет да любовь, на этом свет стоит*).
24. Оставляется длительные воспоминания (*Старая любовь долго помнится. Люби, да помни*).
25. Может привести к горю, несчастью (*У моря горе, у любви вдвое*).
26. Глубоко радует человека, приносит радость (*Ум истиной просветляется, сердце любовью согревается*).

Также были выделены когнитивные признаки в паремиях, включающих лексему «любить».

1. Нельзя заставить полюбить (*Бояться себя заставишь, а любить не принудишь*).
2. Может привести к гибели (*И любишь, да губишь*).
3. Можно разрушить (*Кабы люди не сманили, и теперь бы любила*).
4. Любовь и критика неразделимы (*Кого журят, того и любят*).
5. Кого любят, того и ругают (*Кого журю, того люблю*).
6. Предполагает ссоры (*Кого журю, того люблю*).
7. Предполагает физические столкновения (*Кто кого любит, тот того и бьет. Кого люблю, того и бью*).
8. Любить значит бить (*Кто кого любит, тот того и бьет. Кого люблю, того и бью*).
9. Любовь к девушки приносит мучения (*Кто любит девушек - на мученье души; кто любит молодушек - на спасенье души*).
10. Любовь к молодым женщинам приносит успокоение (*Кто любит девушек - на мученье души; кто любит молодушек - на спасенье души*).
11. Предполагает ответное чувство, взаимность (*Любила, а ничем не подарила*).
12. Предполагает благодарность (*Любила, а ничем не подарила*).
13. Предполагает физические столкновения и ссоры (*Любит (Люби), как душу, а трясет (тряси), как грушу*).
14. Любовь может быть ложной (*Любит, как волк овцу. Любит и кошка мышку*).
15. Переживать за других (*Любить - чужое горе носить; не любить - свое сокрушить!*).
16. Трудное чувство (*Любить тяжело; не любить тяжеле того*).
17. Предполагает внимание (*Любить хоть не люби, да почаще взглядывай!*).
18. Любовь бывает разная (*Мать дитя любит, и волк овцу любит*).
19. Глубоко радует, приносит радость (*Милее всего, кто любит кого*).
20. Любовь и горе приходят к каждому (*Нельзя не любить, да нельзя и не тужить*).
21. Предполагает терпение и огорчения (*От того терплю, кого больше люблю*).
22. Любить надо молодых (*Пей вино, да не брагу; люби девку, а не бабу*).
23. Терпеть недостатки (*Полюби нас в черненьких, а в беленьких и всяк полюбит, Полюби-ка нас в черне, а в краске и всяк полюбит*).
24. Любовь может выбрать не лучшего человека (*Полюбится сова лучше ясного сокола*).
25. Оставляет длительные воспоминания (*Старая любовь долго помнится. Люби, да помни*).
26. У любящего теплая рука (*Тепла рука у милого, так любит*).

27. Любить трудно (*Тошно тому, кто любит кого; а тошнее того, кто не видит его*).

28. Не видеться с предметом любви мучительно (*Тошно тому, кто любит кого; а тошнее того, кто не видит его*).

29. Любить трудно, а не любить – еще мучительнее (*Тошно тому, кто любит кого; а тошнее того, кто не любит никого*).

30. Чувство к чужому мужу губительно (*Чужого мужа полюбить - себя погубить*).

31. Испытывать непостоянное чувство (*Цвели цветики, да поблекли; любил молодец красну девицу, да покинул*).

В паремиях, в которых встречается лексема «влюбиться», выделяются следующие признаки.

1. Возникает внезапно (*Влюбился, как мышь в короб ввалился, Влюбился, как сажа в рожу влепился*).

2. Чувство начинается со взгляда (*Любовь начинается с глаз. Глазами влюбляются*).

Лексема « страсть» встречается в одной поговорке: *Он бить не бьет, только страсть дает*. Однако сразу следует заметить, что в данном случае лексема « страсть» употреблено в значении « страх, ужас», следовательно, относится к номинативному полю другого концепта.

Остальные единицы номинативного поля концепта «Эмоциональная привязанность» в пословицах и поговорках не встретились, из чего следует, что эти лексемы имеют нулевую фразеологическую активность. Однако в составе одной из поговорок была обнаружена имеющая в словаре помету «просторечие» лексема «втюриться», которая не была выявлена в ходе лексикографического анализа: *Втюрился, как рожей в лужу*.

На следующем этапе был подсчитан индекс фразеологической активности лексем (количество паремий, в которых употребляется исследуемое слово, к общему числу паремий номинативного поля). Было проанализировано 50 пословиц и поговорок. Лексема «любовь» встречается в 20 паремиях, лексема «любить» - в 27, лексема «влюбиться» - в 3, а лексема разговорного характера «втюриться» - в 1 паремии.

Таким образом, лексема «любовь» с индексом фразеологической активности 0,54 обладает довольно высокой яркостью. Самой активной лексемой является глагол «любить» с индексом 0,40. Меньшей активностью обладает лексема «влюбиться», имеющая индекс 0,05. Наименьшей частотностью характеризуется лексема «втюриться» с индексом активности 0,01.

Фразеологическая активность всего номинативного поля низкая: лишь 3 слова из 38 (т.е. 0,07 %) встретились в русских паремиях.

По результатам анализа когнитивных признаков выявим наиболее яркие признаки концепта:

глубоко радует, приносит радость (признак актуализируется в 3 случаях, индекс его яркости – 0,05); начинается со взгляда (признак

актуализируется в 2 случаях, индекс его яркости – 0,03); предполагает ссоры (признак актуализируется в 2 случаях, индекс его яркости – 0,03); предполагает физические столкновения (признак актуализируется в 2 случаях, индекс его яркости – 0,03); возникает внезапно (признак актуализируется в 2 случаях, индекс его яркости – 0,03). Остальные когнитивные признаки актуализируются в единственном случае, поэтому индекс их яркости составляет 0,01.

Ядро концепта составляют такие признаки, как «глубоко радует, приносит радость», «начинается со взгляда», «возникает внезапно», «предполагает физические столкновения», «предполагает ссоры». Остальные признаки находятся на периферии концепта.

Таким образом, когнитивные признаки концепта «Эмоциональная привязанность», выделенные из русских паремий, не отличаются частотностью актуализации, а фразеологическая активность номинативного поля концепта низкая. Очевидно, русское сознание предпочитает не обсуждать в образном плане эмоциональную привязанность человека.

Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. – М.: Русские словари, 1999. - 431 с.

В.В. Инютин

Концепт «Земля» в русской литературе (XVIII в. - первая половина XIX в.)

Для России земля – не просто основная материальная ценность и фундаментальное понятие. Это история, культура, это основа формирования нравственных истин. Естественно, что метафорический мотив «земля» очень распространен в русской литературе и содержит в себе самое широкое многообразие смыслов, сопрягается с немалым количеством нравственно-философских категорий.

М. Ломоносов как классицист, стремясь увидеть мир в самых общих масштабах разума и Бога, чаще всего обращается к «земле» как к одному из слагаемых двуединого представления о мире: «земля-небо»:

Пускай земля как понт трясет,
Пускай везде громады стонут

*Ода блаженныя памяти государыне
императрице Анне Ионанновне... (Русская поэзия
18-го века, с. 125)*

Великое светило миру,
Блистая с вечной высоты
На бисер, золото и порфириу,

На все земные красоты,
Во все страны свой взор возводит..

Ода на день восшествия на всероссийский престол ея величества государыни императрицы Елизаветы Петровны, 1747 года (Русская поэзия 18-го века, с. 131)

Когда я твердь земли поставил
И сонм небесных сил прославил...

Ода, выбранная из Иова (Русская поэзия 18-го века, с. 140)

Подробности жизни описываются, но со словом «земля» не связываются. В знаменитых «размышлениях» о Божием величестве «земля» М. Ломоносовым вообще не упоминается, хотя подробности земной жизни воспроизведены. Не упоминается земля и в сатирических, «низкого штиля» произведениях М. Ломоносова.

Значительно более разнообразно использование слова «земля» в произведениях сентименталиста Н. Карамзина. Уже охарактеризованная оппозиция «горнее», «небесное» - «земное» нередко встречается у этого автора:

Бывало иногда что ангел ниспускался
На землю как эфир, и смертных наставлял,
В Поэзии святой, небесною рукою
Настроив лиры им

.....
Еще великий муж собою красит мир –
Еще великий дух земли сей не оставил

Поэзия (Карамзин 1964, с. 8, с. 12)

Однако гораздо чаще Н.Карамзин актуализирует иное значение слова «земля» - «мир людей, пространство жизни людей»:

Ни к чему не прилепляйся
Слишком сильно на земле,
Часто здесь, в юдоли мрачной
Есть блаженство на земле!

.....
Буде жизни услажденьем
Ты моей здесь на земле!

Счастье истинно хранится (Карамзин 1964, с. 24)

Впрочем, в стихотворении «Поэзия» появляется этот же смысл слова наряду с отвлеченным религиозным:

Доколе мир стоит, доколе люди жить будут на земле, дотоле дщерь небес,

Поэзия, для душ чистейшим благом будет. (Карамзин 1964, с. 13)

Еще большая конкретизация слова «земля» обнаруживается у Карамзина в случае, когда оно употребляется в значении «физическая реалия»:

Туда, где знамя браны веет, туда где гром войны гремит,
Где воздух стонет, солнце меркнет,

Земля дымится и дрожит. (Карамзин 1964, с. 20)

Это военная песнь, а на войне неуместна отвлеченная рефлексия. Схожая ситуация – в «Лавинии»:

Его земля и дом – цветущая семья – все вдруг разорено...

.....
На лучший слой земли, где луч весенний солнца,
И тихий дождь льют щедрейшие дары! (Карамзин 1964, с. 19)

Есть у Карамзина несколько случаев использования слова «земля» как названия *небесного тела*:

Уже наш шар земной едва не четверть века
Свершает круглый путь в круг солнца обходя...

Из письма к И.И. Дмитриеву

И даже появляется следующий вариант:

Месяц восходит, месяц прекрасный, тихий, любезный спутник Земли.

Аркадский памятник (Карамзин 1964, с. 17)

Ученому, астроному М. Ломоносову этот смысл слова *не пригодился*. Земля как *физическая реалия* изображена в «Письмах русского путешественника»: «... везде видишь плодоносную землю...» (Карамзин 1984, с. 12), «...земля в Пруссии еще лучше обработана, нежели в Курляндии» (Карамзин 1984, с. 178). Но в этом произведении, ориентированном на общественные проблемы употребляется слово «земля» и в значении «страна»:

«Сия земля гораздо лучше Лифляндии, которую не жаль проехать зажмурясь» (Карамзин 1984, с. 178), «...я уже в Швейцарии... в земле свободы и благополучия!» (Карамзин 1984, с. 97).

Непосредственность, искренность рассказчика, склонность к простому чувству обуславливают появление в «Путешествии...» достаточно просторечного варианта производного от «земли» - «земляк»:

«Земляк мой Габриэль...» (Карамзин 1984, с. 178), «На стенах колокольни путешественники пишут свои имена или стихи, или что кому вздумается. Я нашел и русские следующие надписи: «Мы здесь были и устали до смерти»... «Здравствуй, брат земляк!» (Карамзин 1984, с. 95)

В «Бедной Лизе» концепт «земля» выступает в самом обычном значении: «*материальная реалия – паиня*»: «Отец Лизин... пахал хорошо землю и вел всегда трезвую жизнь» (Карамзин 1979, с. 95), «Лиза удивилась... и, потупив глаза в землю, сказала ему, что она не возьмет рубля» (Карамзин 1979, с. 96), «...первые лучи... великолепного светила показывались из-за утреннего облака, изливая на тихую землю жидкое неосызаемое золото!» (Карамзин 1979, с. 102).

А. Радищев в оде «Вольность» воспринимает «землю» вроде бы традиционно, как часть символической метафоры «земля-небо»:

Подъял луч Лютер просвещенья,
С землёю небо помирил. (*Радищев, с. 304*)

Но даже и в этом рассуждении сказался общественный склад мышления автора: «небо и земля сопрягаются не в религиозном чувстве, а в «просвещении». Тем более оказывается просвещенческий, рациональный подход Радищева в других строках оды, в тех, в которых синонимом Божественного начала становится *разум, закон* («язык закона»):

Он лести чужд, лицеприятства,
Породы, знатности, богатства,
Гнущаясь жертвенныя тли;
Родства не знает, ни приязни;
Равно делит и мзду и казни;
Он образ божий на земли. (*Радищев, с. 298*)

При этом «земля» может восприниматься автором и как пространство природы:

Внезапу мощно потрясенье
Поверх земли уж зрится всей. (*Радищев, с. 295*)

В «Путешествии из Петербурга в Москву» с его многосложной интонационной инструментовкой слышится торжественно-патетический смысл «земли»: «Ты жизнь мне дал, тебе её и возвращать, на земли она стала уже больше бесполезна» (Радищев, с. 99).

В «Путешествии...» есть употребления «земли» в значении «страна», «государство». Это более органично для книги с общественной направленностью: «....всяк, порицающий царя в самовластии его есть странник земли, где всё пред ним трепещет» (Радищев, с. 124). Но неожиданно могут соединиться символика социальная и вселенская:

«военачальнику повелевал я идти с многочисленным войском на завоевание земли, целым небесным поясом от меня отделенной» (Радищев, с. 121).

Слово «земля» приобретает у Радищева не только общесоциальный смысл. Она наполняется смыслами экономическими и политическими: «Они у прежнего помещика были на оброке, он их посадил на пашню; отнял у них всю землю» (Радищев, с. 144).

Такого рода употребление малознакомо литературе до Радищева, прибегающего и к прямым политическим обращениям: «Но кто между нами оковы носит, кто ощущает тяготу неволи? Земледелец!» (Радищев, с. 190). Хотя, конечно, сами обстоятельства рассуждения героя, сама поездка требуют использования и вполне бытового, традиционного смысла: «Отделялся душевно от земли, казалось мне, что удары кибиточные были для меня легче. Но упражнения духовные не всегда нас от телесности отвлекают; и для сохранения боков моих пошел я пешком» (Радищев, с. 101).

Восемнадцатый век в произведениях его наиболее значительных авторов обнаружил многообразие смыслов концепта «Земля». Литература новой, классической эпохи подтвердила и развila его открытия.

В произведениях А. Пушкина «земля» довольно часто использована в качестве обозначения обычной физической реальности, хотя и не так часто, как можно было бы предположить, даже в прозе: «Они работали около укреплений, под надзором гарнизонных инвалидов. Иные вывозили в тележках сор, наполнявший ров; другие лопатками копали землю» (Пушкин А.С. Капитанская дочка, т. 3, с. 204), в «Евгении Онегине»:

Скажите: вашею душой
Какое чувство овладеет,
Когда недвижим, на земле
Пред вами с смертью на челе,
Он постепенно костенеет,
Когда он глух и молчалив
На ваш отчаянный призыв? (Пушкин, т. 2, с. 289)

Один из вариантов использования «земли» как обозначения вещества – в устойчивых оборотах: «Шабашкин поклонился почти до земли» (Пушкин А.С. Дубровский, т. 3, с. 130)², «Маша, бледная и трепещущая, подошла к Ивану Кузьмичу, стала на колени... поклонилась ему до земли» (Пушкин А.С. Капитанская дочка, т. 3, с. 271). Но в устойчивых оборотах, а тем более во фразеологизмах «земля» приобретает поэтические обертоны, даже участвует в создании метафоры:

² В «Дубровском» «земля» означает почти всегда «владение», «собственность», что соответствует конфликту повести.

В краю чужом, в пустынном море
И в мрачных пропастях земли

19 октября 1827 (Пушкин, т. 1, с. 409)

Есть у Пушкина, точнее в речи его простонародных героев фольклорные вариации использования «земли»:

Дай Бог душе его спасенье,
А косточкам его покой
В могиле мать-земле сырой!

Евгений Онегин (Пушкин, т. 2, с. 300)

Однако таких ситуаций очень мало, А. Пушкин не злоупотреблял простонародностью. Изредка устойчивый оборот А. Пушкин берёт из Библии: «Он не останавливается, он спешит...проникает в глубину пирамид, пускается в пустыню...вступает в обетованную землю, наконец, с высоты вдруг видит Ерусалим» (Путешествие к святым местам А.Н. Муравьёва)³.

А. Пушкин действительно не склонен использовать универсум «земля» с простым значением физического вещества. Он сопрягает это значение со смыслами, уже отмеченными у других авторов: земля-природа и.т.д.:

Везувий зев открыл – дым хлынул - пламя
Широко развилось, как боевое знамя.
Земля волнуется... *(Пушкин, т. 1, с. 529)*

Отметим соединение земли как физической реалии и психологического состояния человека:

И в сердце дума заронилась;
Пора пришла, она влюбилась.
Так в землю падшее зерно
Весны огнем оживлено.

Евгений Онегин (Пушкин, т. 2, с. 226)

Нередки у Пушкина случаи актуализации смысла «земля-страна», «земля-пространство жизни людей». Можно увидеть варианты с самым общим, символическим уровнем:

Но ни один земли безвестный край
Нас защитить от дьявола не может.
Монах (Пушкин, т. 1, с. 8)

³ Пушкин А.С. Полн. собр. соч. : В 10 тт.- т. 7. – М.: Изд-во АН СССР, 1958. – С. 263.

Несколько большая конкретика «земли-пространства» в «Пророке»:

И обходя моря и земли,
Глаголом жги сердца людей. (*Пушкин, т. 1, с. 385*)

Или в «Капитанской дочке»: «Богу угодно было лишить меня вдруг отца и матери: не имею на земле ни родни, ни покровителей». (*Пушкин, т. 3, с. 391*)

Своеобразный случай использования сочетания «земли-пространства» наблюдается в стихотворении «Вновь я посетил...»:

Вновь я посетил
Тот уголок земли, где я провёл
Изгнаником два года. (*Пушкин, т. 1, с. 573*)

Речь о времени, поэтому «земля» выводиться на философский уровень: земля людей. Но это и очень личное пространство, пространство собственной молодости, отсюда – «уголок земли».

«Земля» у Пушкина часто служит для называния конкретной страны, народа:

Француз, испанец, армянин,
И грек, и молдаван тяжёлый,
И сын египетской земли.

Отрывки из путешествия Онегина (*Пушкин, т. 2, с. 345*)

Особенно важно выделить ситуации, в которых земля обозначает отчество, Русскую землю:

Иль мало нас? Или от Перми до Тавриды,
От финских хладных скал до пламенной Колхиды,
От потрясенного Кремля
До стен недвижного Китая,
Стальной щетиною сверкая,
Не встанет русская земля?

Клеветникам России (*Пушкин, т. 1, с. 500*)

Но громогласные патетические интонации в словах «земля-Россия» единичны у Пушкина. Его любовь к Родине несомненна. Только он старается сказать об этом чувстве с лёгкой иронией, понимая, что сдержанность лишь усилит воздействие:

Родной земли спасая честь,

Я должен буду без сомненья,
Письмо Татьяны перевесть.

Евгений Онегин (Пушкин, т. 2, с. 233)

Ещё более выразительный случай:
Меж тем, как сельские циклопы
Перед медлительным огнем
Российским лечат молотком
Изделье легкое Европы,
Благословляя колеи
И рвы отеческой земли.

Евгений Онегин (Пушкин, т. 2, с. 155)

В многосложном сознании А. Пушкина восприятие наглядной конкретики жизни сочеталось с вселенским видением. Это проявилось и в особом понимании им взаимосвязи «земля-небо», «мир горний-мир людей». Данная символическая метафора наглядно почти не встречается в его творчестве, философия А. Пушкина рождается в изображении самой жизни.

В «Подражаниях Корану», в точном следовании поэтике этой книги написан статичный зрительный облик соотношения «земля-небо»:

Земля недвижна - неба своды,
Творец, поддержаны тобой,
Да не падут на сушь и воды
И не подавят нас собой. (*Пушкин, т. 1, с. 323*)

В «Моцарте и Сальери» «небо» воспринимается как высшая нравственная истина, «земля» как истина людей. От веры в них отказывается Сальери:

Все говорят: нет правды на земле.
Но правды нет - и выше. Для меня
Так это ясно, как простая гамма. (*Пушкин, т. 2, с. 442*)

Близкородственное по образности явление – в «Пире во время чумы»:

Спой, Мери, нам, уныло и протяжно,
Чтоб мы потом к веселью обратились
Безумнее, как тот, кто от земли
Был отлучен каким-нибудь виденьем. (*Пушкин, т. 2, с. 479*)

Одновременно А. Пушкин может использовать «небесную» символику в мифологическом и даже астрономическом смысле, допустим, в послании

к высокообразованному князю П. Вяземскому: «Седой Нептун земли союзник» (Пушкин, т. 1, с. 381).

В конечном счете, можно сказать, что универсалия «земля» обнаруживает у Пушкина и самые высокие ипостаси смысла и самые жизненно обыкновенные.

В равной мере сказанное относится и к поэзии А. Кольцова. «Земля» как часть единства Мир Божий – мир земной» выступает, прежде всего, в думах А. Кольцова. В них он стремится разрешить философские проблемы, и поэтому образность символического уровня в этом случае необходима. Однако в думах А. Кольцов бывает чрезмерно умозрителен, в них его поэтическое видение несколько схематично и образная символика отступает на второй план, сводится к манимому. В символике земли и неба может просто не быть («Жизнь», «Дума двенадцатая» и др.).

А. Кольцов органичен в своём поэтическом мышлении и рассуждая на отвлечённые темы, он представляет «горний мир» как ряд природных явлений:

Горит огнём и вечной мыслью солнце;
Осенены всё той же тайной думой,
Блистают звёзды в беспредельном небе;
И одинокий, молчаливый месяц
Глядит на нашу землю светлым оком.

Царство мысли (Кольцов, с. 141)

Или:

Божий образ - солнце
К нам с неба глядит
И днем поверяет
Всемирную жизнь.
В другом месте неба
Оно отразилось -
И месяцем землю
Всю ночь сторожит.

Божий мир (Кольцов, с. 132)

В этих «думах» умозрительность в значительной мере сглажена за счёт образного ряда. А. Кольцов считает, что в самой земной жизни возможны два уровня, есть своего рода противопоставление «неба» и «земли»:

Две жизни в мире есть.
Одна светла, горит она, как солнце;
В её очах небесный тихий день;
В сиянии – святая мысль и чувство;
Её живая сила так роскошно

Звучит свободной и разумной речью.
И это - жизнь земнова духа;
Долга она, как божья вечность...

Две жизни (Кольцов, с. 140)

А. Кольцов точно понимает мировосприятие тех, кому посвящает стихи, старается войти в их мир. Обращаясь к В. А. Жуковскому, он наполняет стихотворение религиозной символикой, сюжетами из Библии:

Земля красовалась
Роскошным Эдемом

.....
Свобода, свобода!..
Где ж рай твой веселый?
Следы твои страшны,
Отмечены кровью
На пестрой странице
Широкой земли!
И лютое горе
Ее залило,
Ту дивную землю,
Бесславную землю!.. (Кольцов, с. 155)

Посвящая «Военную песню» П. Вяземскому, А. Кольцов использует слово «земля» в драматическом, но вполне прямом смысле:

Уж тогда мне, добру молодцу,
Присудил бог сложить голову, -
Не на землю ж я сложу ее!
А сложить сложу - на груду тел... (Кольцов, с. 179)

Таким образом, «земля» в сопоставлении с «небом» использовались А. Кользовым в философских стихах. Но значительно естественнее эта связь предстаёт, допустим, в стихах о творчестве, о любви:

Улетай же в небо звуки,
Сокрываемся в дали!
Здесь я с нею, здесь я счастлив,
Любо жить мне на земле!

Мир музыки (Кольцов, с. 149)

Или:

Тогда погиб я навсегда!
Тогда, страдалец одинокий,

Ни для земли, ни для небес
Я не воскresну никогда!

Не разливай волшебных звуков! (Кольцов, с. 165)

А. Кольцов широко использовал известные уже до его употребления универсума земля, включая их в свой контекст, определявшийся естественностью его мышления. Нейтральное употребление «земли» как обозначения *части природы* есть, допустим, в стихотворении «О чём шумит сосновый лес»:

Когда нибудь его стихия
Рвалася землю всю покрыть. (Кольцов, с. 168)

Но во многих других случаях «земля-природа» одухотворена. Этот эффект возникает за счёт того, что свойствами как бы человеческими наделяется связанные с «землёй» растения, цветы и т.д.:

Поклонись, цветы
Головой земле!

Косарь (Кольцов, с. 116)

Леса оделись синей тьмою,
Туман гуляет над землёй.

Осень (Кольцов, с. 49)

И месяцем землю
Всю ночь сторожит

Божий мир (Кольцов, с. 132)

И при этом привычное в поэзии олицетворение А. Кольцов применяет редко:

Красным полымем
Заря вспыхнула,
По лицу земли
Туман стелется

.....
И с горы небес
Глядит солнышко,
Напилась воды
Земля досыта.

Урожай (Кольцов, с. 107, с. 108)

Как правило, традиционно использует смысл «земля-пространство жизни людей»:

Все идём по нити срочной,
 Все мы гости на земле:
 Проживём – бьёт час урочный,
 И мы сокрыты на земле.

*Послание Якову Яковлевичу Переславцеву
 (Кольцов, с. 211)*

И странствуя без дальних нужд,
 Земли жилец земного чужд.

Разуверение (Кольцов, с. 71)

В этой же связи вспомним употребление слова «земля» в момент его соотнесения с «небом», горним пространством. Но в отдельных случаях обозначение мира людей сопровождается метафоризацией слова «земля»:

Что грусть земли, ужель за гробом
 Ни жизни, ни награды нет?

К другу (Кольцов, с. 77)

Сказанное относиться к обозначению А. Кользовым с помощью слова «земля» *страны или местности*:

Давно, за суетой бессрочной,
 К тебе я, милый, не писал
 И в тихий край земли полночной
 Докучных строк не посыпал.

Письмо к Д.А. Кацкину (Кольцов, с. 65)

Однако восхищение, которое вызывает у поэта творение Божие – человек, может нарушить нейтральное звучание слова «земля» в значении *пространства жизни людей*, и привнести значения «*природа*», «*вселенная*»:

Все творенья в Божием мире
 Так прекрасны, хороши!
 Но прекрасней человека
 Ничего нет на земле.

Человек (Кольцов, с. 11)

Любовное чувство вызывает сходное воздействие на смысл «земли» как мира людей:

А лобзаньем твоим,
 А восторгам живым

На земле, у людей,
Выражения нет!

Если встречусь с тобой... (Кольцов, с. 46)

Конечно, у Кольцова есть употребление земли в обычном значении физического вещества:

Где стоял его богатый дом,
Где была избушка бедная, -
Утром все с землей сровнялося -
Только уголья чернелися...

Деревенская беда (Кольцов, с. 147)

В этом случае смысл однозначен, даже если слово включено в устойчивое выражение:

Я стоял, глядел, задумался,
Снявши шапку, хватил об землю.

Деревенская беда (Кольцов, с. 146)

Для сравнения: тот же оборот в стихотворении «Удалец» всё же обретает переносный смысл:

С кем дорогою
Сойдусь, съедусь ли, -
Всякий молодцу
Шапку до земли! *(Кольцов, с. 103)*

Тем более актуализируется смысл слова «земля» во фразеологических конструкциях, использованных А.Кользовым либо в речи лирических персонажей, либо в собственной речи, если описывается крестьянский труд:

Высоко стоит
Солнце на небе,
Горячо печёт
Землю-матушку.

Молодая женщина (Кольцов, с. 112)

Наиболее значительным открытием А. Кольцова было изображение им красоты крестьянского труда и, главное, нравственного смысла работы мужика. Собственно, особым, новым значением наполняется у него и концепт «земля». Это «земля-паиня», земля – *пространство и объект* нелёгких усилий крестьянина:

Ну! тащися, сивка,
Пашней, десятинной,
Выбелим железо
О сырую землю.

.....
Весело на пашне.

Ну, тащися, сивка!

.....
Пашенку мы рано
С сивкою распашем,
Зернышку сготовим
Колыбель святую.
Его вспоит, вскормит
Мать-земля сырая;
Выйдет в поле травка –
Ну! тащися, сивка!

.....
Я вспашу, посею.
Уроди мне, боже,
Хлеб – моё богатство!

Песня пахаря (Кольцов, с. 95-96)

Крестьянский труд равнозначен религиозному действу, нравственному откровению. Земля и природа образуют пространство храма.

Крестьянин подробно называет этапы работы. Поэт детально фиксирует:

Весело я лажу
Борону и соху,
Телегу готовлю,
Зёрна насыпаю.

Песня пахаря (Кольцов, с. 95)

Лиха беда в землю
Кормилицу – ржицу
Мужику закинуть.

Размышления поселянина (Кольцов, с. 102)

Поэт максимально точен в изображении крестьянской работы, а, значит, и крестьянского мира в момент работы. Его косарь, как и пахарь, работает на земле, но этого слова в стихотворении «Косарь» нет, так как внимание персонажа сосредоточено на других реалиях: степь, трава и т.д.

Иными словами, земля как пашня вбирает в себя многие начала мира и является источником благополучия и жизни:

Чего душа хочет -
Из земли родится;
Со всех сторон прибыль
Ползет и валится.

Первая песня лихача Кудрявича (Кольцов, с. 138)

Можно утверждать, что у Кольцова именно в изображении труда возникает наиболее глубоко и полно сопряжение земного и небесного.

Соотношение, противостояние или слияние истин «неба» и жизни «земли», социальной реальности было одной из наиболее напряжённых проблем в творчестве Н. Гоголя. Надо заметить, что прямые сопоставления этих начал с помощью символических метафор «земля-небо» очень редки у Гоголя. Высший небесный уровень словно бы остаётся в душе автора, он критерий оценки земного мира.

Детство, отчество Н. Гоголя прошли среди природы Украины, он был постоянно близок к естественному земному миру, цветущему, мощному, богатому. «Благословенная земля», как сказано в его «Старосветских помещиках»⁴. На наш взгляд, именно привычка к земле объясняет достаточно частое употребление этого концепта в «Ганце Кюхельгартене», в произведении, созданном Гоголем в юности. Правда, в поэме «Земля» «земля» понимается как пространство жизни вообще: «Прекрасное я видел на земли». А чаще – для обозначения стран:

Земля классических, прекрасных созиданий,
И славных дел, и вольности земля!
Афины, к вам, в жару чудесных трепетаний,
Душой приковываюсь я. (Гоголь, т. 1, с. 237)

Сочетание двух смыслов обнаруживается в других строках поэта:

Зачем влечёте так к себе вы,
Земли роскошные края? (Гоголь, т. 1, с. 246)

Физические, природные свойства земли не описываются, видимо, сказались особенности несколько отвлечённого взгляда автора, да и события происходят в незнакомой ему стране.

Зато чувство земли как *природного мира*, как *физической реалии* словно бы возвращается к Н. Гоголю, когда он в холодном, каменном Петербурге пишет свои «Вечера на хуторе близ Диканьки»: «Как упоителен, как роскошен летний день в Малороссии! Как томительно-жарки те часы, когда полдень блещет в тишине и зное, и голубой, неизмеримый океан, сладострастным куполом нагнувшись над землею, кажется, заснул, весь

⁴ В них, однако, «земля» фигурирует трижды как «физическое пространство» и один раз как «собственность», пренебрежительно оцененная («ключок земли»).

потонувши в неге, обнимая и сжимая прекрасную в воздушных объятиях своих! На нем ни облака. В поле ни речи. Всё как будто умерло; вверху только, в небесной глубине дрожит жаворонок, и серебряные песни летят по воздушным ступеням на влюбленную землю, да изредка крик чайки или звонкий голос перепела отдается в степи» (Гоголь Н.В. Сорочинская ярмарка, т. 1, с. 14).

Изображение мира простых людей обусловило неоднократное повторение слова «земляк».

«Вечер на кануне Ивана Купала» повесть с отчётливым мистическим колоритом. Но «земля» не входит в рациональное пространство, а используется как обозначение физической реальности: «Земля сделалась легче и местами стала прохватываться морозом» (Гоголь, т. 1, с. 54), «Кинул от себя кухоль на землю» (Гоголь, т. 1, с. 48). Пространство природы заполнено в повести травой, цветами. И герой не помнит земли, его съедает алчность.

В «Майской ночи...» земля названа как физическая реалия. Она оказывается границей в системе «верх-низ»: Месяц может находиться «под землёю», преодолевать границу и в этот момент возникает смысл «земля-природа»: «Земля вся в серебряном свете» (Гоголь, т. 1, с. 70). Но в этой повести появляется и земля как собственность: «небольшой участок земли, принадлежащей помещику» (Гоголь, т. 1, с. 70).

В «Пропавшей грамоте» мир разделён на верхний и подземный уровни. Земля просто физическое вещество верхнего мира в какой-то степени граница миров: «...земля задрожала, и герой попал чуть ли не в самое пекло» (Гоголь, т. 1, с. 95).

В «Ночи перед Рождеством» «земля» несколько раз используется как физическая реалия и однажды как «страна» («Немцем называют у нас всякого, кто только из чужой земли» (Гоголь, т. 1, с. 106)). Физическая реалия конкретна: «Запорожцы вдруг все пали на землю» (Гоголь, т. 1, с. 142), «кузнец вдруг повалился на землю» (Гоголь, т. 1, с. 143). Необычность употребления концепта, необычность ситуации состоит в том, что рассказчик именует «землёй» паркетный пол царского дворца: это и его и героев мировосприятие.

В «Страшной мести» «земля» использована неоднократно. Она может быть просто физической реалией, парадоксально сочетающейся с предельно фантастической ситуацией: «Голос его, будто нож, царапал сердце, и мертвец вдруг ушел под землю. Поднялся третий мертвец. Казалось, одни только кости поднялись высоко над землею. Борода по самые пятки; пальцы с длинными когтями вонзились в землю». (Гоголь, т. 1, с. 154-155) Земля в повести обозначает так же «страну»: православная земля, чужая земля, стороны земли. Отметим сочетание в одной фразе земли как физического вещества и «земли природы»: «...лежащий под землёю мертвец... страшно трясёт всю землю...» (Гоголь, т. 1, с. 190).

В этой повести непосредственно соотнесены земля и небо: «Бог один величаво озирает небо и землю» (Гоголь, т. 1, с. 176).

В «Иване Фёдоровиче Шпоньке...» кругозор одного из персонажей, ко всему безразличного, не «вбирает» «землю». Она в повести – «владение»: «Земля...Степана Кузьмича» (Гоголь, т. 1, с. 203), но и – по контрасту с героем – природа: «Земля ярко зазеленела» (Гоголь, т. 1, с. 191).

В «Заколдованным месте» пружина сюжета – клад, но земля упоминается один раз как физическая реалия («земля мягкая»), и один раз как богатое владение: «я знаю эту землю...Земля славная» (Гоголь, т. 1, с. 225).

Повесть «Тарас Бульба» из «Миргорода» переполнена изображением мощной яркой природной жизни, наполняющей мир. Метафора «земля природы» – постоянно встречаются в повести: «Вся поверхность земли представлялась зелёно-золотым океаном, по которому брызнули миллионы разных цветов» (Гоголь, т. 2, с. 45). Есть и картина почти планетарного уровня: «Веял холодными волнами...обхватил половину всей поверхности земли» (Гоголь, т. 2, с. 51).

В повести «о воинах» упоминаются и «земледельцы», есть и народные обороты: «сырая земля».

Но главное: универсум «земля» включён в патетические монологи о Родине: «Такого дела не было на христианской земле!» (Гоголь, т. 2, с. 98), «Только остались мы сирые, да, как вдовица после крепкого мужа, синая так же, как и мы, земля наша» (Гоголь, т. 2, с. 116). Впрочем, наиболее частое употребление универсалии – земля как вещество, то есть, Н.Гоголь сочетает пафос и обычное течение жизни: «...не шлепнется ил он на землю, закутавшись в полы».

В «Повести о том, как поссорился Иван Иванович с Иваном Никифоровичем» «земля» упоминается только *два раза* и только как *собственность*. Таков круг интересов её героев, мелочных, алчных: «хлев захватил часть его земли» (Гоголь, т. 2, с. 213).

В повести «Вий» странным образом может сочетаться *физический смысл* «земли» и мрачная *иррациональная символика*: «что-то в виде огромного пузыря, с тысячью протянутых из середины клещей и скорпионных жал. Чёрная земля висела на них клоками» (Гоголь, т. 2, с. 192), Вий «был... в чёрной земле. Как жилистые, крепкие корни, выдавались его засыпанные землёю, ноги и руки» (Гоголь, т. 2, с. 192).

В петербургскую эпоху Н. Гоголь использует «землю» весьма скромно, её нет в огромном, подавившем природу городе, в городе-машине. Земля чаще всего означает страну: «Россия такая чудная земля» (Гоголь, т. 3, с. 48), «земля снегов» (Гоголь, т. 3, с. 25), «Странная земля Испания» (Гоголь, т. 3, с. 100). Хотя у рассказчиков иногда случаются «оговорки», они помнят о земле как о простой реалии могут сказать о мостовой, что «...что тени хвостами падали на землю» (Гоголь, т. 3, с. 75). Вместе с тем,

возносящийся в своём безумном сознании над убогим примитивом Поприщин видит землю как *планету*: «...спасём луну, потому что земля хочет сесть на неё» (Гоголь, т. 3, с. 191). Но воспаление фантазии Поприщина ограниченно *государственно-бюрократическими пределами*: «...дать приказ полиции не допустить земле сесть на луну» (Гоголь, т. 3, с. 191). В мире чиновников «Ревизора» о земле говорят как о собственности. Ляпкин-Тяпкин травит зайцев на землях сразу двух помещиков, затеявших тяжбу между собой. В пьесе есть редкое употребление производного от «земли»: «землятресенье» (Гоголь, т. 4, с. 50). И, на наш взгляд, не без сарказма постоянно употребляемое автором другое производное – «Земляника» (в «немой сцене» он присел, разумеется «до земли»).

В «Мёртвых душах» «земля» героями воспринимается как собственность или простое физическое вещество: «... как желаете вы купить крестьян, с землёю, или просто на вывод, то есть без земли?» (Гоголь, т. 5, с. 35), «нешто хочешь ты их откатывать из земли» (Гоголь, т. 5, с. 53) (как лицемерное самоуничтожение отметим «землишку» Плюшкина (Гоголь, т. 5, с. 126)). Но многосложно восприятие земли автором. Она для него пространство жизни и почти всегда пространство Руси: «Как несметное множество церквей, монастырей с куполами, главами, крестами рассыпано по святой благочестивой Руси, так несметное множество племён, поколений, народов толпится, пестреет и мечется по лицу земли» (Гоголь, т. 5, с. 114), «Чудная, незнакомая земле даль! Русь!» (Гоголь, т. 5, с. 231) В поэме есть и употребление значения земли как пахоты: «По тюрьмам ли сидите или пристали к другим господам и пашете землю?» (Гоголь, т. 5, с. 143).

Может, конечно, мелькнуть сатирическая деталь: «невиданный землёю чепец» (Гоголь, т. 5, с. 170), но в finale доминирует земля как Родина: «Эх, тройка! птица тройка, кто тебя выдумал? знать, у бойкого народа ты могла только родиться, в той земле, что не любит шутить, а ровнем - гладнем разметнулась на полсвета, да и ступай считать версты, пока не зарябит тебе в очи» (Гоголь, т. 5, с. 259).

Итак, рассмотрев использование концепта «земля» в произведениях авторов русской литературы, определивших основные тенденции её развития, можно утверждать, что он активно, широко и разнообразно используется в русской классике. Этот концепт необходим авторам для реализации их мироотношения. «Земля» может восприниматься как физическое вещество, как обозначение пространства жизни, как приём названия страны, народа, как своего рода синоним природы, как одно из начал мира (земное-небесное). Конкретное использование универсума «земля», конкретное сопряжение разных его смыслов определяется индивидуальностью автора, особенностями развития общества и искусства.

- Карамзин Н. М. Письма русского путешественника. – Л.: Наука, 1984. – 717 с.
- Карамзин Н.М. Бедная Лиза // Русская сентиментальная повесть. – М. Издательство Московского университета, 1979. – 336 с.
- Карамзин Н.М. Избранные сочинения: В 2-х тт.- Т.2. - М.-Л.: Художественная литература, 1964.
- Кольцов А.В. Полное собрание стихотворений: В 2 тт. – Л.: Советский писатель, 1958.
- Пушкин А.С. Сочинения: В 3 тт. – М.: Художественная литература, 1987.
- Радищев А.Н. Путешествие из Петербурга в Москву // А.Н. Радищев Избранное. - М.: Правда, 1988. – 448 с.
- Русская поэзия 18-го века. - М.: Художественная литература, 1972. – 736 с.

Л.А. Литвинова

Концепт «Деревня» в американском художественном тексте⁵

В качестве материала исследования были выбраны произведения современных американских авторов: Mario Puzo («The Sicilian», «The Dark Arena»); Sidney Sheldon («Nothing Lasts Forever», «Bloodline»); Rachel Gibson («I'm In No Mood For Love»); Truman Capote («The Grass Harp», «Breakfast at Tiffany»); Barbara Bradford Tailor («Everything to Gain»); Angela Drake («The Love Child»); Christina Dodds («Priceless»)» Laury R. King («Folly»).

Концепт «Village» в американских художественном тексте представлен тремя лексическими единицами:

Village – населенный пункт, как правило, небольшого размера, где люди преимущественно занимаются сельским хозяйством, рыболовством.

Country (side) – (обширная) территория вне города, где плохие дороги, условия жизни в целом хуже, чем в городе.

Community – (со)общество сельских жителей – гостеприимных, открытых, доброжелательных.

Когнитивные признаки извлекались из примеров употребления этих слов. Учитывались семантические компоненты, которые выявляются в экспликативном контексте – высказывается обобщенное суждение о предмете концептуализации и признаки исследуемого концепта эксплицитно объясняются в виде перечисления:

- сельская местность, необходимость общаться с соседями - *One of the drawbacks of being a part a community, Rae reflected, was that you had the*

⁵ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

responsibility to respond to your neighbors. You had to allow them to intrude, to nibble at your time and attention, even if your temptation was to throw them off the island (Laurie R. King. Folly).

- сельский населенный пункт, красивая природа – *Bed and dresser were both mahogany, and on each wall there was a small painting of a country scene in light: green, violets, blues, and the white silver of running streams (Mario Puzo. The Dark Arena).*

- сельская местность, место для душевного и физического отдыха – *Paige was grateful for the days that Dr. Barker was away from the hospital, working at his private practice. She said to Kat, 'being away from him for a day is like a week in the country (Sidney Sheldon. Nothing Lasts Forever).*

В случаях, когда контекст номинирует признаки отдельного референта (конкретной деревни), перечисляемые признаки рассматриваются как актуализирующие содержание концепта в том случае, если они выявляются при характеристике и других единичных референтов, при описании других конкретных деревень:

- нет (техногенного) шума, все знают соседей – *I come from a small village an hour away from Hong Kong. There, there is no noise and no automobiles, and everyone knows his neighbors (Sidney Sheldon. Nothing lasts forever).*

- местность вне города, зеленая – *When they had finished eating, Hella and Mosca would leave Eddie and Frau Meyer to their drinking and go for a long walk through the city, and beyond it to the flat, green countryside (Mario Puzo. The Dark Arena).*

- (природные) запахи – *The curtains whispered in the dark, and the rain filled the country air with scents dependent on the earth and the sky, rather than those created by human beings (Angela Drake. The Love Child).*

Эти признаки – *нет шума, зеленая, все знают соседей, природные запахи* – подтверждаются и другими примерами из других произведений и авторов, что позволяет заключить, что признаки *зеленая, без техногенного шума* входят в содержание концепта «Деревня».

Если же в других примерах тот или иной признак не подтверждается, не повторяется, он рассматривается как ситуативная, контекстуальная характеристика только данного референта (в нашем случае - конкретной деревни) и не включается в обобщенное описание содержания концепта.

Например:

- отдаленная – *Paige and Alfred were inseparable. As they grew older, they would walk to the market together, to a village miles away (Sidney Sheldon. Nothing Lasts Forever).*

Признак *отдаленная* относится к конкретной деревне, в которую персонажи ходили. Это не дает оснований включать признак «отдаленная» в семантику концепта «Деревня».

Количество примеров объективации концепта «Village» в 11-ти проанализированных произведениях составляет 176.

Актуализовано 78 разных когнитивных признаков, что позволяет составить следующую таблицу, которая иллюстрирует распределение когнитивных признаков по частотности их актуализации в исследованных текстах.

Когнитивный признак	Частота актуализации в художественных текстах
1. населенный пункт	20
2. небольшой по размеру	12
3. территория вне города	14
4. красивая	6
5. соблюдаются свои обряды, традиции, обычаи	5
6. зеленая	4
7. место для загородного дома	3
8. отдаленная от города	4
9. нет шума (техногенного)	3
10. ездят на лошади	3
11. есть загородное поместье	3
12. свежий воздух	3
13. Lopez	3
14. San Juan	3
15. есть площадь (центральное место)	3
16. проводятся карнавалы, фестивали	3
17. жители общительные	3
18. отдельный дом с лужайкой и белым штакетниковым забором	3
19. все знают друг друга	3
20. рыбацкая	3
22. отсталая	2
23. люди занимаются земледелием	2
24. люди одеваются проще	2
25. Indian Meadows	2
26. топят печь зимой	2
27. в домах есть чуланы	2
28. горожане приезжают сюда на выходные	2
29 (хорошая) природа	2
30. развиты народные промыслы	2
31. расположена в низменности	2
32. многие люди родственники	2
33. есть школа	2
34. есть клуб	2
35. может быть голод, разруха	2
36. крестьяне бедные, нищие	2
37. старая, неизменная	2
21. место для душевного и физического отдыха	1

39. там живут родственники, друзья	1
40. дети бегают по улицам	1
41. музыкальный стиль	1
42. nowhereville, захолустье	1
43. есть пилорама	1
44. в домах могут быть сундуки	1
45. есть сады	1
46. в саду (поместье) работает садовник	1
47. плохие дороги, ямы, ухабы	1
48. корнуоллская	1
49. спокойная манера вести разговор	1
50. (природные) запахи	1
51. нет высотных домов	1
52. есть рынок	1
53. здесь сплетничают	1
54. может быть заповедным местом	1
55. место для рыбалки	1
56. собирают ягоды	1
57. запах (скошенной) травы	1
58. есть огороды	1
59. может не быть магазинов	1
60. есть с/х производство	1
61. может быть на берегу озера	1
62. есть пекарня, кондитерская	1
63. есть старинные магазины	1
64. деревню могут снести землевладельцы	1
65. умирающая	1
66. держат птицу в хозяйстве	1
67. есть администрация	1
68. люди открытые, добродушные	1
69. здесь живут крестьяне	1
70. есть особые рецепты национальных блюд	1
71. пасутся овцы	1
72. нищая, бедная	1
73. моннациональная	1
74. есть церковь	1
75. есть священники	1
76. селяне неграмотные	1
77. может быть у горы	1
78. есть окраина	1

Таким образом, вышеперечисленное позволяет сделать вывод: концепт «Village» в английском языке - населенный пункт или местность, небольшой по размеру, расположенный вне города, где красиво, соблюдаются свои обряды, традиции, обычаи, с обилием зелени.

**Номинативное поле концепта «Город»
в английском языке
(по данным словарей)⁶**

Построение номинативного поля концепта является первым условием его лингвокогнитивного анализа. Под номинативным полем в когнитивной лингвистике понимается совокупность языковых единиц, объективирующих содержание концепта в определенный период развития общества (Попова, Стернин 2007, с. 66). «Построить» номинативное поле концепта можно двумя способами. Первый предполагает выявление только прямых номинаций концепта – ключевого слова и его синонимов. Второй, более трудоемкий, предполагает выявление всего доступного исследователю номинативного поля концепта, включая гипонимы и наименования различных отдельных признаков концепта, обнаруживающихся в разных ситуациях его обсуждения (Попова, Стернин 2007, с. 176-177). В данной статье мы будем использовать первый способ построения номинативного поля.

Рассмотрим средства лексической объективации концепта «Город» в современном английском языке. Слово «город» в английском языке представлено двумя лексемами – «city» как крупный населенный пункт, и «town», как небольшой населенный пункт. Нами были проанализированы следующие словари: Webster`s New World Dictionary, Collins Cobuild English Language Dictionary, Longman Dictionary of Contemporary English.

Webster`s New World Dictionary дает следующие значения слова «city»:

- 1) a center of population larger or more important than a town or village;
- 2) in the USA, an incorporated municipality whose boundaries and powers of self-government are defined by a charter from the state in which it is located;
- 3) in Canada, any of various large urban municipalities within a province;
- 4) in G.B., a borough or town with a royal charter, usually a town that has been or is an Episcopal see;
- 5) all of the people of a city;
- 6) in ancient Greece, a city-state.

Слово «town» определяется как:

- 1) (Brit. Dial.) a group of houses; hamlet;
- 2) a more or less concentrated group of houses and private and public buildings, larger than a village but smaller than a city;

⁶ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

- 3) a city or other thickly populated urban place;
- 4) a) in parts of the USA, township (sense); b) in New England and some other states, a unit of local government having its sovereignty vested chiefly in a town meeting;
- 5) in England, a village that holds a market periodically;
- 6) the business center of a city;
- 7) the inhabitants, voters, etc. of a town;
- 8) the local residents of a town as distinct from the members of a college within a town.

Collins Cobuild English Language Dictionary определяет «city» следующим образом:

1) a city is a large town where there are many houses, offices, factories, shops, theatres etc. and where many people live and work.

The city is also used to refer to the people who live there;

2) the City is a part of London where many important financial institutions, for example, the Bank of England and the Stock Exchange have their main offices;

Слово «town» имеет следующие значения:

1) a town is a place with many streets and buildings where people live and work. Towns are larger than villages and have factories, shops, offices and places of entertainment;

2) town is the town that you live in or the town that is closest to where you live.

The central area of a town where most of the shops and offices are;

3) if you talk about the town, you are referring to town and city areas in general as opposed to country areas;

4) if you go to town on an activity you put a lot of effort and enthusiasm into doing it, especially by spending a lot of money.

Longman Dictionary of Contemporary English представляет «city» как:

1) a large important town, especially one with a cathedral;

2) the people who live in a city;

3) the City is the area of London which is Britain's financial center, and the important institutions there.

Слово «town» представлено в данном словаре следующими значениями:

1) «place» – a large area with houses, shops, offices etc. where people live and work, that is smaller than a city and larger than a village;

2) «main center» – the business or shopping center of a town;

3) «people» – all the people who live in a particular town;

4) «where you live» – the town or city where you live;

5) «village» – several houses forming a small group around a church, shops;

6) «not country» – the town life in towns and cities in general.

Синонимический ряд слова «city» представлен следующими лексемами: «metropolis», «cathedral city», «city-state», «inner city», «hero city», «boom city».

А синонимами слова «town» являются «ghost town», «county town», «new town», «municipality», «market town», «boom town», «borough».

Синонимы слов «city» и «town» помогают нам построить номинативное поле концепта «Город» в английском языке:

- 1) *metropolis* – a very large city that is the most important city in a country or area;
- 2) *cathedral city* – a city with a cathedral;
- 3) *city-state* – a city, especially in former times, that forms an independent state with the surrounding country area;
- 4) *inner city* – a part near the middle of a city where the buildings are in a bad condition and people are poor;
- 5) *hero city* – a city that is admired for being heroic;
- 6) *boom city* – a city that suddenly becomes very successfull because there is a lot of new industry;
- 7) *borough* - is a town or district within a large town, which has its own council;
- 8) *ghost town* – is a town which was once busy and prosperous but which people no longer live in, especially where the buildings are still standing;
- 9) *county town* – is the most important town in a county from which a country is administered;
- 10) *new town* – is a town that has been planned and built as a whole including shops, houses, factories etc. rather than one that has developed gradually;
- 11) *market town* – a town where there is an outdoor market usually once or twice a week.

Синонимы концепта «Город» в английском языке добавляют к его характеристике дополнительные признаки. Таким образом, концепт «Город» в английском языке представлен как крупный, так и небольшой населенный пункт. Для крупного населенного пункта характерно наличие большого количества домов, офисов, заводов, фабрик, магазинов, театров, людей и кафедрального собора. Здесь также могут быть районы со старыми зданиями, где проживают бедные люди. Для небольшого населенного пункта также характерно наличие домов, магазинов, офисов, церквей и рынков, которые открыты раз или два в неделю.

Collins Cobuild English Language Dictionary. – Collins Publishers, 2001. – 1824 p.

Longman dictionary of Contemporary English. –Pearson Education Ltd., 1999. – 1770 p.

Webster`s New World Dictionary. – Third College Edition, 2000. - 1475 p.

Концепт «положительная эмоция» (на материале немецкого и русского языков)

Эмоции сопровождают человека на протяжении всей его жизни, влияют на результаты познания окружающей действительности, классифицируют объекты по оценочному критерию (положительное/отрицательное). Вместе с тем возникает ряд вопросов:

- что человек понимает под эмоциями?
- различаются ли эмоции между собой?
- дифференцирует ли человек на ментальном уровне эмоции относительно иных эмоциональных сущностей (чувств и внутренних эмоциональных состояний)?

Каждый из этих вопросов сложен и требует особого рассмотрения. В попытке приблизиться к их решению в этой статье мы рассмотрим следующие проблемы: существует ли в концептосфере человека ментальная единица, отражающая положительные эмоции? Если же такая единица существует, то каким содержанием она будет обладать?

Прежде всего, определимся, что мы понимаем под термином «концепт». Концепт - ментальная единица, сформировавшаяся в процессе познания человеком действительности, отражающая знание человека о какой-либо сущности материального или идеального миров, выделяемой человеком из общей действительности. Применительно к нашему предмету исследования это означает, что в концептуальной сфере должна существовать на фоне иных эмоциональных концептов ментальная единица, отражающая результат осмыслиения человеком положительных эмоций на уровне обыденного сознания.

В художественных произведениях, статьях энциклопедических словарей, фразеологических корпусах национальных языков (исследование проводилось на материале немецкого и русского языков) представлены различные эмоциональные сущности, относящиеся как к положительному, так и к отрицательному полюсу (чувство радости, чувство восторга, внутреннее эмоциональное состояние счастья, а также чувство грусти, чувство печали и т.д.). При этом словосочетание «положительные эмоции» встречается только в узкоспециальных научных текстах. Тем не менее, положительные эмоции находят отражение и в семантике языковых единиц, например, при изучении семантической категории «Эмотивность» (Шаховский 1983, Слуднева 1998, Гизатуллина 1999, Тарасова 1999 и др.) и в произведениях художественной литературы. Отсюда следует, что на ментальном уровне представление о положительных эмоциях существует. Вопрос заключается лишь в том, оформлено ли оно ментальной единицей или же положительные эмоции

представляются концептуальным признаком какого-либо из эмоциональных концептов?

В некоторых исследованиях эмоциональных сущностей в лингвистике и когнитивной лингвистике любое положительное чувство или положительное внутреннее эмоциональное состояние приравниваются к положительным эмоциям. Мы придерживаемся мнения, что каждая эмоциональная сущность отмечена отдельным концептом (Мещеряков 2008, 2010). Соответственно, можно предположить, если представление об эмоционально-положительных сущностях на ментальном уровне не сводится к одному концепту, то и ментальное представление о положительных эмоциях неэквивалентно ментальному представлению о каком-либо положительном чувстве или положительном эмоциональном состоянии, хотя они и взаимосвязаны.

Если эмоциональный концепт «Положительная эмоция» существует, то каким содержанием он должен обладать? Ментальное представление о положительных эмоциях является одним из видовых ветвлений категориального понятия «эмоции». Энциклопедические словари, отражая значение лексической единицы «эмоция» («Emotion»), указывают на внутренние переживания человека. Причем эти переживания выражены совокупностью внутренних ощущений, воспринимаемых эмоциональным субъектом. Отсюда эмоции энциклопедическими словарями могут представляться как чувства:

Эмоция, душевное переживание, волнение, чувство (часто сопровождаемое какими-н. инстинктивными выразительными движениями) (Ушаков 2005, с. 1193).

Emotion: eine (mst starke) seelische Erregung wie z. B. Liebe, Hass; Gefühl (Langenscheidts Großwörterbuch: Deutsch als Fremdsprache 2002, St. 280).

Таким образом, эмоции представляются как совокупность внутренних переживаний человека.

Эмоции подразделяются на положительные и отрицательные. Соответственно, положительные эмоции должны представляться как переживание эмоциональным субъектом внутренних ощущений, которые маркированы положительной оценкой. Тогда на ментальном уровне, при условии существования концепта, внутренние ощущения и оценка являются соответствующими концептуальными признаками. Причем, так как внутренние ощущения представлены совокупно и могут подразделяться на виды - вестибулярные, кинестетические, то следует говорить о группе концептуальных признаков *внутренние ощущения* в содержании данного концепта.

Таким образом, если концепт «Положительные эмоции» существует, то в его содержание входят:

- группа концептуальных признаков *внутренние ощущения*;
- концептуальный признак *положительная оценка*;

Однако отмеченные концептуальные признаки будут характерны как для концепта «Положительные эмоции», так и для иных концептов, отражающих эмоционально-положительные сущности. Так, анализируя примеры из текстов произведений классической художественной литературы, в которых отражены различные положительные чувства и положительные внутренние состояния, а также из энциклопедических словарей, отмечаем описание различных видов внутренних ощущений:

- кинестетические ощущения: *Die meisten Stempel standen, der Berg hatte nur wenig Kohle hereingedrückt, und Mac jauchzte und zitterte vor Freude, als er merkte, dass sich die Kohle leicht wegschieben ließ, denn er hatte zweihundertfünfzig Meter vor sich. Sich von Stempel zu Stempel schiebend, stieg er das schwarze Flöz in die Höhe* (Kellermann 1972, St. 108).

die Wogen der Begeisterung gingen hoch (Wahrig Gerhard. Deutsches Wörterbuch 1981, St. 596)

Mac hatte versprochen, zu Weihnachten drei Tage ganz und gar – ohne jede Arbeit! – mit ihnen zu verbringen, und Mauds Herz jubelte schon Wochen vorher. Es sollte genau so werden wie ihr erstes gemeinsames Weihnachtsfest (Kellermann 1972, St. 115)

Петро угадал жену. **Колкий приятный холодок докатился до сердца. Радость была тем сильнее, чем неожиданней.** Нарочно укоротив шаг, чтобы наблюдавшие за ним обозные не подумали, что он особенно уж рад, Петро шел навстречу (Шолохов 1994, с. 409).

И смотрела на людей за решеткой уже без страха за них, без жалости к ним – к ним не приставала жалость, все они вызывали у нее только удивление и любовь, тепло обнимавшую сердце; удивление было спокойно, любовь – радостно ясна (Горький 1963, с. 296).

Иногда образ сына вырастал перед нею до размеров героя сказки, он соединял в себе все честные, смелые слова, которые она слышала, всех людей, которые ей нравились, все героическое и светлое, что она знала. Тогда, умиленная, гордая, в тихом восторге, она любовалась им и, полная надежд, думала: «Все будет хорошо, все!» (Горький 1963, с. 236).

- вестибулярные ощущения: *У старушки от радости, от вина, от сигарочного дыма совсем закружилась голова;* муж заговорил было с ней, и махнул рукою (Тургенев 1980, с. 257).

Хохол заметно изменился (...). Он стал менятье говорить о вещах и делах обычных, но все чаще вспыхивал, и **впадал в хмельной и опьянявший всех восторг**, говорил о будущем – о прекрасном, светлом празднике торжества свободы и разума (Горький 1963, с. 149).

freudetrunk - trunken vor Freude (Duden: Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in acht Bänden 1993-1995, Bd. - 3., St. 1162-1163).

Der Priester am Alter hob die goldene Monstranz und segnete die Menge. Ich saß sehr still, aber mir war, als schwämme ich in einem lauen Bade von Rauch, Trost und Licht. Dann begann das letzte Lied; «In dieser Nacht sei du mein Schirm und Wacht ...» Ich hatte es als Kind gesungen, und damals war

das Dunkel der Nacht mir als Gefahr erschienen – jetzt war es das Licht (Remarque 1976, St. 56).

Таким образом, логически выведенное содержание концепта «Положительная эмоция» из категориального понятия «эмоции» лишь отличает его от ментального представления об отрицательных эмоциях. При этом открытым остается вопрос дифференциации положительных эмоций относительно положительных чувств, а также положительных внутренних эмоциональных состояний на ментальном уровне. Тем не менее, существуют критерии, позволяющие различать содержание эмоционального концепта «Положительные эмоции», с одной стороны, и содержание эмоционального концепта, отражающего какую-либо из эмоционально-положительных сущностей.

1. Анализируя примеры описания положительных чувств или положительных внутренних эмоциональных состояний, мы отмечаем, что они могут носить амбивалентный характер. Например, чувство радости, относящееся к положительному полюсу, в текстах художественных произведений может совмещать в себе положительную и отрицательную оценку: *- ... Все жалко мне! Все вы – родные, все – достойные! И кто пожалеет вас, кроме меня?.. Ты идешь, за тобой – другие, все бросили, пошли ...*

Билась в груди ее большая, горячая мысль, окрыляя сердце взволнованным чувством тоскливой, страдальческой радости, но не находила слов и в муке своей немоты, взмахивая рукой, смотрела в лицо сына глазами, горевшими яркой и острой болью ... (Горький 1963, с. 128).

Schadenfreude ist die reinste Freude – der Schaden anderer erweckt oft besondere Freude (Duden: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten 1992, St. 610).

Neben uns dröhnen drei Abschüsse. Der Feuerstrahl schießt schräg in den Nebel, die Geschütze brummen und rumoren. Wir frösteln und sind froh, dass wir morgen früh wieder in den Baracken sein werden (Remarque 1959, с. 52).

Подобное наблюдаем при объективации эмоциональных концептов «Счастье», «Любовь», «Блаженство» и т.д. Положительные эмоции всегда характеризуются однозначной оценкой.

2. В текстах произведений художественной литературы встречаются описания внутренних переживаний, положительно маркированных, но не содержащих указание на какое-либо чувство или внутреннее эмоциональное состояние: *«Mac, mein Mac!» stammelte sie.*

Als aber Allan sie nochmals bat, sich niederzulegen, gehörchte sie augenblicklich und ging hinaus, noch ganz trunken im Kopf. Es war ihr plötzlich der Gedanke in den Sinn gekommen, als ob Macs Werk ebenso groß sei wie jene Sinfonien, die sie heute gehört hatte, ebenso groß – nur ganz anders (Kellermann 1972, St. 44).

Ein unbeabsichtigter Satz, der nichts bedeutet, wenn er unter anderen Umständen geschrieben wird, kann zum Blitz werden, der einem das Dasein

zerstört; und ebenso kann ein zweiter einem für Wochen Wärme geben, obschon er ebenso unbeabsichtigt war wie der erste (Remarque 1976, St. 189).

Он закрыл глаза и, чувствуя на плече спасительную руку Настены и представляя, как он, **медленно кружась, вворачивается в какую-то мягкую и просторную пустоту** ... (Распутин 1978, с. 45).

«Меня она не ценит! Пусть! А вот доброе существо меня не отвергает», - думал он, и **сердце его снова вкушало сладость великолепных ощущений** (Тургенев 1980, с. 229).

Из-за плотности пересечения признаков концептов, отражающих эмоционально-положительные сущности, не представляется возможным определить, о каком чувстве или внутреннем эмоциональном состоянии идет речь, при этом известно, что отражены положительные переживания эмоционального субъекта. Принимая во внимание отмеченные выше концептуальные признаки ментальной единицы «Положительная эмоция», следует отметить, что подобные описания являются свидетельствами объективации данного концепта, хотя в них и не встречаются непосредственные средства его номинации.

Таким образом, на ментальном уровне положительные эмоции представлены эмоциональным концептом, который интегрирован в концептуальную сферу. Причем эмоциональный концепт «Положительная эмоция» взаимодействует как с иными концептами, отражающими эмоционально-положительные сущности, так и встроен в категориальную структуру, представляя одно из двух видовых ветвлений понятия эмоции.

Содержание эмоционального концепта «Положительная эмоция» составляют два основных элемента, интегрирующие его в концептуальное поле «Положительные эмоции» и дифференцирующие его на фоне иных ментальных единиц:

- группа концептуальных признаков *внутренние ощущения*;
- концептуальный признак *положительная оценка*.

Гизатуллина А.К. Односоставные эмоционально-оценочные предложения в современном французском языке // Филология и культура - Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – С. 164 – 169.

Мещеряков А.Н. Концепты «Freude» и «Vergnügen» в немецком языковом сознании // Лингвоконцептология и психолингвистика - Вып. 3. - Воронеж: Истоки, 2010. – С. 67-72.

Мещеряков А.Н. Структура концепта «Glück» (на материале немецкого языка) // Язык и национальное сознание - Вып. 14. - Воронеж: Истоки, 2010. – С. 75-81.

Мещеряков А.Н. Структура эмоционального концепта «Радость» (на материале немецкого и русского языков) // Лингвоконцептология - Вып. 1. - Воронеж: Истоки, 2008. – С. 115-120.

Слуднева Л.В. Роль структурального знания в процессах эмотивной номинации // Материалы Первой международной школы-семинара по когнитивной лингвистике 26-30 мая 1998г. - Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1998. - 141-149.

Тарасова В.В. Эмоциональная нагрузка глагольных фразеологических единиц французского и английского языков и ее отражение в лексикографических пометах // Филология и культура - Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – 182-190.

Источники

Горький М. Мать – М.: Государственное издательство художественной литературы, 1963. – 334 с.

Распутин В. Повести: Живи и помни: Прощание с матерью – М.: Советская Россия, 1978. – 384 с.

Тургенев И. Накануне. Отцы и дети. – М.: Художественная литература, 1980. – 335 с.

Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка – М.: Альта-Пресс, 2005. – 1216 с.

Шаховский В.И. Эмотивный компонент значения и методы его описания – Волгоград: ВГПИ, 1983. – 96 с.

Шолохов М. Тихий Дон: Роман в четырех книгах. – Тула: Приок. кн. изд-во, 1994.

Duden: Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in acht Bänden – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich.: Dudenverlag, - 1993 - 1995. – 1816 s.

Duden: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten: Wörterbuch der deutschen Idiomatik – Mannheim etc.: Dudenverlag, 1992. – 864 s.

Kellermann B. Der Tunnel – Verlag Volk und Welt Berlin 1972. – 456 s.

Langenscheidts Großwörterbuch: Deutsch als Fremdsprache – Berlin etc.: M.: Langenscheidt: Март, 2002. – 1253 с.

Remarque E. M. Die Nacht von Lissabon – Aufbau-Verlag Berlin und Weimar 1976. – 304 s.

Remarque E.M. Im Westen nichts Neues – Verlag für Fremdsprachige Literatur Moskau 1959. – 750 s.

Wahrig Gerhard. Deutsches Wörterbuch – München: Mosaik Verlag, 1981. – 942 s.

И.А. Стернин

Фирма «Камелот» в зеркале глаголов деятельности⁷

В мае 2010 г., на ежегодном праздновании годовщины основания фирмы «Камелот», сотрудникам всех отделов фирмы было предложено написать список глаголов, отражающих их типичную деятельность.

Всего в ходе эксперимента сотрудниками было использовано в общей сложности 448 глаголов, незначительное количество из которых повторялось.

Полученные материалы представляют интерес для психолингвистического и лингвокогнитивного анализа, поскольку позволяют получить представление о восприятии и категоризации

⁷ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

сотрудниками своей деятельности в фирме. Материалом для выводов являются вербализованные сотрудниками фирмы представления об их деятельности.

Психолингвистический анализ полученных вербальных материалов с обобщением полученных реакций и последующей когнитивной интерпретацией результатов позволяет сформировать представление:

- о структуре деятельности фирмы;
- о преобладающих видах деятельности сотрудников;
- об их представлениях о стоящих перед ними задачах;
- об отношении сотрудников к их деятельности, оценке ими своей деятельности.

На основании когнитивного осмысления обработанного материала можно сделать косвенные выводы о соотношении разных видов деятельности фирмы и восприятии сотрудниками своей деятельности в фирме.

Результаты эксперимента

Глаголы интеллектуальной деятельности

абстрагироваться	идентифицировать	открывать 3
авторизовать	изобретать	открыть глаза
анализировать 2	изучать	ошибаться
аргументировать	инвертировать	переводить в баллы
аутентифицировать	интегрировать	перезагружать
банить	интересоваться	переформатировать
бекапить	интерпретировать	подвести итоги 2
блокировать	искать 2	посчитать
воображать	исправлять 2	посчитать
выбирать	классифицировать	предложить
выбрать	кластеризовать	предложить
выкладывать	конвертировать	презентовать 2
вычислять	конфигурировать	преобразовать
выяснить	корректировать 2	приглашать
гадать	локализовать	придумать
грезить	масштабируем	придумать
гуглить	менять	придумывать
дефрагментировать	мечтать	признавать
диагностировать	наблюдаем	прикидывать 2
думать	найти	применять
заблокировать 2	обозначать 2	принимать
забывать	обрабатывать	проанализировать
заключить	опровергать	проанализировать
замечаем	оптимизировать	пробовать

проверить	резюмировать	сформировать 2
проверить	решить	творить 2
проверяем	бросить	тестировать
проверять	синтезируем	тупить
прогнозируем	систематизировать	узнавать 2
продолжать	сканировать 3	упражняться
проецировать	смотрим 2	учимся 5
проследить	соединять 2	учитывать
проследить	соображать	учить
пытаться	сопоставляем	фантазировать
работать	кориентироваться	форматировать
ошибками	составить	ходить
разделять	сочинить	цепляться
размечать 2	сочинять	юлить
распланировать 2	сравниваем	
рассматривать 2	стандартизируем	

Глаголы речевой деятельности

агитировать	оспаривать	прислушиваемся
афишировать	отвергать 2	пропагандирует
беседуем	отвечать 2	разъяснять 2
благодарить	отказываем	распечатывать 3
выслушивать	отставать	рассказывать 2
говорить	отстаивать	склонять
дозвониться	переводить 1	слушаем 2
заверить	печатать 5	слушать
записывать	писать	слышим
запрашивать	пишем	советовать
звонить 2	повторяем	соглашаться
знакомиться	подписать	сообщать
исправлять	подтвердить	спрашиваем 2
набрать	подтверждать	убеждать
написать	поздравлять	услышать
обсуждать	познакомиться	уточнять
общаемся	поощрить	читать 5
объявлять	предостерегаем	язвить
объясняем 2	приводим примеры 2	

Глаголы взаимодействия

будоражить	давать	запрещать
взаимодействовать	делиться	инструктируется
встретить	дружить	консультировать

контактирует	показывать	проконсультиров
наладить контакт	помогаем	ать
напоминать	помогать 4	просветить
наставлять	предлагает	просвещаем
научить	предостерегаем	усадить
обратить внимание	предупредить	успокаивать 3
ориентируем	преподносить	хвалить
перезванивать	пригласить	чаевничать
поддерживать	приглашать	
поделиться	признавать	
позволять	принимать помощь	

Глаголы физической деятельности

брать	менять	режем
верстать	накраситься	резать
взламывать	налаживать	ремонтируем
включать 3	настраивать	сбиваем
встать	носить	сварить
выключить	отдавать	сверлить
вырезать	отключаем	сдираем
вытаскиваем	откручивать	сидеть
грузить 2	отрывать	скрепить
добежать	передавать 2	смазывать
ехать	передать	стирать
закручиваем	пилють	строить
закрывать 2	подключать	терять
заправлять	подключиться	убрать
запускать	подкрасить	удалять 3
играть	поднимать	украсить 3
ищем	пойти 2	уносим
клейть 2	покупаем	уснуть
кликать	получаем 3	фотографиро-
компоновать 2	починить	вать
копировать 5	шить	ходить
красить	прибежать	чинить 2
крепить	приносил	шарить
купить	причесаться	шпаклевать
листать	пролистать	щекотать
ломать	протереть	щелкать
мастерить	раскручивать	

Глаголы эмоционально-психической деятельности

бояться	похвалить	терзаться
вдохновляться	преобразиться	терпеть
верить	приободрить	теряться
восхищаться	проникнуться	удивиться 4
дарим надежду	радовать	улыбаться 8
лелеять	радуем	хвалиться
любить	радуемся	чувствуют
надеяться 2	раскатать губу	шутить
недоумевать	рассмешить	
образовываться 2	сомневаться	
очаровать	сочувствовать	

Глаголы организационно-коммерческой деятельности

администрировать	отправить 2	раскрутить
бронировать	оформлять	распределить
внести	покупать	расставлять 2
вставлять	приглашаем	регистрировать
выдавать 2	приумножать	резервировать
выполнять	проводить	рекомендовать 2
вырезать	проводяжем	складываем
выставлять	проводжать	собираем 3
достаем	продать	сопровождать
заказывать	продлевать	сортировать
зарегистрировать	пугать	считаем
индексировать	раздаем бланки	тиражировать
контролировать	размещать 2	
назначать	раскладывать	

Группа глаголов, которые не вошли в какие-либо группы: быть, воспитывать, выполнить, делать, достичь цели, защищать, изменять, наткнуться, начать 2, не забыть, обновлять, откладывать, отвлекать, побеждать, поддержать, прийти, продлить, продолжать, проснуться, работать, развиваться 2, светиться, сделать, созидать 3, сохранять, сохранять, стараться, удивлять, уметь, ценить, чтить, эпатировать.

Обсуждение результатов

Всего было проанализировано 448 ответов (т.е. сотрудниками было названо 448 глаголов, обозначающих их деятельность в фирме). Как уже отмечалось, незначительная часть глаголов в ответах повторялась.

Результаты были обработаны методом когнитивной интерпретации (З.Д. Попова, И.А. Стернин. Когнитивная лингвистика. - М.: Восток-Запад, 2007. – 314 с.).

В процессе обработки результатов синонимичные глаголы обобщались одной доминирующей лексемой, выражающей общий смысл синонимического ряда, а частотность употребления синонимов суммировалась; глаголы, представленные в разных видовых формах, приводились к неопределенной форме несовершенного вида.

Когнитивный анализ результатов эксперимента показывает следующее.

Количество глаголов определенной семантики позволяет косвенно судить о том, какие виды деятельности в фирме доминируют в общей структуре ее деятельности.

По убыванию частотности семантические группы глаголов деятельности, названные сотрудниками фирмы, расположились в следующем порядке.

1. Глаголы интеллектуальной деятельности – 105.
2. Глаголы физической деятельности – 86.
3. Глаголы речевой деятельности - 68.
4. Глаголы, обозначающие действия, совершаемые с помощью компьютера и офисной техники - 43.
5. Глаголы эмоционально - психической деятельности – 39.
6. Глаголы организационно-коммерческой деятельности – 39.
7. Глаголы взаимодействия, совместной деятельности - 34.
8. Глаголы с общим значением деятельности – 19.
9. Глаголы перемещения и пребывания – 13.
10. Глаголы, которые не вошли в какие-либо группы – 21.

Самая большая семантическая группа использованных сотрудниками глаголов (105 из 448) - глаголы *интеллектуальной деятельности*. Это свидетельствует о том, что в фирме преобладают интеллектуальные виды деятельности – каждый четвертый сотрудник категоризировал свою деятельность глаголом интеллектуальной деятельности.

При этом ядром группы глаголов интеллектуального труда являются глаголы *кreatивной умственной деятельности*: 43 глагола (придумывать, планировать, прогнозировать, анализировать, интересоваться, воображать, искать, рассматривать, тестировать и под.).

Заметны в количественном отношении также глаголы *учения и обучения* (учиться, узнавать, учить, просвещать, консультировать, образовываться, показывать, упражняться, интересоваться, наблюдать, ошибаться, наставлять, инструктировать, ориентировать и под., всего 29 глаголов) и глаголы *корректировки* (исправлять, корректировать, проверять, работать над ошибками, учитывать, следить и др., всего 10 глаголов).

На втором месте по частотности оказалась группа *физическая деятельность* сотрудников: включать, удалять, собирать, получать, грузить, закрывать, компоновать, клеить, размечать, передавать, резать, чинить, вырезать, пилить, подключать, поднимать, раскручивать, ремонтировать, смазывать, скреплять, фотографировать, сваривать, стирать, сдирать, сверлить, сбивать, строить, уносить, убирать, засыпать, шпаклевать, брать, взламывать, выключать, вытаскивать, закручивать, запускать, заправлять, искать, крепить, красить, ломать, мастерить, менять, налаживать, настраивать, протирать, отрывать, откручивать, приносить, подключаться, отключать, подкрашивать, вставлять и под., всего 86 единиц.

Неожиданно велика и разнообразна в этом списке оказалась доля *ремонтно-технических видов деятельности*: чинить, пилить, ремонтировать, смазывать, скреплять, сваривать, сверлить, строить, шпаклевать, красить, ломать, мастерить, подкрашивать и др. – 26 единиц. Этот вид деятельности в структуре работы фирмы выглядит чрезмерно акцентуированным.

Выявились и некоторые неожиданные глаголы, называющие различные виды физической деятельности сотрудников: украшать, листать, шарить, щекотать, щелкать, шить, играть, причесываться, накрашиваться, чаевничать, просыпаться, открывать глаза. При этом «глаголы безделья» составляют в целом незначительную долю использованных глаголов (1,5%), в подавляющем большинстве физические действия связаны с выполнением служебных обязанностей.

На третьем месте по частотности – *глаголы речевой деятельности*: читать, объяснять, писать, слушать, убеждать, рассказывать, спрашивать, звонить, отвечать, хвалить, подтверждать, поздравлять, советовать, сообщать, соглашаться, благодарить, беседовать, говорить, шутить, дозвониться, запрашивать, записывать, заверять, обсуждать, оспаривать, отстаивать, подтверждать, общаться, объявлять, отказывать, повторять, прислушиваться, пропагандировать, подписывать, предостерегать, приглашать, запрещать, перезванивать и под., всего 68.

Практически все глаголы обозначают диалогическую речь, что свидетельствует о том, что основным видом речевой деятельности фирмы является диалог. При этом в основном это речевая деятельность по активному убеждению партнера, этикетных речевых действий очень мало: хвалить, поздравлять, шутить, прислушиваться.

Было выявлено 43 глагола, обозначающих *действия, совершаемые с помощью компьютера и офисной техники* (распечатывать, копировать, сканировать, форматировать, перезагрузить, авторизовать, блокировать, бекапить, выкладывать, гуглить, дефрагментировать, конвертировать, набирать, верстать, администрировать, кликать и др.). Данные глаголы отражают работу разных отделов, практически каждый отдел связан с использованием компьютерной техники. Количество «офисно-

компьютерных» видов деятельности относительно невелико, но это может быть объяснено привычностью этого вида деятельности для большинства сотрудников: они не отмечают эти виды деятельности особо, воспринимая их как технические, вспомогательные.

Глаголы *эмоционально-психической деятельности* (улыбаться, удивляться, надеяться, радовать, радоваться, смеяться, сомневаться, сочувствовать, терпеть, терзаться, теряться, хвалиться, чувствовать, бояться, вдохновляться, верить, восхищаться, дарить надежду, любить, лелеять, недоумевать, очаровывать и др., всего 39) довольно многочисленны для серьезной компании, что свидетельствует об эмоциональности характера сотрудников, их эмоциональном восприятии своей деятельности, эмоциональном отношении к работе и, возможно, об их молодости.

Глаголы *организационно-коммерческой деятельности* (покупать, размещать, расставлять, отправлять, продлевать, приумножать, раздавать бланки, регистрировать, резервировать, считать, складывать, доставать, заказывать, регистрировать, индексировать, контролировать, тиражировать, бронировать, оформлять, продавать и др., всего 39), наоборот, сравнительно немногочисленны, что свидетельствует о том, что данная деятельность не является в сознании большинства сотрудников осознаваемой ими целью как таковой. Они воспринимают другие виды деятельности как свои более конкретные задачи.

Глаголы *взаимодействия, совместной деятельности* (помогать, налаживать контакт, успокаивать, предупреждать, принимать помочь, приглашать, встречать, делиться, дружить, взаимодействовать, напоминать, обращать внимание, предлагать, приглашать и под., всего 34) дополняют многочисленные глаголы речевой деятельности и свидетельствуют о клиенто-ориентированной деятельности фирмы, а также о доминировании диалогической практики в деятельности сотрудников.

Отметим необычный для этой группы глагол «пугать».

Глаголы *с общим (неконкретным) значением деятельности* (созидать, творить, развиваться, выполнять, делать, работать, достигать цели, думать, стараться и др., всего 19) и глаголы *перемещения и пребывания* (ходить, сидеть, бежать, ехать, приходить и др.. всего 13) составляют незначительную долю в ответах сотрудников, что свидетельствует о том, что сотрудники понимают и воспринимают свою деятельность более предметно-содержательно.

Можно также сделать вывод о доминирующих в фирме в целом, о видах деятельности в восприятии ее сотрудников. Из всего массива глагольных реакций наиболее частотны (и, следовательно, отражают наиболее распространенные виды деятельности в сознании сотрудников) следующие:

придумывать (и синонимы - *открывать, изобретать, соображать, предлагать, сочинять*) 10,
распечатывать 8,
улыбаться 8,
помогать (и синоним *поддерживать*) 7
копировать, читать, учиться 5
планировать (и синонимы *прикидывать, прогнозировать*) 4
записывать, разъяснять, слушать, налаживать контакт, ходить, удивляться 4.

При этом обращает на себя внимание общая низкая согласованность ответов сотрудников, что проявляется в низкой повторяемости их реакций: из 448 реакций лишь одна имеет частотность 10, и то после обобщения синонимов, остальные – меньше. Наиболее частотным глаголом оказался глагол «улыбаться» (8), у остальных повторяющихся глаголов частотность от 2 до 5 употреблений. В целом повторяемость зарегистрирована для 45 глаголов из 448, единичных реакций - 403. Это свидетельствует о значительной субъективности сотрудников в восприятии того, какой вид деятельности является для них основным, что может свидетельствовать о недостаточной связи сотрудников и разных отделов между собой.

Интересно соотношение в ответах испытуемых глаголов совершенного и несовершенного видов. В общей сложности 380 глаголов было предложено сотрудниками в грамматической форме несовершенного вида и только 68 – в форме совершенного вида.

Это является косвенным свидетельством того, что сознание подавляющего большинства сотрудников категоризирует свою деятельность как продолжающийся процесс, и лишь 15% сотрудников воспринимают и осознают свою деятельность как направленную на достижение конкретного результата, как приводящую к некоторому конкретному результату.

Еще одним подтверждением данного вывода может служить тот факт, что в массиве ответов сотрудников есть глаголы «начать», «продолжить», но нет глагола «закончить».

Выявлены «редкие» виды деятельности: *тупить, цепляться, юлить, фантазировать, грезить*.

Когнитивный анализ результатов эксперимента позволяет заключить, что свою повседневную деятельность сотрудники воспринимают преимущественно как творческую и созидательную. При этом неожиданно велика и разнообразна оказалась доля видов ремонтно-строительных работ и механической деятельности, которой занимаются сотрудники. Доля механических и ремонтно-строительных работ примерно равна доле деятельности, связанной у сотрудников фирмы с компьютерной и офисной техникой.

Сотрудники понимают свою деятельность преимущественно конкретно и операционально, в значительной степени - механистически. При этом

«глаголы *безделья*» составляют незначительную долю использованных глаголов, а это свидетельствует о том, что сотрудники привыкли добросовестно выполнять возложенные на них конкретные служебные обязанности.

Речевая деятельность сотрудников имеет диалогический характер и направлена на активное убеждение партнера, при этом этикетных речевых действий выявлено мало.

В речевых реакциях сотрудников не нашел выражения признак *напряженности* их работы. Имеется единичная реакция – «пахать». Таким образом, можно предположить, что сотрудники не воспринимают свою деятельность как чрезмерно интенсивную и *выматывающую*, относятся к ней объективно.

В ответах сотрудников в целом практически не представлена неодобрительно-оценочная характеристика их деятельности. В широком смысле к неодобрительно-оценочной лексике можно отнести лишь следующие единицы: «тупить», «бояться», «терзаться», «терпеть», «теряться», «ошибаться», что оставляет всего 1,3 % от использованного массива глаголов. Отношение сотрудников к своей деятельности положительное (восхищаться, грезить, дружить, лелеять, любить, налаживать контакт, очаровать, проникнуться, просвещать 2, радовать 3, светиться, созидать 3, творить 2, украсить, улыбаться 8, ценить - 6,5 % реакций) и объективно-неоценочное – 92 %.

Можно сформулировать некоторые рекомендации менеджменту фирмы по результатам проведенного исследования:

улучшить взаимную информированность сотрудников и отделов о работе друг друга;

улучшить коммерческую мотивацию персонала, показать, что их практическая деятельность направлена на решение общих коммерческих задач фирмы;

обратить внимание на высокую долю «механических» и ремонтно-строительных видов деятельности сотрудников;

сконцентрировать внимание на результативности деятельности, перенести внимание сотрудников с процесса деятельности на конечный результат;

обратить внимание на необходимость развития этикетного общения, уделять ему больше внимания при общении с клиентами и коллегами.

Подчеркнем, что все сделанные выводы, комментарии к полученным результатам и рекомендации носят предположительный характер, поскольку проведенный эксперимент не был психолингвистическим экспериментом в строгом смысле слова: с разработкой системы продуманных конкретных вопросов, четкой формулировкой инструкции для испытуемых, с разработкой гипотезы исследования, дифференциацией испытуемых по полу, возрасту, образованию, принадлежности к тому или иному профессиональному разряду. Однако полученные результаты

интересны для психолингвиста и лингвокогнитолога, а также для менеджмента фирмы, могут быть использованы для получения косвенных выводов о языковом и когнитивном сознании сотрудников фирмы, что делает правомочной их психолингвистическую и лингвокогнитивную интерпретацию.

Коммуникативное сознание

С.В. Богачёв, О.Н. Чарыкова

Деловое письмо как продукт национального сознания (на материале русского, английского и китайского делового письма)⁸

Деловое письмо является важным средством решения организационных вопросов, а также вопросов международных экономических отношений.

Анализ текстов англоязычных, русских и китайских деловых писем выявляет не только определенные сходные признаки в текстах анализируемых культур, но и существенные различия, наличие которых свидетельствует, что текст делового письма обладает ярко выраженной национально-культурной спецификой.

Выявленная в текстах изучаемых писем общность ряда жанрово-тематических типов и сходных черт в плане стилистического оформления обусловлена прежде всего общностью функциональной сферы данных текстов, а именно сферы делового общения, сходством социальных законов, по которым она существует, едиными pragматическими целями, которые ставят перед собой адресанты, и похожими результатами, которых они пытаются достичь.

Национально-культурная специфика делового письма проявляется в следующем.

1. В pragматическом аспекте наиболее яркие различия обнаружаются в характере и способе осуществления воздействия на адресата.

В текстах русских деловых писем преобладающим способом реализации воздействия на адресата является прямое эксплицитное языковое оформление речевых актов. Данная отличительная черта русских деловых писем обусловлена традициями русской официально-деловой коммуникации.

⁸ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

Для языка русских документов, частью которых являются и деловые письма, характерно прямое категоричное волеизъявление и лаконичная объективная констатация. Категоричность волеизъявления, проявляющаяся в языковых формах и способах осуществления воздействия, связана с приоритетностью принципа авторитарного давления, иерархического подчинения между коммуникантами, существовавшего на протяжении десятилетий.

Большинство английских деловых писем демонстрирует косвенный или имплицитный характер воздействия, а также сочетание прямого и косвенного способов воздействия.

Данная отличительная черта английского делового письма обусловлена спецификой английской национальной коммуникативной культуры, в которой прямое императивное побуждение является категоричным, нетолерантным и, следовательно, некорректным и неприемлемым. Поэтому преобладающее использование косвенных языковых форм или сочетание косвенных и прямых способов для осуществления воздействия на адресата, обусловленное стремлением быть максимально тактичным и ненавязчивым по отношению к партнеру, является специфической чертой английской коммуникативной культуры, в том числе и деловой.

Большинство китайских деловых писем демонстрирует косвенный или имплицитный характер воздействия. В текстах преобладают переносные значения слов, о которых деловой партнер должен догадаться сам. В отличие от английских писем здесь косвенный характер воздействия является способом незаметно заинтересовать делового партнера и привлечь к сотрудничеству.

2. В практике русской деловой корреспонденции адресатами гораздо чаще являются предприятия и организации или те, кто выступает от их лица. Большая часть писем является реализацией повторного контакта между корреспондентами, и адресант, как правило, не использует дополнительных (помимо собственно текста письма) средств для выражения «обратной связи» в отличие от английских и китайских деловых писем (где обязательно будет указан либо телефон, либо факс, либо электронная почта, либо веб-сайт).

3. В плане тематического содержания в текстах русских деловых писем возможен ввод дополнительного тематического фрагмента, что иногда создает трудности для вычленения основной темы письма.

В текстах английского и китайского делового письма наблюдается развитие одной темы, соответствующей одной коммуникативно-прагматической цели.

4. В плане наличия/отсутствия обращения и его формы национально-культурной чертой, отличающей тексты английских деловых писем, является обязательное наличие обращения, формы которого варьируются в зависимости от степени знакомства адресатов, частоты контактов между ними, близости или удаленности социальной дистанции, их социально-

профессиональных статусов. Кроме того, спецификой английского письма можно считать и обязательно соблюдаемое строгое соответствие избранной формы обращения с формой завершения письма (обращение к знакомому адресату требует завершающей формы «Sincerely yours» \ «Yours sincerely», обращение к незнакомому адресату – формы «Faithfully yours» \ «Yours faithfully»). Несоблюдение этого правила может привести к возникновению негативных моментов в отношениях между корреспондентами – от недоумения до негодования.

В текстах русских деловых писем обращение может отсутствовать, что является специфической национально-культурной чертой русского делового письма.

В китайских деловых письмах обращение является обязательным. Принятой формой является обращение по фамилии с использованием маркеров уважительного отношения (господин, уважаемый).

5. В плане лексических особенностей тексты русских деловых писем редко используют лексические средства эмоционально-экспрессивного характера, так как в силу русской национально-культурной традиции текст делового письма должен быть подчеркнуто безэмоционален и неэкспрессивен, создавая впечатление объективности адресанта по отношению к предметной ситуации, своему адресату или совершающему речевому действию. Лаконичность и объективность русского делового письма традиционно являлись приоритетными, а выражение чувств в текстах деловой переписки считалось неуместным. Таким образом, неиспользование или эпизодическое использование языковых средств эмоционально-экспрессивной семантики в текстах русского делового письма являются проявлением его национально-культурной специфики.

Специфической культурной чертой английского и китайского делового письма является широкое использование эмоционально-экспрессивной лексики, создающей впечатление личностного субъективного отношения адресанта к сообщаемой им информации или к совершаемым им речевым действиям. Данная национально-культурная особенность английского делового письма обусловлена стремлением поддерживать отношения в позитивной тональности в соответствии с уже упоминавшимся принципом вежливости, подчеркнутым желанием демонстрировать уважительное отношение к адресату, что особенно важно в случаях отказа или требования. Из английских писем можно выделить американские деловые письма, которые содержат огромное количество эмоционально-экспрессивной лексики.

При сопоставительном анализе текстов русского, английского и китайского делового письма прослеживается влияние англоязычного делового стиля, которое проявляется в следующем:

- возникновение в русской и китайской деловой корреспонденции обращения «Дорогой + имя» вместо традиционного «Уважаемый + имя-отчество» как знак дружеских партнерских отношений и близкой

социальной дистанции, характерных для ряда английских деловых писем неформального регистра, китайцы стали часто использовать данное обращение именно на английском языке (Пример: Dear Andrei), хотя сам текст может быть полностью напечатан на китайском;

- выбор неформальных форм обращения («Милые женщины», «Дорогие друзья») в получающем в последнее время все большее развитие жанре рекламного письма;

- использование, особенно в текстах писем к иностранному адресату, нетрадиционных для русского официально-делового стиля оборотов, выражающих отношение автора к сообщаемой им информации или предпринимаемым действиям, например «с удовольствием», «к сожалению», «с радостью», в которых слышатся отголоски типичных для английского делового письменного стиля фраз «We are sorry», «It is with regret», «We are delighted \ happy», используемых в соответствии с западным понятием вежливости;

- возникновение (или возрождение) в русской деловой корреспонденции жанрово-тематического типа благодарственного письма, а также введение в обиход официально-деловой сферы текстов-документов западного образца (резюме, CV вместо автобиографии)

- аббревиатуры очень редко используются как в русском, так и в китайском деловых письмах. В русских деловых письмах они просто не приняты, указывают на несерьезность письма, а в китайских их нет в силу специфики китайского языка, иероглифы нельзя сокращать по буквам, их можно сократить только по словам. Но глобализация и западная манера письма все-таки смогла проникнуть в данную сферу китайской деловой коммуникации. В настоящее время даже в деловом электронном тексте, написанном исключительно на китайском языке, встречаются общеизвестные английские аббревиатуры (пример: AFAIK, ASAP, BTW, FYI, TIA, WRT и т.д.).

Это свидетельствует о несомненном воздействии, а отчасти и «давлении», которое деловая английская коммуникативная культура оказывает на формирование жанра русского и молодого китайского делового письма. Однако деловое письмо в сфере русской официально-деловой коммуникации содержит важные национально-специфические черты и демонстрирует достаточную «устойчивость» к такому воздействию в отличие от китайской, в которой в силу экономических и политических причин деловая переписка только начинает развиваться.

Процессы взаимодействия и взаимовлияния культур объективны и неизбежны в ходе межнационального и межкультурного общения, они свидетельствуют об углубляющейся интеграции социального взаимодействия, повышающемся интересе народов друг к другу и способствуют улучшению взаимопонимания между ними. Однако взаимодействие и взаимовлияние культур не приуменьшают, но, напротив, лишь лучше высвечивают своеобразие и национально-культурную

самобытность народов и письменных образцов, ими создаваемых. Национально-культурная специфика текста делового письма - яркое тому подтверждение.

Выявление и интерпретация национально-культурной специфики делового письма необходимы как с точки зрения развития этно- и социолингвистики, обогащения их категориального аппарата, так и в плане развития межкультурного общения, улучшения взаимодействия и взаимопонимания между различными нациями и культурами, а также для повышения эффективности и плодотворности общения в условиях диалога культур. Особенно это необходимо для повышения эффективности делового общения между такими странами, как Россия, Китай, Великобритания и США.

Н.М. Вахтель

Формы выражения эмоций в спонтанном разговорном дискурсе (экспериментальное исследование)⁹

Тезис о том, что эмоции - одна из форм отражения, познания, оценки объективной действительности, признается представителями разных наук, прежде всего психологами и философами. Это исходное положение у всех исследователей имеет общее уточнение: эмоции - особая, своеобразная форма познания и отражения действительности, так как в них человек выступает одновременно и объектом, и субъектом познания, то есть эмоции связаны с потребностями человека, лежащими в основе его мотивов.

В рамках психологии исследовались прежде всего функции эмоций в деятельности человека. Несмотря на четкость научных позиций, состояние изучения психологии эмоций, по мнению самих психологов, остается крайне неудовлетворительным. До сих пор не решена задача построения целостной, многоуровневой психологической теории эмоций. Это создает определенные трудности для лингвистов, обращающихся к проблемам языковой презентации эмоций. Одна из них - разнообразие классификаций эмоций. Б.И. Додонов утверждает даже, что универсальной классификации эмоций создать вообще невозможно и классификация, хорошо служившая для решения одного круга задач, неизбежно должна

⁹ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

быть заменена другой при решении иного круга задач. Сам перечень основных эмоций не установлен окончательно ни в психологии, ни в физиологии (Додонов 1975). Таким образом, учитывая все трудные и нерешенные вопросы психологической теории эмоций, лингвист в первую очередь должен исследовать собственно языковые механизмы обозначения и выражения эмоций, тем более что, как считает Б.И.Додонов, чувства тогда приобретают значение для лингвиста, когда они выражены языковыми средствами. Необходимость собственно лингвистического анализа средств, отображающих эмоции человека, мотивируется неразработанностью проблемы и важностью для выяснения специфики этих средств в разговорном дискурсе в разных коммуникативных ситуациях.

Эмоциональные переживания входят в психоэмоциональную сферу человека и являются важными компонентами его когнитивной деятельности, поведения, общения с внешним миром и другими людьми. Эмоции и чувства – это своеобразные реакции на ситуации и события, которые происходят в нашей повседневной жизни. В результате многочисленных исследований были установлены механизмы возникновения эмоций, выявлена их сущность, построены многочисленные классификации (Лук 1972; Никифоров 1978; Ильин 2001).

Эмоции являются неотъемлемой сущностью человека, частью его сознания. Как часть речевой деятельности человека, они представляют огромный интерес для лингвистов и изучаются в аспекте коммуникативно-когнитивной и прагматической деятельности. Необходимо дифференцировать такие понятия, как чувства, настроение и эмоции.

Чувство — это особое эмоциональное состояние человека, являющееся психическим процессом довольно медленно, но меняющимся, имеющим свою динамику. Испытывая то или иное чувство, человек переосмысливает свое место в жизни, итогом чего является некоторая сбалансированность положительных и отрицательных оценок ситуации и себя в этой ситуации.

Процесс развития чувства называют переживанием. Переживание связано с объективной необходимостью перенести ситуацию, ставшую критической, выдержать ее, справиться с ней. Переживание, таким образом, выступает как особая эмоциональная деятельность большой напряженности и нередко большой продуктивности, способствующая перестройке внутреннего мира личности и обретению необходимого равновесия.

Чувство человека выступает субъективным показателем того, как происходит процесс удовлетворения его потребностей.

Если одно чувство становится особенно сильным и доминирует над другими, его называют страстью. Страсть – сильное и глубокое, длительное эмоциональное состояние. Страсть подчиняет себе основную направленность мыслей и поступков человека, стимулирует его к активной деятельности, целью которой является удовлетворение совершенно

определенных желаний. Страсти бывают пагубными, опасными для жизни человека и его близких, но, даже осознавая это, человек далеко не всегда может отказаться от своей страсти. Страсть становится побуждением к определенным действиям и мощным тормозом для поступков, не соответствующих укоренившемуся чувству. Неудовлетворенная страсть обычно порождает сильные эмоции, и даже аффективные вспышки гнева, возмущения, отчаяния, обиды и т.д. – а это уже эмоции.

Возникновение эмоционального процесса приводит к формированию новых форм реагирования. Иногда эмоциональные реакции бывают бурными и внезапными, возникая почти сразу после действия возбуждающего агента. Такая эмоция принимает форму аффекта, который может проявляться в разных формах: в форме эмоциональных действий, в форме высказываний об испытываемых эмоциональных состояниях, или в форме определенного отношения к окружающему. Известно, что в состоянии эмоционального возбуждения, как правило, возрастает сила голоса, а также значительно изменяются его высота и тембр. Иногда сильное возбуждение может, напротив, проявляться в уменьшении силы голоса (можно говорить шипящим от ярости голосом). Остановимся на языковых средствах выражения эмоций.

Ещё в начале XIX в. В. фон Гумбольдт отметил, что язык как деятельность человека пронизан чувствами. В настоящее время лингвистика вновь обратилась к проблеме языка в тесной связи с человеком. При таком подходе можно выделить следующие вербальные средства выражения эмоций.

1. Фонетические средства. Эмоциональный фон восприятия могут создавать звуки. Для этого существуют особые фонетические приемы организации речи: аллитерация – повтор одинаковых или сходных согласных, ассонанс – повтор гласных, гиатус — неблагозвучное скопление гласных на стыке слов, звукоподражание и другие. В русской речи распространенным типом звукового повтора является аллитерация. Объясняется это тем, что в фонетической системе русского языка доминирующее положение занимают согласные звуки, так как их значительно больше, чем гласных. Именно они выполняют смыслоразличительную функцию и несут основную информацию. Однако, несмотря на то, что гласных звуков в шесть раз меньше, чем согласных, именно они задают тон речи. Повторение звука «А» может способствовать изображению великолепия, великого пространства, глубины и величины какого-либо объекта.

К словообразовательным средствам обычно относят лексико-семантические и морфологические средства – это средства, при которых новые лексические единицы возникают в результате изменений в семантике уже существующих в языке слов. Они являются пограничным между чисто словообразовательными средствами и чисто лексическими, так как при развитии вторичных (переносных) значений у слов развивается

способность оценивать понятие, то есть у них появляются яркие коннотативные семы.

К морфологическим средствам выражения эмоций относятся уменьшительно-ласкательные, уничижительные суффиксы, приставки.

Ядром языковых средств, выражающих эмоции являются слова. Этот способ универсален для всех языков мира. К таким средствам относят почти, если не все, части речи.

Особенно приспособленными для нерасчлененного выражения эмоциональных и эмоционально-волевых реакций на окружающую действительность, оказываются междометия, выступающие сигналами переживаемых эмоций, волеизъявлений и призывов. Это морфологически неизменяемые комплексы звуков, представляющие собой короткие вскрики: *О!* *Ой!* *Ух!* *Ах!* *Но!* Междометия не являются ни знаменательными, ни служебными частями речи. Многие междометия произошли от эмоциональных возгласов, сопровождающих рефлекторное восприятие организма действие внешних раздражителей (*Ах, больно!* *Ух, тяжело!* *Бrr. Холодно!*): такие междометия нередко имеют специфический фонетический облик, то есть содержат редкие или необычные для данного языка звуки и звукосочетания: например, в русском — *бrr*, *гм*, *тьфу*. Более обширна группа междометий, генетически связанных со знаменательными словами: существительными (батюшки, господи), глаголами (иши, виши), местоимениями, наречиями, частицами и союзами (то-то, эко-, тс, цс, да уж, ну да).

Важным средством именования и выражения эмоций являются фразеологические единицы, поскольку одно из основных из назначений как единиц вторичной номинации — это «выражение различного рода оценок и отношений говорящего к высказываемому». В большей части фразеологизмов имеется эмоционально-оценочный компонент. Л.И. Ройзензон отмечает: «Если лексика в своей совокупности отражает всю сумму явлений, фактов, процессов действительности, то фразеология охватывает в первую очередь сферу переживаний и чувств, психологических состояний индивидуумов, темы чувств печали, радости, любви, дружбы, конфликта и борьбы, качественную их характеристику» (Ройзензон 1977, с. 71).

Синтаксические конструкции также способны быть средством репрезентации эмоциональных состояний.

Не менее важны ситуация и контекст. Иногда если не пояснить, в чем дело, то собеседник истолкует фразу в прямо противоположном смысле. Решающую роль здесь играют реальные обстоятельства, в которых произнесена фраза, само действие описываемой сцены принято называть ситуацией. Определенная эмоция всегда вызывается какой-нибудь специфичной и абстрактной ситуацией, которую мы называем типовой ситуацией (категориальной). Например, эмоция страха обусловлена предвосхищением какого-либо зла. Существует логика отношений между

типовой ситуацией и эмоцией, и это соотношение делает такую ситуацию категориальной. Например, несправедливость вызывает гнев, предательство может вызвать ярость и т. д.

Перед нами стояла задача исследовать средства выражения эмоций как спонтанных речевых реакций в разговорном дискурсе на определённые стимулы в разных коммуникативных ситуациях.

Был проведен эксперимент (эксперимент провела под нашим руководством Н. Галкина, магистрант Воронежского государственного университета) по выявлению типовых эмоциональных речевых реакций носителей русского языка.

Инструкция заключалась в следующем: испытуемым было предложено 8 ситуаций, каждая из которых предполагала три варианта ответа (реакций), и еще один свободный вариант, то есть собственный.

Всего было опрошено 100 человек в возрасте от 17 до 53 лет. Из ста опрошенных 50 мужчин и 50 женщин. Образование испытуемых - 18 человека со средним образованием, 30 - со средним специальным и 52 - с высшим.

В ходе эксперимента были получены следующие результаты.

1. Вам наступили на ногу;

- а) попрошу быть поосторожнее - 74 реакции;
- б) промолчу, всякое бывает - 20 реакций;
- в) всем своим видом покажу свое недовольство - 5 реакций;
- г) если извинится, то ничего страшного - 1 реакция.

2. В магазине Вам нагрубил продавец:

- а) попрошу книгу жалоб - 51 реакций;
- б) начну ругаться - 43 реакции;
- в) промолчу - 6 реакций.

3. Человек пытается пролезть впереди Вас без очереди:

- а) попрошу занять свою очередь - 47 реакций;
- б) начну возмущаться: «А мы что, здесь просто так стоим? Нам тоже только спросить!» - 46 реакций;
- в) промолчу - 7 реакций.

4. Вас обрызгала машина:

- а) прокричу вслед: «Козел!» - 87 реакций;
- б) покручу пальцем у виска - 11 реакций;
- в) промолчу - 2 реакции.

5. Вам неправильно дали сдачу в магазине:

- а) попрошу пересчитать - 63 реакции;
- б) начну громко возмущаться - 24 реакции;
- в) промолчу, ведь это мелочь - 13 реакций.

6. На улице Вас толкнули:

- а) скажу грубо («Корова!», «Медведь!», «Слон!») - 53 реакции;
- б) попрошу быть «повнимательнее» - 42 реакции;
- в) промолчу, со всеми бывает – 5 реакций.

7. В парикмахерской Вам сделали не то, что Вы просили:

- а) скажу парикмахеру, чтобы переделал то, что получилось – 56 реакций;
- б) потребую администратора и книгу жалоб – 24 реакции;
- в) промолчу, дело сделано – 20 реакций.

8. Если Вас обозвали:

- а) на оскорбление отвечу оскорблением – 52 реакции;
- б) начну выяснять отношения – 48 реакций;
- в) сделаю вид, что не услышал (а) – 10 реакций.

Эксперимент показал, что люди разных возрастов и уровней образования используют типичные речевые эмоциональные реакции для выражения своих эмоций в типовых ситуациях.

Большую роль играет возраст. К примеру, в ситуации, когда Вас толкнули на улице вариант «скажу грубо («Корова!», «Медведь!», «Слон!»)» выбрали 53 человека в возрасте от 17 до 25 лет, люди более старшего возраста от 30 до 50 лет, выбрали вариант «попрошу быть внимательнее». Таким образом, молодежь более эмоциональна в своих речевых проявлениях, более импульсивна, чем старшее поколение.

В ситуации «В магазине Вам нагрубил продавец» люди старшего возраста выбрали вариант «попрошу книгу жалоб!», а молодежь более экспрессивный вариант – «начну ругаться!». Представители старшего поколения используют апелляцию к закону, у людей старшего возраста существует надежда на законы, которые обезопасят их от неприятных ситуаций.

Молодежь выражает свои эмоции с помощью экспрессивной лексики: на ситуацию «Вас обрызгала машина» у 87 человек из 100 была речевая реакция «крикну вслед: «Козел!». Примечателен тот факт, что на предложенную ситуацию «Вас обозвали», вариант «Начну выяснять отношения» выбрали 48 человек, из которых 41 – мужчины. А вариант «на оскорбление отвечу оскорблением» выбрали преимущественно женщины (из 52 человек - 46 женщин). Это связано с быстрой эмоциональной реакции у женщин.

В ситуации со стимулом «в парикмахерской вам сделали не то, что вы просили» 20 человек выбрали «промолчу, дело сделано», (из 20 человек 18 – мужчины). Здесь сыграл роль гендерный фактор. Мужчины менее озабочены своей внешностью, чем женщины. Также известно, что

женщины более конфликтны, особенно если дело касается их внешнего вида. Мужчинам легче промолчать и не вступать в конфликт. Таким образом, мужчины и женщины по-разному эмоционально реагируют на данные ситуации.

Был проведён и экспликативный эксперимент с опорой на предложенную эмоцию. Испытуемым были предложены 9 основных эмоций: удивление, печаль, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд, интерес, вина. Был задан следующий вопрос: С помощью каких слов Вы выражаете данные эмоции? Всего было опрошено 100 человек в возрасте от 16 до 54 лет. Из 100 опрашиваемых 50 мужчин и 50 женщин. Получены следующие результаты.

Удивление

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1. Ура -41 чел. | 13. Ах! |
| 2. Супер- 14 чел. | 14. Дааа... |
| 3. Класс - 8 чел. | 15 ...ать-копать |
| 4. Круто – 6 чел. | 16. Здорово |
| 5. Клево -6 чел. | 17. Зашибись |
| 6. Yes - 5 чел. | 18. Ништяк . |
| 7. За..ись - 4 чел. | 19. Ну, наконец-то, это |
| 8. О! – 4 чел. | случилось! |
| 9. Я счастлив – 4 чел. | 20. Охренеть |
| 10. Прикольно – 3 чел. | 21. Получилось |
| 11. Обалдеть – 2чел. | 22. Ух |
| 12. Офигеть – 2 чел. | |

Гнев

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. Сука – 16 чел. | 17. Да пошел ты |
| 2. Скотина ты – 7 чел. | 18. Да черт возьми |
| 3. Мразь – 7 чел. | 19. Елки-палки |
| 4. Свинья – 7 чел. | 20. Иди ты на хрен ,козел |
| 5. Тварь – 6 чел. | 21. Ненавижу |
| 6. Падла – 6 чел. | 22. Ну вы, блин, даете |
| 7. Да ты о..ел – 5 чел. | 23. Ну ты сейчас у меня |
| 8. Урод – 5 чел. | получишь |
| 9. Как я зла - 4 чел. | 24. Отвянь |
| 10. Убью – 4 чел. | 25. Осел |
| 11. Да пошел ты – 3 чел. | 26. Офигели все |
| 12. Убью суку – 3 чел. | 27. Петух |
| 13. Ну и уроды – 3 чел. | 28. Ужасно |
| 14. Ааааа... | 29. Черт побери |
| 15. Вот бестолочь | 30. Я в гневе |
| 16. Да иди ты знаешь куда | |

Отвращение

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. Фу – 37 чел. | 10. Иди отсюда - 3 чел. |
| 2. Противно - 10 чел. | 11. Грязнота – 3 чел. |
| 3. Гадость - 6 чел. | 12. Ужас – 3 чел. |
| 4. Фу, жесть – 6 чел. | 13. Как я ненавижу... |
| 5. Мразь – 5 чел. | 14. Ненавижу тебя |
| 6. Пипец – 5 чел. | 15. Не хочу видеть |
| 7. Свали – 5 чел. | 16. Мразоторно |
| 8. Фу, б...ь – 5 чел. | 17. Тошнит с тебя |
| 9. Тварь – 4 чел. | |

11 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Презрение

- | | |
|----------------------------|--------------------|
| 1. Фу – 17 чел. | 9. Вот же... |
| 2. Ненавижу - 11 чел. | 10. Какой же... |
| 3. Противно – 10 чел. | 11. Как я ненавижу |
| 4. Фи – 10 чел. | 12. Козел |
| 5. Брррр – 7 чел. | 13. Ну нафиг |
| 6. Иди отсюда – 7 чел. | 14. Отвратно |
| 7. Я вас презираю - 6 чел. | 15. Уфэй |
| 8. Б....ь – 4 чел. | |

22 человека из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Удивление

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. Ничего себе – 18 чел. | 11. Ax!Ax!Ax! – 2 чел. |
| 2. Ого – 14 чел. | 12. Ни фига себе – 2 чел. |
| 3. Да? – 11 чел. | 13. Е..ть |
| 4. В натуре – 7 чел. | 14. Как так? |
| 5. Да ладно?! – 7 чел. | 15. Ни черта себе |
| 6. Жесть – 6 чел. | 16. Ну надо же |
| 7. Вот это да – 4 чел. | 17. Ой |
| 8. Ни ..я себе – 4 чел. | 18. Опа |
| 9. Не может быть – 4 чел. | 19. Обалдеть |
| 10. Серьезно? – 3 чел. | 20. Точно? |

10 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Интерес

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. Ну-ка, ну-ка – 10 чел. | 3. Давай – 5 чел. |
| 2. Интересненько – 8 чел. | 4. Очень интересно – 4 чел. |

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 5. Расскажи подробнее – 4 чел. | 12. Надо узнать |
| 6. Ух ты! – 4 чел. | 13. Опа |
| 7. Это интересно – 4 чел. | 14. Ты мне нравишься |
| 8. Bay – 2 чел | 15. Упс |
| 9. Заманчиво – 2 чел. | 16. Че делаешь? |
| 10. Ну надо же – 2 чел. | 17. Что там может быть? |
| 11. Надо задуматься об этом | |

48 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Стыд

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Извините – 17 чел. | 9. Я не хотел(-а) – 3 чел. |
| 2. Блин – 9 чел. | 10. Мой косяк – 2 чел. |
| 3. Упс – 6 чел. | 11. На фиг я это сделал? – 2 чел. |
| 4. Как же это получилось – 5 чел. | 12. Извини, ничего личного |
| 5. Я не виноват (-а) – 5 чел. | 13. И что мне теперь делать? |
| 6. Я нечаянно – 4 чел. | 14. Ладно, прости! Я погорячился! |
| 7. Е-мое – 3 чел. | 15. Обстоятельства так сложились |
| 8. Я не прав(-а) – 3 чел. | |

36 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Вина

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| 1. Ой, как стыдно – 20 чел. | 7. Это ужасно – 6 чел. |
| 2. Стыдоба-то! – 12 чел. | 8. Как быть теперь – 4 чел. |
| 3. Черт – 11 чел. | 9. Очень неудобно – 4 чел. |
| 4. Блин – 10 чел. | 10. О, нет - 2 чел. |
| 5. Зачем я так сделал? – 8 чел. | 11. Ужас, что это такое? |
| 6. Облажался – 8 чел. | 12. Ужасно стыдно |

13 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Печаль

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Ох!Ох!Ох! – 44 чел. | 10. Грусть-тоска меня сковали – 2 |
| 2. Эх – 14 чел. | чел. |
| 3. Ох, плохо мне, плохо – 6 чел | 11. Как грустно |
| 4. Фигово – 6 чел. | 12. Как так |
| 5. Обидно – 3 чел. | 13. Обидно, блин |
| 6. П....ц – 3 чел. | 14. Ой грусть моя тоска |
| 7. Уйди, старушка, я в печали! – 3 | 15. Очень жаль |
| чел. | 16. Ухххх |
| 8. Блин – 2 чел. | 17. Что-то совсем херово |
| 9. Все х..во – 2 чел. | |

8 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Страх

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. О, ужас – 10 чел. | 8. Ой, боюсь, боюсь - 4 чел. |
| 2. Жесть – 8 чел. | 9. Охренеть – 4 чел. |
| 3. Как страшно – 7 чел. | 10. Ааааай |
| 4. Мамочка моя – 7 чел. | 11. О..еть |
| 5. П....ц – 7 чел. | 12. Во, блин |
| 6. Черт возьми – 6 чел. | 13. Ух ты |
| 7. Блин, че делать? – 4 чел. | 14. Что-то мне страшно как-то |

38 человек из 100 не смогли выразить данную эмоцию словами.

Следует обратить внимание на то, что одна языковая единица может выражать несколько разных эмоций.

Результаты проведённых экспериментов позволяют сделать следующие выводы.

В выражении эмоций играют большую роль гендерный и возрастной факторы. Так, мужчинам труднее выражать свои эмоции, особенно такие эмоции как страх и вина. Выражение такой эмоции, как «вины» практически не свойственно мужчинам, им довольно трудно признавать себя виноватыми, тем более выражать это в спонтанной речи. Страх - одна из эмоций, которую мужчины не могут выразить вообще. Они считают, что проявление страха делает их слабыми, менее авторитетными в глазах других, понижает их самооценку.

Из десяти представленных эмоций самыми трудными для выражения оказались страх, вина, стыд, интерес. Выразить эти эмоции оказалось затруднительным как для мужчин, так и для женщин. Примечателен тот факт, что такая эмоция как интерес трудно выражается какими-либо словами (48 человек из 100 не смогли выразить эту эмоцию словами).

Не возникло трудностей с такими эмоциями, как радость, гнев, удивление. Гнев - наиболее яркая эмоция.

Наше исследование показало, что существует специализированная лексика для выражения эмоций в спонтанной речевой реакции на определённые стимулы. Можно выявить типичные языковые единицы, характерные для проявления определенной эмоции.

Эксперимент показал, что люди разных возрастов, уровней образования используют типичные речевые эмоциональные реакции для выражения эмоций. Мужчины и женщины с различной интенсивностью и различными способами выражают свои эмоции. Большую роль в выражении эмоций играет возрастной фактор. В различных коммуникативных ситуациях люди разных возрастов по-разному проявляют свои эмоции. Так, молодежь более вспыльчива, бурно проявляет свои чувства. Люди старшего поколения спокойнее выражают свои эмоции, не вступают в конфликты, надеются на законы, которые защищают их в неприятных для них ситуациях.

Додонов Б.И. Классификация эмоций при исследовании эмоциональной направленности личности // Вопросы психологии. – 1975. - №6. – С. 21-33.

Ильин Е.П. Эмоции и чувства.– СПб: Питер, 2001. – 752 с.

Лук А.Н. Эмоции и чувства. – М.: Знание, 1972. – 80 с.

Никифоров А.С. Эмоции в нашей жизни. – М.: Советская Россия, 1978. – 272 с.

Ройзензон Л.И. Русская фразеология. – Самарканд: Самарканд: Самарканд: ГУ, 1977 – 121с.

А.О. Стеблецова

Дискурс оперативного взаимодействия или Workplace Discourse: к вопросу о различиях между англоязычной и русскоязычной коммуникативными культурами¹⁰

Коммуникативное взаимодействие людей в институциональной или профессиональной обстановке уже давно находится в круге научных интересов теории коммуникации и целого ряда лингвистических дисциплин и направлений от социо- и прагмалингвистики до теории межкультурной коммуникации. Особый динамизм такие исследования приобрели в рамках конверсационного анализа (Conversational Analysis) и затем в рамках дискурсивного анализа (Discourse Analysis). Исследованию устной коммуникации через призму ее отдельных жанров и сфер профессиональной деятельности посвящены работы многих отечественных и зарубежных лингвистов (Е.И. Шейгал, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, А.В. Олянич, В.В.Жура, Л. Бейлинсон, D.V. Bell, D. Boden, P. Drew, J. Herritage, J. Gibbons, A. Firth, N. Fairclough, R. Scollon и др.). Тематика их исследований может быть представлена в терминах коммуникативных событий, типов или жанров дискурса (политический дискурс, институциональный дискурс, устный медицинский дискурс, дискурс переговоров, интервью, doctor-patient discourse, legal discourse, classroom discourse, discourse of negotiation in the workplace, media discourse и др.)

Лингвистические исследования коммуникации внутри организации или общения в рабочей обстановке, которые в англоязычном дискурсивном анализе часто обозначаются термином *workplace discourse*, не столь многочисленны и распространялись преимущественно на устный модус дискурса. Само понятие *рабочего места* в лингвистической литературе возникло как частное определение одного из экстралингвистических факторов коммуникации – *обстановка или место действия*. Будучи параметром контекста коммуникативного события, *обстановка* (setting)

¹⁰ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 9029, грант Минобрнауки РФ «Русское языковое сознание в лингвокогнитивном аспекте (понятие языкового сознания, методы исследования, описание русского языкового сознания, национальная специфика)», Аналитическая ведомственная целевая программа «Развитие научного потенциала высшей школы» 2009-2011, проект 556.

активно использовался в этнографии коммуникации (D. Hymes, M. Savill-Troike и др), затем в конверсационном анализе. Некоторые авторы подразумевают под понятием дискурс *рабочего места* «любую коммуникативную деятельность, которая генерируется на работе» (Y. Gu 2002, с. 138) Дискурс *рабочего места* противопоставляется, например, семейному или домашнему дискурсу, т.е. «дискурсу, генерируемому членами семьи в домашней обстановке» (Y. Gu 2002, с. 138). В этом смысле дискурс рабочего места следует рассматривать как разновидность *делового дискурса* (далее ДД).

В контексте исследования деловых коммуникативных культур (письменный модус) мы стремились выявить такой тип институционального дискурса, который бы, с одной стороны, в полной мере отвечал критериям ДД, а с другой, не ограничивался рамками одной профессиональной сферы. К критериям ДД относятся следующие:

- участники ДД всегда выступают в определенной (чаще профессиональной или статусной) социальной роли;
- участники ДД могут принадлежать к разным профессиональным сообществам, то есть быть членами разных профессиональных дискурсов, но одного корпоративного;
- участников ДД обычно отличает достаточное взаимопонимание в вопросах дела;
- целью ДД является продуктивное сотрудничество, направленное на достижение конкретных результатов;
- в ходе дискурса могут создаваться деловые тексты, которые служат инструментами достижения цели.

Обратившись к дискурсу *рабочего места*, мы пришли к выводу, что эта разновидность ДД требует уточнения, так как понятие рабочего места настолько широко, что включает в себя практически любую профессиональную обстановку (например, классная комната, операционная, зал судебных заседаний) типичные дискурсивно-профессиональные фреймы, которые будут далеки от деловых (урок, операция, судебный процесс).

Тем не менее, вне зависимости от профессионального типа, любая институциональная дискурсивная система нуждается во внутреннем регулировании, координации, управлении. Обсуждение текущих вопросов, постановка и решение проблем, информирование и побуждение к действию, каждодневная рутинная коммуникация в институциональной иерархии – вот универсальные компоненты *организационно-оперативного* типа ДД, или дискурса *оперативного взаимодействия*. И хотя профессиональная сфера, безусловно, накладывает свой отпечаток на тематику оперативных вопросов и задач, а также жанр дискурсивных событий, в ходе которых они решаются, выделение дискурса *оперативного взаимодействия* как универсального типа ДД возможно и плодотворно.

Каковы же конституирующие признаки дискурса *оперативного взаимодействия* (далее ОВ)?

- дискурс ОВ имеет общую цель - организация и координация действий сотрудников для решения проблем;
- дискурс ОВ объединяет участников – коммуникантов в дискурсивное сообщество, внутри которого у них есть определенные дискурсивные роли, модели и нормы поведения, отношения и положения, обусловленные социальными статусами;
- дискурс ОВ функционирует в двух модусах (устный и письменный);
- дискурсивные события устного модуса (например, заседание, совещание, планерка) обязательно фиксируются в виде текстов протоколов, решений;
- дискурсивные события письменного модуса (отчет, обмен электронными сообщениями, служебными записками) функционируют в основном в виде текстов.

Безусловно, дискурс ОВ будет иметь свои особенности в зависимости от профессиональной сферы: коммерческий или финансовый дискурс реализуется в таких дискурсивных событиях или жанрах, которых не будет в научном или рекламном дискурсах. Тем не менее, необходимость внутреннего регулирования деятельности, присущая дискурсу ОВ, придает ему универсальный характер делового дискурса.

Таким образом, коммуникация на рабочем месте с целью решения оперативных вопросов (постановка задачи, ее обсуждение, решение) определяет содержание *дискурса оперативного взаимодействия*.

В контексте нашего исследования мы определили корпус текстов, манифестирующих события письменного модуса дискурса ОВ в сфере высшего профессионального образования в англоязычной и русскоязычной деловой коммуникативной культуре (далее ДКК).

Так, в русскоязычной ДКК тексты докладных и служебных записок, а также справки и информационные письма являются наиболее распространенными текстами, репрезентирующими письменный модус дискурса ОВ. Докладные и служебные записи составляют большую часть рутинной офисной документации и обеспечивают коммуникацию подразделений организации по вертикали (между руководителем и подчиненными) и по горизонтали (между руководителями или сотрудниками структурных подразделений).

Справки являются документами, содержащими описания и подтверждения тех или иных фактов или событий, в том числе биографического или служебного характера. Их можно отнести в разряд текстов, авторы которых сообщают своим адресатам о положении дел в действительности с определенной степенью ответственности за истинность своего сообщения.

В англоязычной ДКК письменный модус дискурса ОВ репрезентируют тексты электронных сообщений или тексты memo (сокр. от memorandum) –

тексты деловой переписки, обеспечивающие оперативное взаимодействие как по вертикали, так и по горизонтали.

Предварительный анализ дискурса оперативного взаимодействия (ОВ) в англоязычной ДКК показывает что, электронный канал коммуникации доминирует в письменном модусе дискурса. Причем, если учесть, что письменный модус дискурса ОВ, в свою очередь, доминирует над устным, то электронный канал коммуникации можно назвать главенствующим в англоязычном дискурсе ОВ.

В русскоязычной ДКК дискурс ОВ представлен как устным, так и письменным модусом, причем устный модус традиционно имеет сильные позиции, то есть многие особенно мелкие вопросы оперативного взаимодействия решаются посредством устного общения. Письменный модус дискурса ОВ существует в традиционном бумажном, а также в электронном виде. В настоящее время электронный канал коммуникации получает все большее распространение, однако еще не стал доминирующим.

Основным типом текста в англоязычном дискурсе ОВ являются электронные письма или меморандумы (memos), адресатами которых являются сотрудники подразделений (кафедр, факультетов, учебных или научных центров), а авторами – руководители этих подразделений или сотрудники, в зависимости от предмета сообщения. Следует отметить, что тип текста, используемый в англоязычном дискурсе ОВ, не зависит от статуса коммуникантов.

В русскоязычном дискурсе ОВ прослеживается непосредственная связь между статусом коммуникантов и типом текста. Так, одно из различий между докладной и служебной запиской многие эксперты документоведения (О.П. Сологуб и др.) видят в том, что автором докладной записи является сотрудник - подчиненный, а адресатом - руководитель. Автором и адресатом служебной записи являются равные по статусу руководители подразделений. И, наконец, нами не зафиксированы случаи коммуникативного обмена служебными записками между коллегами внутри подразделения.

Рассматривая различия между используемыми типами текстов в англоязычном и русскоязычном дискурсе ОВ, нельзя не обратить внимание на отсутствие такого текстового жанра, как приказ в англоязычной ДКК. Безусловно, отсутствие типа текста еще не означает отсутствие некоторого дискурсивного события, в рамках которого происходит действие, обязательное для исполнения. В качестве примера приведем дискурсивное событие, условно обозначенное нами как *определение сроков проведения сессии* в русскоязычном дискурсе ОВ или *teaching evaluation (семестровое тестирование)* в англоязычном дискурсе ОВ в сфере высшего образования.

Так, дискурсивное событие *определение сроков проведения сессии* русскоязычном дискурсе ОВ реализуется посредством текста *приказа* ректора:

ПРИКАЗ

«О проведении летней экзаменационной
сессии 2009-2010 учебного года»

В соответствии с учебным планом **приказываю:**

1. Провести летнюю экзаменационную сессию с приемом зачетов и экзаменов по дисциплинам в следующие сроки:

...

Предварительное обсуждение сроков зачетов и экзаменов (если таковое имеет место) не фиксируется письменно.

В англоязычном дискурсе ОВ обсуждение сроков семестрового тестирования реализуется посредством текста электронного письма, в котором сотрудник деканата с помощью прямого побуждения (императивные конструкции смягченные наречием «пожалуйста») призывает подразделения подать свои предложения по срокам. Обратная связь обеспечивается обязательным заполнением прилагаемой формы.

From: Foreign Languages and Culture Studies All Faculty on behalf of Dixon,
Gloria
Sent: Wed 2010-11-10 15:35
To: list-FLAN-F
Subject: Teaching Evaluations - Fall 2010

Hello everyone,

It's time once again to administer teaching evaluations to your students! Evaluations will be conducted Monday, November 29th through Wednesday, December 8th, 2010. All evaluations must take place during regularly scheduled class time.

Please decide when you would like to have the evaluations administered, fill in this form and return it to me no later than Friday, November 19th. If I do not receive a response from you, I will have to assign the dates for you.

Thank you.

Form Attached

Name:

Course Number and Section:

Class Days/Times:

Number of Students:

EVALUATION DATE:

Аналогом русскоязычного приказа о сессии в англоязычном дискурсе ОВ является меморандум, информирующий сотрудников и студентов

о размещении расписания на вебсайте, где они и могут с ним ознакомиться:

Memorandum

Office of the Registrar

Date: November 16, 2010
 To: Fall 2010 Faculty and Instructors
 From: CJ Fergie, Senior Assistant Registrar
 Subject: Fall 2010 Final Exam Schedule

A detailed Fall 2010 Final Exam Schedule showing days, times and location of exams is posted on our website at: <http://www.registrar.edu/calendars/exam.htm>

Click on the links provided to view either the common exams or the on-campus non-common exams. Students will be sent a targeted email to inform them that a detailed exam schedule is available for them to view.

If you have any questions or changes that need to be made, please contact Monty Williams mwill1@uoc.com or Hannah Darren hdarren@uoc.com in Class and Facilities Scheduling.

Thank you

В настоящей статье затронуты только два параметра дискурсивного анализа: канал коммуникации и типы текстов, реализующие дискурсивные события. Оба они отразили определенные различия между англоязычным и русскоязычным дискурсом оперативного взаимодействия, а именно:

- преобладание электронного канала в письменном модусе англоязычного дискурса;
- реализация аналогичных дискурсивных событий посредством разных типов текстов (приказ и речевой акт приказа в русскоязычном дискурсе ОВ vs memo и речевой акт информирования в англоязычном дискурсе ОВ)

Данные различия могут иметь несколько объяснений. Одно из них имеет, на наш взгляд, непосредственное отношение к национальному сознанию: русскоязычная коммуникативная культура не рассматривает информирование, даже исходящее от вышестоящих, как коммуникативное действие обязательное для исполнение, тогда как коммуникативное действие приказа вполне соответствует русским нормам ожидания в плане передачи долженствования. Отсюда характерная для русского сознания нормативность реализации побуждения в виде приказа и распространенность данного типа текста.

1. Сологуб О.П. Делопроизводство: составление, редактирование и обработка документов: учеб. пособие - М.: Омега-Л, 2009.- 207с.

2. Gu Yurgo Towards an Understanding of Workplace Discourse: A Pilot Study for Compiling a Spoken Chinese Corpus of Situated Discourse // Research and Practice in Professional Discourse, ed. Christopher N. Candlin – Hong Kong: City University of Hong Kong Press, 2002.- P. 137-187.

Б.В. Косенкова

Смысловые сферы положительной оценки в рекламе автомобилей

Исторически реклама была, прежде всего, информированием, но, развиваясь, в новое и новейшее время, значительно расширила сферу своего влияния на общество.

Назначение рекламного текста обычно состоит в том, чтобы привлечь внимание потребителя и побудить его к покупке товара или пользованию услугой.

Реклама – это неперсонифицированная передача информации, обычно оплачиваемая и имеющая характер убеждения о продукции, услугах или идеях, осуществляемая рекламодателями посредством различных носителей (Кривоносов 2001, с. 13-14). Под рекламным текстом понимается текст, содержащий рекламную информацию.

Рекламный текст отличают особый язык и стиль. Это система языковых и внеязыковых средств выражения содержания, их системная организация, обусловленная функционированием в сфере массовой коммуникации. Для исследования языка рекламы важно объяснить понятие ключевой лексики рекламы. Ключевая лексика рекламы – слова с повышенной рекламной ценностью, слова, выражающие сгущенный смысл рекламного предложения (Тулупов 2006).

Значительную долю ключевой рекламной лексики составляют оценочные слова и слова с оценочным компонентом значения. Именно они обеспечивают высокую эффективность воздействия рекламы. Эффективное речевое воздействие – это такое, которое позволяет достичь говорящему поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником (коммуникативное равновесие) (Стернин 2009, с. 51) Цель, которую ставят перед собой создатели рекламы – привлечь внимание потребителя (в контексте рекламы – реципиента).

Цель нашей работы – исследовать оценочный аспект текстов рекламы автомобилей с точки зрения того, какими путями создается положительный образ товара, на основе каких механизмов воздействия построен конкретный рекламный текст. Материалом для исследования послужили оценочные слова из текстов коммерческой рекламы журналов «За рулем» и «Авторевю», всего 140 слов.

Несколько примеров:

- Toyota Avensis – это *качество*, возведенное в *превосходную степень*. Это *исключительный комфорт и небывалое удовольствие* от вождения. Это *энергичный дизайн и новый уровень* эргономики.

- SsangJong. *Сильный. Мужественный. Надежный.* Во втором поколении внедорожник SsangJong Rekston стал еще более *мощным, стильным и комфорtabельным. Передовые технологии и инновационные решения* из Кореи и Германии обеспечивают ему *превосходную динамику, отличную управляемость и бескомпромиссную защиту* водителя и пассажиров.

- *Новый Reno Sandero. Яркий дизайн, удивительная вместительность, автоматическая коробка передач. Просто нажмите на педаль и наслаждайтесь поездкой.*

- Chevrolet Niva . Внедорожник № 1 в России.

Вся выделенная оценочная лексика была расклассифицирована по характеру апелляций, осуществляемых ею (то есть по общему содержанию тех признаков, которые подаются в рекламном тексте как привлекательные для потенциального покупателя).

В ходе исследования было выявлено несколько групп оценочных слов, в соответствии с осуществляемыми ими апелляциями к тем или иным качествам, признакам рекламируемого продукта.

1. Апелляция к высокому уровню проявления положительного качества (содержатся семы *очень, в высшей степени*).

Бесконечная (свобода), впечатляющая (динамика), безграничные (эмоции), исключительные (качества), выдающийся, превосходное (сочетание), небывалое (удовольствие), виртуозное (исполнение), безгранична (власть), великолепная (динамика), шедевр, рвущаяся (энергия), совершенство, удивительная (вместительность), абсолютный (комфорт)

2. Апелляция к преимуществу в рамках определенного качества.

Ярче (стиль), богатый (внутренний мир), круче (нрав).

3. Апелляция к вызываемым эмоциям.

Яркие (эмоции), революция (эмоций), мечта, удивительное, притягательность, удовольствие, поражать (воображение), заряжать (эмоциями), насладиться, удивлять, захватывать (дух), завораживать, дарить (эмоции), наполнять (драйвом), притяжение, волнующий, энергичный, выразительный, завораживающий, приковывающий.

4. Апелляция к популярному бренду

Российский (размах), немецкое качество, немецкая (точность).

5. Апелляция к вызываемому интересу.

интригующий, удивительная (вместительность), приковывающий.

6. Апелляция к объему возможностей, предоставляемых рекламируемым товаром.

(Безгранична) свобода, все возможные сочетания, весь модельный ряд.

7. Апелляция к оптимальному выполнению функций.

Герой каменных джунглей.

8. Апелляция к продолжительности работы.

Драйв нон-стоп.

9. Апелляция к профессиональным качествам изготовителя, реализованным в продукте.

Тщательность, ответственность, терпение.

10. Апелляция к модности, престижности.

Торжество (стиля), символ (перемен); достойный, представительный, благородный (кроссовер), культовый (внедорожник), лучший, достоинство, престижность, успех, флагман (модельного ряда), престиж, индивидуальность, (пик) популярности; стильный; роскошь.

11. Апелляция к изменениям, переменам.

Менять (стереотипы), добавлять (красок); (движущая) сила, покорять.

12. Апелляция к личной принадлежности, личной адресованности.

Твой; Ваше (достижение).

13. Апелляция к успеху.

Закономерность (успеха), (Ваше) достижение.

14. Апелляция к борьбе, преодолению трудностей.

Не отступать, бросать вызов, энергия, спортивный.

15. Апелляция к решению стоящей перед покупателем задачи.

Практическое (решение), решит ваши проблемы.

16. Апелляция к высокому качеству товара.

Стремительная (мощь), высокая (технологичность), отличное (качество), настоящий (кроссовер), сильный, точный (расчет), экономичные (двигатели), мощный, выносливый, великолепная (управляемость), динамичный, непревзойденная (проходимость), мощь, выносливость, сверхспособности, легкость, качество в превосходной степени, эталон (управляемости), эргономика, (техническое) превосходство, адаптируется (к невероятным условиям), разумный.

17. Апелляция к привлекательному внешнему виду.

Выразительный, четкие (линии), красота, эволюция (дизайна), стиль, простор.

18. Апелляция к уникальности обладателя товаром.

Обращает на себя внимание, выделяет из толпы, вызывает уважение.

19. Апелляция к надежности и безопасности.

Проверенный, максимальный (уровень безопасности), бескомпромиссная (защита), послушный, полный (контроль), надежный, прошедший (испытания); надежность, безотказность, уверенность.

20. Апелляция к инновационности, использованию новых технологий при создании товара.

Новый (уровень), инновационные (решения), последние (достижения), современные (системы безопасности), обновленный; инновации, (энергия) прогресса.

21. Апелляция к доступности приобретения.

Доступная (цена); скидки, экономичность, выгода.

22. Апелляция к гармоничному сочетанию внешних и внутренних характеристик.

Гармоничный, сбалансированный; единство (формы и содержания).

23. Апелляция к предоставляемым удобствам

Вместительность, комфортабельность.

В результате анализа этих и других примеров становится ясно, что реклама активно использует такое средство языка, как оценочность. В рекламе наиболее часто используются слова трех частей речи: имя прилагательное, имя существительное и глагол.

Наиболее частотны и разнообразны апелляции к высокому уровню проявления положительного качества, к вызываемым эмоциям, модности, престижности и высокому качеству товара.

Кривоносов А.Д. Жанры PR-текста.- СПб.: СПбГУ, 2001.- 135 с.

Попова З.Д., Стернин И.А. Лексическая система языка.- М.: URSS, 2010 . – 171 с.

Стернин И.А. Введение в речевое воздействие.- Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001 – 252 с.

Стернин И.А. Значение слова и проблемы его изучения.- Воронеж.: Истоки, 2008.- 20 с.

Тулупов В.В. Теория и практика рекламы.- СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.- 528 с.

О.Н. Морозова

Политическая имидж-реклама в интернет-пространстве Великобритании как средство формирования общественного мнения

Важной чертой персональных сайтов политических деятелей Великобритании является их направленность на реализацию цели самопрезентации, что ярко демонстрирует тенденцию использования возможностей Интернета как инструмента для формирования привлекательного имиджа политического деятеля. Это подтверждается и определением термина «имидж»: «Целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванного оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п.» (Васюкова 1998, с. 240).

«В политологии под термином «имидж» часто понимается некоторое обобщенное, экономное отображение субъекта или объекта политической рекламы для его представления избирателям. Нередко слово «имидж» в политике понимают как «быть похожим» или «imiterовать». Поэтому

имидж часто представляют как искусственную имитацию внешних характеристик политика» (Гришин 2008, с. 29).

Под имиджем политического деятеля вслед за Н.В. Солениковой мы понимаем специально формируемый образ личности, «представляющий собой совокупность наиболее предпочтительных политических, мировоззренческих, биографических, внешних качеств лидера, определенных на основании электоральных исследований; имидж воплощается в текстовой, визуальной и событийной формах в средствах коммуникации» (Соленикова 2007, с. 17). Имидж в Интернете – это сознательно создаваемый облик политика, который конструируется у пользователя за счет широких возможностей компьютерных ИТ, умелого использования различных PR-технологий или возникает под воздействием каких-либо других, сторонних факторов. «Имидж политического лидера представляет собой мультикультурный символ, синонимами которого выступают образ, роль, амплуа, типаж, репутация, прогнозируемое ожидание» (Мякотина 2008, с. 17). «Имидж - это специально создаваемый, преднамеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей» (Егорова-Гантман, Плешаков 1999, с. 5).

Субъектами политического Интернета при формировании имиджа выступает целая команда профессионалов в различных областях человеческой деятельности, например, представители PR, политики, социологии, спичмейкеры, психологи, дизайнеры, стилисты и другие. Выбор имиджа осуществляется на основе прогнозирования аудитории. «Задача понравиться "своему народу" является, по сути, коммуникативной стратегией» (Соленикова 2007, с. 18).

В основном, имидж-реклама – это реклама по созданию благоприятного образа (имиджа) политического деятеля. Ее основная роль - ознакомить потенциальных избирателей с их потенциальным политическим или государственным лидером, с его биографией, характеристиками, а также с направлениями его деятельности и закрепить в сознании широкого круга людей его положительный образ.

Действие имидж-рекламы, как правило, шире других видов рекламы. Это реклама – максимум, она направлена на расширение узнаваемости имени политического деятеля, на внедрение этого образа в более широкие слои населения для того, чтобы в дальнейшем использовать это для продвижения себя в политической и государственной карьере. В настоящее время в политических технологиях существует несколько моделей создания и продвижения имиджа лидера.

Выбор той или иной модели зависит от нескольких факторов. Во-первых, это специфические предпочтения целевой аудитории, на которую спроектирован данный образ, ее социально-культурные и демографические характеристики. Во-вторых, это политическая ситуация в стране или регионе и связанные с этим задачи его дальнейшего продвижения. И, наконец, реальные качества личности политика, так как «никакими

технологиями невозможно создать имидж политика вне зависимости от того, что он собой представляет» (Мякотина 2008, с. 22).

Интернет технологии предлагают большой набор разнообразных технологий по объективизации этих моделей. Так, например, информирование, вкупе с другими элементами сайта, направлено в первую очередь на формирование желаемого «политического» имиджа его владельца, а информирование является лишь второстепенной интенцией: «... тщательно и продуманно созданный сайт уже является отображением виртуальной личности и конструированием идентичности» (Erickson 1996). Это своего рода «коллаж», состоящий из информационного, текстового и технического материала, используемого при формировании и организации сайта.

«Виртуальное пространство является идеальной средой для проявления динамичности и разнообразия создаваемого имиджа. Здесь процесс конструирования идентичности является континуальным: сайт всегда находится на стадии создания, так как в любое время может обновляться для отображения всех изменений в концепции самоактуализации и самодетерминации пользователя. На страницах сайта синкретично объединяются многообразные, подчас совсем несопоставимые и диахроничные элементы самоактуализации и суб-идентичности посредством внутренних и внешних ссылок в структуре гипертекста. А поэтому страницы сайта являются коммуникативным пространством, содержащим дифференциальные и когерентные элементы» (Павлова 2007, с. 130), которые составляют целостную структуру имиджа политического деятеля и включают в себя различные когнитивные и прагматические механизмы воздействия на целевую аудиторию потенциального избирателя.

К важным характеристикам политика мы относим личностные качества и особенности поведения политика, которые формируются у адресата как соответствующие определенным мифологическим или стереотипным образам, а также в рамках универсальных архетипов, характерных для определенного социума. «В имиджелогии существует длинный ряд симвлических образов (типов, прототипов), таких, например, как «мистический тип», «учитель», «проповедник», «ученый», «хозяйственник», «свой парень», «рыцарь», «хозяин», «аскет» и ряд других, в которые должен «вписаться» политик. Это делает его восприятие более четким и понятным избирателям» (Гришин 2008, с. 35).

Одна из основных функций языка – когнитивная, направлена на аккумулирование знаний, а, именно, использование особой концептуальной «памяти» адресата для реализации коммуникативно-прагматической установки в процессе общения. Историческое развитие культурной и общественной жизни народа формирует определенные лингвокультурные концепты, которые закрепляются в памяти носителей этой культуры и в дальнейшем выступают как важное средство

формирования национальной картины мира. Обращение к глубинной концептуальной памяти адресата в политической рекламе является необходимым условием повышения эффективности воздействия этого вида коммуникации. «Объект рекламной деятельности - массовое сознание, внедрение в которое и становится целью рекламной кампании. Реклама превращается в сумму общих знаний, выполняющих не только практические функции (помощь при выборе), но и ценностные (создание системы предпочтений, использование предлагаемого структурирования действительности), и мифологические (объяснение действительности, фонд общих знаний о мире)» (Богомолова 2001).

К доминирующему имиджевым характеристикам, представленным на персональных сайтах британских политиков, относятся:

- лидерство и профессионализм;
- высокая общественно-политическая активность;
- патриотизм;
- семья и отношение к ней;
- здоровье и здоровый образ жизни;
- целеустремлённость и настойчивость;
- ораторское искусство;
- оптимизм и уверенность;
- доброжелательность и воспитанность;
- внешняя презентабельность.

Направленность на самопрезентацию личности проявляется в очень частом упоминании имени политика. В этом также проявляется и желание политика сделать свое имя легко узнаваемым, и в конечном итоге, способствовать его запоминанию посетителями сайта. Демократичность подчеркивается использованием только первого имени, и даже его короткого варианта, что указывает на создание атмосферу дружеского общения. Например, названия разделов Меню: «About Ed», «Sam's Photos», «Contact Lucy», «Find Bill on Facebook» и т.п. На каждой странице сайта имя повторяется многократно и в разных элементах страницы. Например, на сайте британского члена парламента Ника Герберта только на главной странице его имя повторяется 16 раз.

Такая частотность упоминания имени говорит о том, что оно представлено не только для знакомства, но и с целью его идентификации, подготовки к восприятию более детальной персонифицированной информации. Текст, как правило, в этом случае малоинформативен с точки зрения представления сведений о кандидате, он предназначен исключительно для привлечения внимания к личности кандидата. Помимо останавливающего и притягивающего воздействия, такой многократный повтор обладает закрепляющим воздействием, т.е. закрепляет имя кандидата в сознании адресата, что способствует запоминанию, а также создает предпочтения, привычки и лояльность в дальнейшем его

восприятии, другими словами, создает платформу, на которой будут строиться взаимоотношения между политиком и его целевой аудиторией. Логотипы и автографы - это особые изображения имени рекламодателя. Они присутствуют во всех объявлениях и имеют сходство с торговыми знаками, так как сообщают рекламе индивидуальность и позволяют целевой аудитории быстро идентифицировать политического деятеля.

Усиления эффекта воздействия такого повтора всегда сопровождается размещением фотографии или фотографий политического деятеля. «И, хотя фотография не бывает беспристрастной: ракурс фотосъемки, постановочные сцены, ретушь и т.д. позволяют практически ее любую трактовку, реципиент обычно воспринимает фотографию как точный документ» (Лисовский 2000, с. 13-14), что и повышает ее значимость как визуального средства воздействия. Их подборка на сайте направлена на создание для кандидата так называемого «массового образа», то есть образа, который нашел бы свое отражение в повседневной жизни адресата, стал бы узнаваем, и хорошо запомнился. Как известно, политическая реклама без присутствия образа лидера малоэффективна, так как политическая деятельность относится к сфере созидательной активности, эффективность которой всегда ассоциировалась с ролью хорошего/плохого лидера.

Контактность и желание к участию в диалоге со своими сторонниками и противниками подтверждается и большим количеством контакто-устанавливающих фраз, приглашающих посетителей к общению и о готовности политика помочь посетителям сайта: «Welcome to my website», «Let Gisela know your concerns», «I actively welcome enquiries from constituents, and I will do my best to help you», «It is my duty and pleasure to serve all of my constituents, irrespective of your political views», «Mark has enough time to see everyone who wishes to see him», «I look forward to hearing from you», «You should also feel free to contact me regarding any local issues that you feel strongly about», «Please write to me, or send an e-mail, and I will do everything I can to help», «Your concerns are important to me and you should feel free to contact me anytime» и многие другие. На это же направлены разделы «Your concerns», «FAQ», «Your Questions Answered» и т.п.

«Коммуникативная функция имиджа реализуется в процессе трансляции свернутой информации, обладающей заданными параметрами, имидж облегчает аудитории восприятие этой информации, обеспечивает режим благоприятствования этому восприятию и подготавливает почву для формирования установки выбора именно этого кандидата. Эффективность имиджевой коммуникации обусловливается точностью передачи информации, совпадением знаковых систем коммуникатора и получателя сообщения» (Лисовский 2000, с. 19).

Таким образом, проанализированные сайты показывают, что их основная направленность на создание положительного имиджа политика

за счет качественной и максимально детальной презентации им себя не только как политика, но и как личности с широким использованием возможности on-line общения с пользователями, придает определенную пластичность создаваемому идентификационному образу. Персональная страница организована так, чтобы максимально отобразить сильные стороны политического деятеля – современный, образованный, энергичный, открытый, коммуникабельный, продвинутый в новых технологиях, простой, «свой» и т.п.

Интернет-технологии предоставляют ряд важных преимуществ для полноценного использования имиджевых технологий: неограниченный объём и свобода отбора фактов из своей биографии, возможность сопровождения текста широким фото- и видео материалом, передача реальных стилевых особенностей речи политика за счет размещения на сайте аудио и видеофайлов с выступлениями политика, постоянное обновление материала, организация межличностного общения с посетителями сайта и т.д. Это, несомненно, повышает достоверность представляемой на сайте информации и повышает ее воздейственность, тем самым способствуя созданию благоприятного имиджа политика и его постоянного совершенствования.

Богомолова О. Политическая реклама и ценностная картина мира. Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и Public Relations». № 4, 2001 / <http://www.advlab.ru/articles/article141.htm>

Васюкова И. А. Словарь иностранных слов. - М.: АСТ-ПРЕСС, 1998. - 640 с.

Гришин Е.В. Имидж политика как социально-психологический феномен. // Вестник МГОУ. Серия «Психологические науки». – № 3, 2008. – М.: Изд-во МГОУ. – 178 с. - С. 28-37.

Егорова-Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. - М.: Николло М, 1999. - 240 с.

Лисовский С.Ф. Политическая реклама: функциональные и жанрово-стилистические особенности. Автореф. дис. ...канд. филол. наук.- М., 2000. - 21 с.

Мякотина О.В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения. Автореф. дис. ... канд. полит. наук. - М., 2008. – 28 с.

Павлова Л.В. Структурные и лингвистические особенности политических сайтов: гендерный аспект.// Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Филология». Том 20 (59), 2007, №4. - С. 129-133.

Соленикова Н.В. Политический Интернет в Российских избирательных кампаниях: тенденции и проблемы развития: автореф. дис. ... канд. полит. наук. – Уфа.- 2007.- 23 с.

Erickson T. The World Wide Web as social hypertext. January, 1996 / http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.html.

К проблеме особенностей поэтического перевода (на примере лирики Лорки)

Поэтическая организация художественной речи накладывает свой отпечаток на закономерности стихотворного перевода. В первую очередь следует говорить о едином стилистическом ключе, ритме, интонации, синтаксическом строе, художественных образах и других литературных компонентах - как и при анализе прозы. Однако все эти элементы регламентируются строгими рамками законов поэзии.

Известно, что поэзия характеризуется определённым и главным образом стройным ритмом, выраженным в законах стихосложения – в метрических единицах и в их разнообразных соединениях. Интонации стиха присущ оттенок музыкальности, хотя музыка стиха своеобразна и сильно отличается от обычной музыки.

Музыка стиха рождается не в отвлечённом звучании слова, а в соединении звучания и смысла, в слитности звуков и выражаемой мысли. Поэтическая музыка опирается на ритмический строй, а ритм в поэзии отличие от прозы зависит не от синтаксиса, а, наоборот, сам воздействует на синтаксический строй посредством метра.

Поэтический синтаксис сильно отличается как от обычного разговорного, так и от синтаксиса художественной прозы. В нём часто нарушается привычный порядок слов, и это считается закономерным.

Специфичны и художественные приёмы поэзии: они характеризуются большим лаконизмом и условностью, чем приёмы прозы. Своеобразны и другие художественные и языковые элементы стиха. При анализе поэтического перевода следует придерживаться тех же методологических основ, что и при анализе прозаического перевода. Однако специфика жанра вносит своеобразие в методику поэтического перевода.

Основной чертой поэтического перевода по сравнению с прозаическим является его относительно свободный характер: строгая композиция и условность поэтической речи в большей мере, чем при переводе прозы, не дают возможность найти прямые соответствия. Если при анализе прозаического перевода можно убедиться, что принцип прямых языковых соответствий не оправдывает себя, то при анализе поэтического перевода мы увидим, что невозможны не только прямые языковые, но и прямые метрические соответствия. Наконец, в ряду специфических особенностей поэтического перевода стоит и проблема передачи системы рифм, являющейся со своей стороны источником многих трудностей при осуществлении поэтического перевода.

Правильное видение художественной действительности подлинника, передача его существенных, характерных элементов – весьма сложная

задача для переводчика. Под существенным в данном случае подразумеваются характерные черты эпохи, национальная и социальная специфика, творческая индивидуальность автора и особенность жанра, единство содержания и формы произведения, соблюдение частей и целого в переводе и – как конечная цель – достижение аналогичного оригиналу художественного впечатления в целом.

Переводчик стихов сталкивается с задачей особой трудности: он должен создать на своём языке произведение, которое носители этого языка восприняли бы как поэтическое. Как отмечал К. Чуковский, «переводчик – это художник, мастер слова, соучастник творческой работы того автора, которого он переводит» (Чуковский 1964, с. 353). Поэтому хороший переводчик не фотографирует подлинник, а творчески воссоздаёт его.

Труд переводчика – вообще нелёгкий и кропотливый труд, но он становится особенно тяжёлым, когда речь идёт о переводе произведений такого своеобразного и самобытного национального поэта, как Федерико Гарсия Лорка.

Подлинную славу и известность не только в Испании, но и во всём мире принёс Лорке поэтический сборник «Цыганский романсеро». Обратившись в этой книге стихов к старинному излюбленному в испанской народной поэзии жанру романса, Федерико Гарсия Лорка создал новый тип романса, обогатив традиционный жанр и новыми темами, и новыми формами. Романсы Лорки – это полные глубокого внутреннего напряжения и динамики лирико-драматические стихотворения о любви и смерти, столкнувшихся в ожесточённой схватке.

«Расшифровка» отдельных образов Лорки сопряжена с немалыми трудностями. Чтобы избежать ошибок, переводчик должен знать многое об Испании, её природе, людях, обычаях, фольклоре и пр. Нельзя адекватно переводить Лорку, не поняв в целом характера его глубоко оригинальной, подлинно испанской, одновременно земной и романтической, печальной и ироничной, склонной к фатализму, но внутренне необычайно свободолюбивой поэзии.

Родина Федерико Гарсия Лорки – Андалусия – была на протяжении веков средоточием многих культурных влияний, неотъемлемой частью вошедших в испанскую национальную культуру: античного, арабского, еврейского, цыганского. Всё соединилось в народном сознании и продолжает жить в народном быте и искусстве. В этом – объяснение исторического калейдоскопа, каким кажется при первом чтении поэзия Лорки, объяснение той естественности, с какой соседствуют в его стихах образы христианской и языческой мифологии, античной трагедии, средневековой мистерии и балаганного фарса.

Всевозможные аллюзии ассоциации, которые призывают ткань стихов Лорки, объяснимы лишь этим чудесным «сплавом» миров, каким сделала Андалусию история. Например, архангел Сан-Мигель – покровитель собора в Гранаде – именуется «эфебом трёхтысячной ночи», владыкой

«криков и минаретов». И это становится понятным и вполне допустимым, если вспомнить, что в андалусских городах, освобождённых Реконкистой от мавров, мечети перестраивались под католические соборы, а колокольни устанавливались на минаретах, откуда раньше доносились крики муэдзинов. Схватка цыган в ущелье естественным образом отождествляется с битвами античности, а два враждующих цыганских клана – с римлянами и карфагенянами. Дерзкий ветер, преследующий цыганочку Презьосу, может казаться то «сатиром из звёзд и туманов», то святым Христофором, неожиданно играющим на колдовской свирели как Пан.

Лорка свободно ориентировался в обширнейших сферах истории культуры, однако в отборе исторического и культурного материала руководствовался живым, современным ему народным сознанием, раскрывающим себя в народном быту и народном творчестве. Поэт обладал поразительным чувством человеческой преемственности, чувством живого, непрерывного единства народной культуры.

Поэзия Федерико Гарсия Лорки представляет собой грандиозную космогонию. Не приняв этого во внимание, можно остановиться на пороге этой поэзии, а её образность может показаться причудливой, эксцентричной, местами тёмной. Взятый в отдельности, троп Лорки часто озадачивает, как слово на чужом языке. Надо проникнуть в законы языка, чтобы каждое слово раскрыло полновесный смысл. Понятие поэтического языка в высшей степени важно при подходе к феномену Лорки.

Лорка велик. А потому ещё долго будут обращаться к нему поэты и переводчики, пытаясь передать немыслимую простоту его испанских слов и выражений, которые как бы сами собой складываются в волшебную гармонию стихотворных строчек. Строчек, порождённых ритмикой калейдоскопического мелькания трудновообразимых лорковских образов, порождающих в свою очередь в наших головах и душах столь же трудно вообразимые и трудновыразимые картины. Широко известны слова Гоголя о том, что перевод должен быть как прозрачное стекло – такое чистое, словно бы его и нет вовсе.

Среди целого ряда переводов «Цыганского романсера» Лорки одним из лучших, на наш взгляд, является перевод, сделанный А. Гелескулом. Его переводы – не переложения с одного языка на другой, не рифмованный рассказ о мыслях и чувствах иноязычного поэта, а словно бы явление этого самого поэта собственной персоной. Ему, как никому другому, удалось передать и музыку лорковских романсов, и их образность, и их неповторимость.

Неологизмы и национальное сознание

Осознание индивидом своей принадлежности к какому-то определенному этносу, неповторимая система представлений индивида о себе как члене определенной нации позволяют говорить о существовании национального сознания, которое является одним из ключевых понятий теории межкультурной коммуникации. Активная часть национального сознания - язык. Язык - явление общественное, глубоко переплетенное с социальной структурой общества. В языке отражаются и среда, в которой общество живет и развивается, и само общество. В процессе коммуникации важную роль играет корректное понимание национально-культурных, специфических особенностей общества, его национальный характер. «Личность, вступающая в коммуникацию с представителем культуры, осуществляющей на другом языке, мыслится как носитель национального сознания, что становится причиной возможного непонимания в процессе межкультурной коммуникации» (Лассан). «...Процесс МКО [межкультурного общения – прим. ред.] происходит в форме общения языковых сознаний, и главная причина непонимания при МКО – не в различии языков, а в различии национальных сознаний коммуникантов...» (Привалова 2005, с. 21).

На современном этапе развития языка большой интерес для лингвистики представляет изучение различных проблем словарного состава. Особый интерес вызывает проблема его пополнения новыми словами, а также способы их образования и причины появления новых слов.

В конце XX – начале XXI вв. складывается такая система массовой коммуникации, которая позволяет распространять информацию на практически неограниченную аудиторию, поэтому средства массовой информации становятся реальной силой, оказывающей значительное влияние на жизнь общества. СМИ влияют на сохранение единства общества и на формирование общественного мнения; на сознание людей и на систему духовных ценностей; на национальную культуру и на речевую практику социума, тем самым, развивая язык. Кроме того, посредством СМИ можно осуществлять коммуникацию как внутри определенного социума, так и за его пределами, т.е. между различными народами, нациями, на различных языках в обычном и синхронном режиме. Именно поэтому считается необходимым при переводе художественных текстов, официальных документов учитывать специфику национального сознания носителей языка.

Особенно часто трудности возникают при переводе неологизмов, так как последние нередко являются настолько специфической культурной, лингвострановедческой или традиционной реалией, что либо невозможно

сохранить оригинальный смысл, либо приходится перефразировать и подгонять перевод под рамки национального сознания переводчика.

Например, японская коммуникативная категория «*sabi*» «уединённое молчание на природе, сопровождаемое слушанием какого-либо одного звука» (Стернин 2002, с. 87-94) или «*Cadillac*» v. «*slang. Relaxing, syn. Chilling*»; 411 n. «*information or informative details, usually about a planned event or activity. Also 4-1-1*» [One usually dials 4-1-1 on the telephone to reach an operator in order to inquire about some piece of information one is searching for.]; «*Macintrash*» n. «*a Macintosh computer, derogatory reference [blend of Macintosh and trash]*».

В неологизмах отражаются следующие особенности национальной культуры:

- географическое положение, особенности климата, флоры, фауны (например, BFE=Beyond F***ing Egypt «very far away»).

- уклад жизни, традиции, обычай (например, «*Garden Burger*» n. «*a hamburger made with a non-meat, vegetarian patty instead of beef. Also gardenburger*»; «*japanimation*» n. «*a type of cartoon or animation originating in Japan carrying robotic and futuristic themes*». [Also refers to the style of animation. The characters have a distinctive type of appearance, usually incorporating a lock of hair hanging in front of an eye, and nudity. Also known as anime. Blend of Japan and animation]; «*late plate*» n. «*dinner/meal eaten after the regular (family-style) dinner is served*»).

- культурные реалии («*Benedict*» n. «*a newly married man who has long been a bachelor*» [based on the Shakespearean character from *Much Ado About Nothing*])

- эпонимы, являющиеся наибольшей трудностью для переводчиков (например, известные *Sandwich*, *Derby*, *Hooligan*, *Whatman*, которые уже вошли в повседневную жизнь и не воспринимаются носителями в качестве новых слов – неологизмов. Или не так широко известные – «*Get Funged*» «*epithet for when someone bungles an important task*» [in honor of criminalist Dennis Fung]; «*Jordan-esque*» adj. «*reminiscent of Michael Jordan*» [The -esque ending means 'like', as found on words like *Romanesque* and *statuesque*.])

- отношения между членами социума одной национальности («*Meanderthal*» n. «*an annoying individual moving slowly and aimlessly in front of another individual who is in a bit of a hurry*» [Blend formed from *meander* and *neanderthal*]; «*postal*» adj. «*extremely hostile*» [From the observation of postal workers going insane and killing fellow co-workers. Found most often in expressions go postal and get postal]).

- история общества, налагающая определенный отпечаток на национальный характер и сознание (например, «*Noah's Arking*» v. pres. part. «*the state of wearing pants in which the length is hilariously short (in other words, it is more than a couple of inches above the ankle.)*» [Metonymic coinage. *Noah's Ark* refers to the great biblical flood, when the world was covered by

"high water". "Noah's Arking" has replaced the earlier term flooding. A related term for the too-short pants themselves was high water pants.]; «potus / vpotus / flotus» n. «President of the United States, Bill Clinton; Vice President of the United States, Al Gore; and First Lady of the United States, Hillary Clinton, respectively» [acronyms]; «Swooshtika» n. «derogatory reference to the distinctive logo of the Nike Corporation. Alludes to the powerful hegemony of Nike in the world of sportswear and marketing, the blind logo-worship of unthinking masses of people, and Nike's treatment of its third world workers like slave labor; implicit comparison with Nazi party and their swastika» [blend of swoosh + -tika, from 'swastika']).

- род занятий коммуникантов (например, Mcjob n. «a job in a service related field with low pay, low prestige and little opportunity - for advancement» [analogous word formed from prefix Mc- and job]; «Mallrats» n. «collective term used for pre-teens and teenagers for whom it is commonplace to spend large amount of time socializing and wandering through urban shopping malls» [compound formed from roots mall and rat]).

- темперамент нации, специфические черты индивидов данного этноса (например, «Funknetics» n. «a very energetic form of step aerobics that mixes exercise and soul music» [Blend of funk and kinetics (motion)]; «Loc» n. «slang. gangster, as in a member of street gang» [Derived from the Spanish word loco meaning "crazy"]; «Pluggers» n. «individuals leading a very nondescript and mediocre life who nonetheless always put forth their best effort and make do with the lot life has given out» [noun formed from verb plug]).

Все эти особенности представляют большую трудность при переводе, и перевод национально-культурных неологизмов требует разработки специальных методов и приемов.

Лассан Э. О соотношении сознания и национального сознания в психической структуре личности / www.ling.x-artstudio.de/st17.html.

Привалова И. В. Интеркультура и вербальный знак (Лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации): монография. - М.: Гнозис, 2005. – 472 с.

Стернин И. А. О национальном коммуникативном сознании / Лингвистический вестник. – Вып. 4. / www.philology.ru/linguistics1/sternin-02.htm.

Г.В. Салимьянова

Коммуникативное поведение в ситуации гостеприимства в английской, русской и башкирской лингвокультурах

На фоне ускоряющегося процесса глобализации не только в сфере экономики и политики, но и в области культуры, интерес к национальным особенностям коммуникативного процесса, традиционным этническим ценностям, многовековому духовно-нравственному опыту этносов представляется весьма закономерным. Данная работа посвящена

исследованию специфики коммуникативного поведения английского, русского и башкирского этносов в ситуации гостеприимного общения. Такая цель требует определения особенностей реализации коммуникативных стратегий в ситуации гостеприимства, а также лингвистических способов их реализации.

Теоретические проблемы описания коммуникативного поведения представлены в работах И.А. Стернина (Стернин 1996), Ю.Е. Прохорова (Прохоров, Стернин 2007), Р.А. Газизова (Газизов 2009). Коммуникативное поведение - это поведение (вербальное и невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума (Прохоров, Стернин 2007, с. 42).

Одной из главенствующих черт английского национального сознания следует признать желание обособиться, уединиться. Индивидуализм англичан выражается в их коммуникативном поведении, в частности, в ситуации гостеприимства. Развитие капиталистических отношений привело к формированию такой черты характера англичан, как pragmatism, что также нашло отражение в английских традициях гостеприимства.

В английской лингвокультуре недопустимы коммуникативные формы прямого воздействия на партнера. Вследствие этого, гостеприимное общение, в частности, приглашение у англичан делается в максимально косвенной форме, чтобы не допустить коммуникативного давления на собеседника, предоставить ему право выбора. В английском языке неимпозитивность в приглашении выражается в форме вопросительных конструкций (*Do you want to come*), придаточных условия (*Just wondering if you'd like to come over on Saturday*), а также глаголом «*invite*» в форме сослагательного наклонения или в пассивном залоге (*I'd like to invite you / You are invited*).

Но, в английской коммуникации такие приглашения, как *Let's go down somewhere at the week-end / You should come to lunch one day*, могут представлять собой и чисто этикетные формулы, выражающие расположность к собеседнику, являющиеся демонстрацией вежливости, но никак не приглашение (Стернин, Ларина 2003, с. 62).

Как указывают авторы (там же, с. 98), у англичан не принято садиться сразу за стол. Сначала гостю обычно предлагаются разнообразные напитки и легкая закуска к ним. Гости знакомятся, беседуют на известные всем темы (о погоде, последнем футбольном матче, общих знакомых). Важным компонентом английского коммуникативного поведения является так называемое фатическое общение, *small talk*, общение ради общения, направленное на установление и поддержание социальных отношений (Азнабаева 1992, с. 89).

После беседы хозяин приглашает гостей к столу. Угощение, как правило, не столь разнообразное, что зависит не от достатка семьи, а скорее от традиции и рационального подхода к приему гостей.

К основным нравственным ценностям русского этноса могут быть отнесены, к примеру, такие, как соборность, доброта и всепрощение, скромность, второстепенность материального, гостеприимство, любовь к большому пространству и дикой природе и др. (Прохоров, Стернин 2007, с. 36). Для русского речевого поведения важно самовыражение говорящего, несмотря на то, что это может вести к «потере лица» собеседника. Приглашая друг друга в гости, они не сомневаются в том, что приглашение будет с радостью принято. Для реализации речевого акта *приглашение* русскоговорящие коммуниканты обычно употребляют императивные высказывания, направленные на адресата (*Приходи ко мне*), а также императивные высказывания со значением совместного действия (*Давай зайдем ко мне*). Используются и средства усиления воздействия (*Обязательно приходи, Ты должен прийти*) (Стернин, Ларина 2003, с. 77). Оказание воздействия на собеседника не является нарушением коммуникативных норм. Такие русские выражения, как *Заходи, гостем будешь!, Чем богаты, тем и рады!, Милости прошу к нашему столу!*, свидетельствуют об особой доброжелательности, радущий русского человека (Газизов 2009, с. 415).

Русские коммуниканты как представители коллективистской культуры являются большими любителями общения и застолья. Гостеприимство всегда было характерной чертой русского человека. Оценивалось оно, прежде всего, хлебосольством: гостя в старину полагалось напоить и накормить досыта. Вместе с тем в гостях главное — общение, именно для душевного общения русские приглашают в гости и ходят в гости (Прохоров, Стернин 2007, с. 107). Тематика застольных бесед разнообразна и практически ничем не ограничивается.

У башкир испокон веков приезд гостей в дом был явлением особым, праздничным, приятным. Зарождение гостеприимства как своеобразной формы социального сотрудничества было обусловлено тем, что башкиры вели полукочевой образ жизни. Развитая система гостеприимства в башкирском обществе была одним из способов повышения авторитета хозяина (Янгузин, Хисамитдина 2007, с. 337). Каждый участник застолья считал своим долгом помнить оказанное ему уважение и впоследствии оказывать всяческую поддержку хозяину. В представлениях башкир, ведущих довольно обособленный образ жизни (обычно в сельской местности), приход гостя всегда ассоциировался со счастьем и оживлением, так как он рассказывал свежие новости, делился своими впечатлениями.

В старину в башкирском обществе была развита традиция взаимной помощи и родовой солидарности. После коллективных, трудоемких работ у башкир, по правилам хорошего тона, было принято звать соседей в гости. Ниже следует отрывок из диалога старой женщины и девушки, который наглядно показывает, как происходит этап приглашения у башкир: - *Ярай, кызыл, һин бит эле генә кайтканын – кунакнын. Кунакты, белән, беззә*

эшке күшмайзар, - тине. - Син бына кискэ безгэ кил. (Биишева 1977, с. 96). (- Ты только вернулась, пока еще гостья. А гостей у нас, сама знаешь, в работу не впрягают. Приходи к нам вечерком.)

Само приглашение выражено в форме императива. Однако, благодаря наличию указательной частицы «бына», категоричность императивного высказывания смягчается, предоставляя адресату возможность выбора: принять или отклонить приглашение.

Каждая семья старается, как бы бедно она ни жила, по мере сил и возможностей, хорошо, со вкусом накрыть стол, обильно угостить гостей различными блюдами. До прихода гостей, положено тщательно убрать помещение, хорошо и чисто одеться – во всем этом принимают участие и дети, выполняя посильную работу. Что касается застольных бесед, то здесь, по крайней мере, на современном этапе, их тематика ничем не ограничивается.

Таким образом, концепция гостеприимства имеет различное наполнение для носителей английской, русской и башкирской культур. В русском языковом сознании она определяется «широтой русской души», в английском – сдержанностью, следованием этикету, в башкирском – особенностями полукочевого образа жизни. Такая специфика менталитета, как индивидуалистическое мировоззрение для англичан и коллективистское мировоззрение для русских и башкир, также объясняет особенности развития института гостеприимства в исследуемых культурах. При оформлении речевого акта *приглашение* английские коммуниканты преимущественно используют косвенные формы, в то время как русские выражают свои намерения прямо, с использованием императивов, а также модальных слов и этикетных формул. У башкир *приглашение*, хотя и выражается императивно, часто имеет модификаторы, смягчающие импозицию.

Таким образом, коммуникативная и речевая сторона развертывания ситуации гостеприимства в каждой из исследуемых лингвокультур имеет национальную специфику, обусловленную индивидуалистическим и коллективистским началами, а также особенностями традиционного образа жизни.

Азнабаева Л.А. Коммуникативно-прагматические функции фатических высказываний. - Филологические науки. - М., 1992, № 5-6. - С. 88-95.

Биишева З. Емеш. - Өфө: Башкортостан китап нэшриэте, 1977. - 560 бит.

Газизов Р.А. Русское коммуникативное поведение в сравнении с немецким в свете теории сохранения лица // Вестник Башкирск. ун-та. 2009, т. 14, № 2. - С. 414-417.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. - М.: Флинта - Наука, 2007. - 328 с.

Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. - Воронеж: Истоки, 2003. - 186 с.

Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. - М.: РАН, Институт языкоznания, 1996. - С. 97-112.

Янгузин Р. З., Хисамитдинова Ф. Г. Коренные народы России. Башкиры. - Уфа: Китап, 2007. - 352 с.

Е.А. Скаврон

Алгоритм построения убедительного текста¹¹

Анализ имеющейся литературы по теоретическим проблемам речевого воздействия позволяет выделить определенный набор приемов повышения убедительности текста в речевом воздействии, которые могут быть названы методами соблюдения принципа убедительности.

Наиболее эффективные из этих приемов таковы.

1. Ссылка на общие элементы культурного поля.

1. 1. Ссылка на авторитет:

- а) персонифицированная ссылка;
- б) обезличенная ссылка;
- в) ссылка на прецедентный текст национальной культуры.

1. 2. Историко-эпическая ссылка.

1. 3. Эмоционально-ностальгическая ссылка.

1. 4. Статистическая ссылка.

2. Дезориентация собеседника.

1. 1. Использование парадокса при аргументации.

1. 2. Смена начальной предпосылки собеседника.

1. 3. Уход от стереотипной реакции (сталкинг).

3. Актуализация личностных аспектов коммуникантов.

1. 1. Акцентирование искренности высказывания.

1. 2. Отображение коммуникативного стиля собеседника.

1. 3. Авансирование.

1. 4. Демонстрация одобрения.

4. Использование иносказания.

Для формирования убедительного текста необходимо также учесть типы возможных коммуникативных барьеров. Коммуникативные барьеры могут быть подразделены на несколько типов.

Культурно-социальные барьеры

В данной группе коммуникативных барьеров начальные позиции коммуникантов значительно отличаются друг от друга по следующим аспектам: этническим, образовательным, религиозным, возрастным, гендерным, имущественным.

¹¹ Исследование выполнено при поддержке НИЧ 10075, проект «Русское обыденное языковое сознание (экспериментальное исследование) на 2010-2012 г. Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России», государственный контракт 16.740.11.0118 от 02 сентября 2010 г.

Для преодоления барьеров данного типа, как показывают исследования, будут наиболее эффективны методы убедительности, направленные на сближение коммуникативных позиций путем смещения позиции говорящего в направлении позиции слушателя: историко-эпическая ссылка, ссылка на авторитет, значимые для культурно-социальной среды слушателя, смещение к привычному коммуникативному стилю слушателя.

Психологические и ролевые барьеры

Это барьеры, связанные с личностными психологическими особенностями коммуникантов, порождающими изначальную негативную установку к личности собеседника или к содержанию обсуждаемой темы. Этими особенностями могут являться травмирующие аффективные образования, комплексы, невротические защиты или неуместные ролевые позиции.

Эффективно применение следующих методов убеждения: эмоционально-ностальгическая ссылка, метод одобрения.

Целевые барьеры

Наличие этих барьеров порождается отсутствием у слушателя интереса и осознания актуальности для себя затрагиваемой в коммуникации темы, а как следствие, происходит несовпадение целей коммуникантов в процессе общения. Методы убедительности в данной группе направлены на формирование для слушателя заинтересованности и актуальности по затронутой теме и возникновения у него новой целевой направленности.

К наиболее эффективным методам преодоления барьеров этого типа относятся: историко-эпическая ссылка или ссылка на авторитет, авансирование, которые подталкивают слушателя к внутреннему принятию новых целей.

Когнитивные

Трудности установления успешной коммуникации связаны в этом случае с особенностями абстрактно-логического мышления адресата. К таким особенностям относятся: способность и привычка слушателя к восприятию сложной информации, различия в содержании понятийного поля коммуникантов, различия на уровне синтаксиса (способа сцепления понятий в единое суждение) коммуникантов.

Кроме того, у каждого человека выработаны привычные стереотипы мышления, когда мысль идет по заранее существующему руслу и новая информация или новый подход не осознается (псевдо-мышление).

Применение методов убедительности в данной группе направленно на обеспечение понимания как такового. Преодоление этого барьера является одной из самых сложных задач. Понять что-то по-настоящему новое означает оказаться на пределе своих мыслительных способностей. Кроме того, можно лишь создать условия, способствующие началу мышления, а скачок от состояния «не понимаю» в состояние «понято» каждый осуществляет в полном одиночестве.

Для преодоления данного коммуникативного барьера возможно применение следующих методов: иносказание – абстрактный смысл послания связывается с формой знакомой и доступной слушателю, что приводит при обратном переносе к пониманию первичной темы послания; парадокс – нарушает привычные стереотипы мышления, может способствовать формированию и освоению новых элементов понятийного поля.

С позиции субъективного отношения слушателя к содержанию воспринимаемого текста можно охарактеризовать типы коммуникативных барьеров следующим образом: культурно-социальный барьер - «не могу и не хочу»; психо-ролевые и целевые барьеры – «не хочу»; когнитивный барьер – «не могу».

Для практического построения эффективного текста целесообразно составить пошаговую схему применения методов убедительности и преодоления коммуникативных барьеров в проблемной коммуникации.

Шаг первый

Устанавливаем тип первичного коммуникативного барьера. В своем анализе опираемся на иерархию барьеров коммуникации, последовательно двигаясь от культурно-социального типа к когнитивному. В содержании текста собеседника присутствуют типичные признаки, помогающие диагностике типа первичного барьера.

Для *культурно-социального* барьера: подчеркивание в разговоре собеседником его этнической, религиозной, социальной принадлежности; выраженное противопоставление «мы и они»; обозначение высокой степени значимости своей групповой принадлежности; нарочитое использование специфической (профессиональной, социальной и т.д.) лексики; частые ссылки на свои культурные прецеденты.

Для *психо-ролевого* и *целевого* барьера: текст содержит указания на нежелание, отрицание, боязнь относительно темы беседы. Часто используются следующие обороты речи: *Ко мне это не имеет никого отношения. Это все не для меня. Я все понимаю, но.... Боюсь, что.... Вы все видите не так. Ты переворачиваешь мои слова. Я ему только добра желаю, а он.... Я никогда это не сделаю. Наверное, это все правильно, но все-таки....*

Для *когнитивного* барьера: неспособность собеседника отвечать на вопросы по обсуждаемой теме; долгие паузы, реплики невпопад; частые просьбы замедлить темп речи или повторить ещё раз; быстрая потеря интереса и утомляемость; появление раздражения и желание сменить тему беседы; наличие следующих выражений: *Я не понял ни одного слова. Говори медленнее, что ты тараторишь. Еще раз и помедленнее. Я все равно ничего не понял, давай лучше.... Ну, ты и нагромоздил. Я не знаю, что в этом вопросе еще можно обсуждать.*

Шаг второй

Формируем эффективную для данной коммуникации дискурсивную стратегию. В выборе применяемых методов убедительности отдаём предпочтение тому методу, который наиболее учитывает особенности конкретной коммуникации. Например, в беседе с ребёнком, затруднённой первичным когнитивным барьером, лучше использовать метод иносказания, а не парадокса т. к. стереотипы мышления в детском возрасте ещё не слишком жёсткие, а проблемы понимания скорее связаны с содержанием понятийного поля слушателя.

Успешность выбранной дискурсивной стратегии на этом этапе определяется двумя аспектами. Во-первых, это соблюдение установленных в речевом воздействии законов коммуникации. Во-вторых, большую значимость имеют личные способности говорящего: его образовательный уровень, способность пользоваться различными коммуникативными стилями, накопленные навыки в практике речевого воздействия, свободное владение всей совокупностью методов убедительности.

Шаг третий

Убеждаемся в успешности достижения коммуникативных целей беседы.

Причиной коммуникативной неудачи может быть:

1) ошибка в установлении первичного коммуникативного барьера. С целью исключения этой причины ещё раз проводим углублённый анализ первичного коммуникативного барьера, убеждаясь в правильности своих выводов;

2) вторичный коммуникативный барьер не снят автоматически, а стал выступать как самостоятельный. В этом случае обозначаем его как новый первичный барьер и повторяем весь алгоритм применительно к этому новому барьерному типу.

Следует отметить, что предложенный алгоритм выбора методов убедительности формализует поиск решений для установления эффективного общения и тем самым укоряет этот процесс и повышает вероятность успеха.

Е.С. Федюнина

Типология агрессивных речевых актов

Теория речевых актов берет свое начало в идеях, зародившихся в 1930-х гг. и позже изложенная английским логиком Дж. Остином в нескольких лекциях, прочитанных в 1955 году в Гарвардском университете (США) и опубликованных семь лет спустя под названием «How To Do Things With Words» (Остин 1986).

Дальнейшее развитие теория речевых актов получила в монографии «Speech Acts Дж. Серля» (Searle 1969) и ряде статей (Серль 1986; Серль, Вандервекен 1986). Позже появились многочисленные работы американских, европейских и отечественных учёных (Сусов 1980;

Вежбицкая 1985; Романов 1988; Богданов 1990; Wunderlich 1976; Sadock 1974; Cole 1978; Searle 1986 и др.).

В целом, речевой акт рассматривается как процесс, состоящий в произнесении говорящим предложения в ситуации непосредственного общения со слушающим. Таким образом, существенным является положение теории речевых актов о том, что в речи посредством высказываний реализуются разнообразные коммуникативные задачи: похвалить, поблагодарить, попросить и др. Модель речевого акта включает в себя следующие компоненты: говорящий, слушающий, высказывание, обстоятельства, цель и результат речевого акта.

Выделяются следующие типы речевых актов: локутивный (акт говорения вообще, имеющий отношение скорее к дикции и произношению), иллокутивный (речевое высказывание, содержащее определенное намерение говорящего) и перлокутивный (воздействие, которое высказывание говорящего оказывает на адресата).

Иллокутивный акт – центральное понятие прагмалингвистической теории; он соотносится с коммуникативным намерением или интенцией, совмещая целеполагание с выражением пропозиционального содержания высказывания. Сущность иллокутивного акта отражается в речевом акте как его иллокутивная сила или функция. Индикаторы иллокутивной силы указывают на то, как именно должна пониматься пропозиция в высказывании, с какой иллокутивной силой. Дж. Серль в английском языке к ним относит ударение, интонацию, наклонение глагола, порядок слов и перформативные глаголы (Searle 1969, с.30).

В лингвистической литературе предложены различные критерии измерения иллокутивных актов, существуют разного рода классификации.

Первая классификация речевых актов (из 5 общих классов иллокутивных актов в соответствии с иллокутивной силой входящих в них высказываний: вердиктивы, экзерситивы, комиссивы, бехабитивы, экспозитивы) была представлена Дж. Остином (Остин 1986, с. 119). Дж. Серль, используя иллокутивно-перформативный критерий, на основе ряда параметров выделяет: репрезентативы, директивы, комиссивы, декларации, экспрессивы (Серль 1986).

В системе Г.Г. Почепцова (1986) речевые акты или иллокутивные типы высказываний называются прагматическими типами предложений. Ученый замечает, что целесообразно терминологически различать предложение как единицу системы языка и предложение как компонент акта речевого общения. За первым можно было бы сохранить название предложения, второе называть высказыванием. Он рассматривает следующие прагматические типы предложений: констативы – утверждения, промиссивы и менасивы (обещания и угрозы), перформативы, директивы, квеститивы.

А.А. Романов дает детальную классификацию речевых актов, которая включает 14 типов действий: инъюктивы (приказы, требования, команды);

реквестивы (просьбы, мольбы, заключения); инструктивы (рекомендации, разрешения, запреты); суггестивы (советы, предложения); инвитивы (приглашения); экспозитивы (возражения, протесты, угрозы); пермисивы (согласия); сатисфактивы (упрек, сожаление, обвинение, жалоба, хвастовство); регламентивы (поздравления, благодарность); констатации (утверждения); аргументивы (доводы); дескриптивы (описания); нарративы (повествования) (Романов 1988, с. 55).

Классификация А. Вежбицкой содержит восемь иллокутивов: сообщения, просьбы / приказы, вопросы / запреты / позволения, требования / возражения, предостережения / угрозы, советы / наставления, действия, обозначаемые глаголами этикетного поведения, экспозитивы (Вежбицкая 1985, с. 251-273).

Рассмотренные классификации речевых актов не дают представления о речевых актах, используемых в агрессивной коммуникации, которую мы понимаем как общение в конфликтной ситуации, сопровождающееся вербальной агрессией, обусловленной установкой говорящего на причинение коммуникативного вреда адресату. Ю.В. Щербинина определяет речевую агрессию в самом общем виде как обидное общение, словесное выражение негативных эмоций, чувств или намерений в оскорбительной, грубой, неприемлемой в данной речевой ситуации форме. Агрессивность высказывания определяется только контекстом речевой ситуации, реальными условиями общения (Щербинина 2004, с. 9-14).

К основным агрессивным речевым актам необходимо отнести следующие: оскорбление, угроза, насмешка, грубое требование, враждебное замечание и обвинение.

Рассмотрим агрессивные речевые акты подробнее, одновременно подчеркнув, что данные речевые акты выражаются как прямо (эксплицитно), так и косвенно (имплицитно).

Г.В. Кусов определяет оскорбление как такой иллокутивный акт, при котором, вследствие речевой агрессии, происходит понижение социального статуса адресата путем использования приемов коммуникативного давления, и при помощи которого достигается доминирующее положение говорящего (Кусов 2004, с. 8-10).

В тоже время Ю.В. Щербинина определяет оскорбление как «любое слово или выражение, содержащее обидную характеристику адресата», а также подчеркивает, что «оскорбление реализует чаще всего явную и сильно выраженную вербальную агрессию, поскольку практически всегда оно воспринимается адресатом как однозначно негативное, обидное, унизительное, неприемлемое высказывание» (Щербинина 2008, с. 156).

К.И. Бринев описал речевой акт оскорбления, в структуре которого существуют два обязательных участника (инвектор и инвектум) и один факультативный участник (наблюдатель). Иллокутивная цель высказывания состоит в попытке инвектора причинить ущерб инвектуму

в области психики. Данный речевой акт может быть контактный и дистантный. При дистантном инвективном акте необходим третий участник, который и является каналом передачи информации об оскорблении лица. Для успешности инвективного акта необходимо следующее условие - знание инвектора, что его высказывание способно причинить моральный вред (Бринев 2010).

Естественно, что оскорбить адресата можно негативной оценкой значимых для него ценностей, в числе которых перечислим отдельные черты личности (внешность, характер), вкусы адресата или принадлежащие ему предметы.

С точек зрения различных классификаций, речевой акт оскорблений можно отнести к вердиктивам (говорящий указывает свою оценку адресата) и репрезентативам (говорящий представляет реальное отношение к адресату (возможно, отношение к адресату в определенный отрезок времени)).

Перейдем к речевому акту угрозы, который также не раз становился объектом исследования. Так, Стексова Т.И. определяет угрозу как «высказывание, содержащее сообщение о негативных последствиях для адресата в случае каких-либо действий угрожающего, которые будут предприняты, если адресат не совершил или, наоборот, совершил какое-либо действие» (Стексова 1997, с. 7).

Т.Н. Шелингер отмечает следующие прагматические составляющие речевого акта угрозы: слушающий не заинтересован в осуществлении действия; знание говорящего о заинтересованности слушающего; способность говорящего совершить действие, названное в угрозе; говорящий заинтересован в определенном поведении слушающего; намерение говорящего совершить действие, названное в угрозе (Шелингер 1986).

Д.О. Жучков пишет, о том, что речевой акт угрозы – «самостоятельный речевой акт со своими признаками и условиями успешности», среди которых автор выделяет: принятие говорящим на себя обязательства совершить предицируемое действие, направленность предицируемого действия на будущее; наличие потенциального ущерба/вреда от совершения предицируемого действия для адресата, гарантом, которого является говорящий (Жучков 2010, с. 8). Исследователь классифицирует потенциальные негативные для адресата последствия: угроза жизни адресата, физический ущерб, моральный ущерб, «смешанный ущерб» (комбинирование физического и морального ущерба). Особенностями речевого акта угрозы исследователь называет невозможность его перформативного оформления, отсутствие специализированных языковых средств выражения (Жучков 2010).

Д.О. Жучков однозначно относит речевой акт угрозы к комиссивам, благодаря наложению говорящим на себя обязательств по выполнению угрозы (Жучков 2010), несмотря на то, что другие лингвисты относят его

то к директивам (Шелингер 1986; Вежбицкая 1985), то менасивам (Почепцов 1986; Мартынова 2006), то экспозитивам (Романов 1988). Широкий спектр языковых средств, выражающих угрозу, позволяет назвать этот речевой акт многосложным и оставляет значительное поле для исследования.

В «Современном толковом словаре русского языка» требование определяется как «настоятельная просьба, желание, выраженное в категорической форме» (СТСРЯ 2007, с. 841). Агрессивным речевым актом требование может стать при наличии определения «грубое».

Ю.В. Щербинина выделила дифференциальные признаки, которые формируют агрессивное грубое требование: 1) особо неприемлемая, обидная для адресата форма требования; 2) агрессивная интонация: повышенный, грубый, резкий тон высказывания; 3) отсутствие у говорящего необходимой степени власти над адресатом; 4) несоответствующий содержанию требованиям возраст говорящего (говорящий младше адресата или равен ему по возрасту); 5) демонстрация говорящим враждебного отношения к адресату; 6) при помощи предшествующих высказываний и невербальных средств (поза, жесты, мимика) (Щербинина 2008, с. 170).

Грубое требование мы отнесем к директивам, инъюктикам, императивам (говорящий инициализирует действия адресата) и экспрессивам (говорящий выражает негативное отношение к адресату).

К специфическим средствам выражения грубого требования относят просторечные (сленговые) глаголы в повелительном наклонении, усиленные грубо-фамильярными частицами в качестве обращений к адресату, и эллиптической формой побуждения (Щербинина 2008, с. 169-171).

Замечание толкуется как «краткое суждение, высказывание по поводу чего-либо» (СТСРЯ 2007, с. 208) и само по себе не является проявлением верbalной агрессии. С определением «враждебное» замечание становится агрессивным речевым актом.

Враждебное замечание, выделенное А. Бассом в качестве формы проявления вербальной агрессии, выражает негативную позицию по отношению к окружающим, реакцию отвержения. Основная цель враждебного замечания – изменение самочувствия адресата путем высказывания негативных суждений, прежде всего о личности в целом, а также о его поступках, качествах и прочих манифестациях (Щербинина 2008, с. 163).

Средства выражения враждебного замечания варьируются от степени интенсивности, оно может приобретать формы «злопожеланий» и проклятий. В практике реального речевого общения враждебное замечание чаще всего используется наряду с другими агрессивными речевыми актами (Щербинина 2008, с. 164).

Возможным представляется отнесение враждебного замечания к констативам и экспрессивам.

Интенсивное выражение неодобрения и осуждения говорящим в равной степени может относиться к порицанию, упреку, обвинению. Необходимо подчеркнуть, что не каждое осуждающее высказывание является агрессивным. Думается, что более агрессивным речевым актом в повседневном общении следует считать обвинение.

Содержание обвинения, как правило, есть экспрессивно высказанная говорящим информация о негативной оценке действия, совершенного адресатом верbalльной агрессии.

Агрессивный речевой акт предъявления вины может быть выражен как в утвердительной, так и вопросительной или восклицательной форме. Отличительной чертой данного речевого действия является употребление оценочных глаголов, усиливательных частиц «же», «ведь», а также использование сниженной (просторечной и/или сленговой) лексики (Щербинина 2008, с. 174-177).

Заметим, что речевой акт обвинения, функционирующий в сфере правовых отношений, не является предметом нашего рассмотрения.

Согласно Ю.В. Щербининой, насмешка – обидная шутка, язвительное замечание, продиктованное стремлением говорящего сказать собеседнику неприятное, подвергнуть осмеянию. Рассматривая насмешку в качестве оценочного речевого жанра, автор подчеркивает ее отличие от оскорбления в искусности речевого воплощения и особой словесной изощренности (Щербинина 2008, с. 179).

Инвективная направленность речевого акта насмешки очевидна, поэтому нельзя не согласиться с И.А. Шароновым в том, что насмешка обладает большой степенью воздействия и агрессивна в своей основе: З. Фрейд расценивал осмеяние, насмешки как символическое уничтожение врага (Шаронов 2004, с. 43)

Основными способами выражения вербальной агрессии в насмешке являются ирония и сарказм. Последний представляет собой более агрессивный способ, так как ирония рассматривается как скрытая агрессия. (Щербинина 2008, с. 179-180).

Объектами насмешек могут быть свойства личности адресата (включая имя, возраст, внешность, черты характера), поведение адресата в конкретной жизненной ситуации, предшествующие насмешке высказывания адресата, результаты какой-либо деятельности адресата вербальной агрессии.

Поскольку целевой установкой насмешки является понижение статуса адресата, то отнесение ее к какому-либо одному типу речевых актов представляется сложным.

Подводя итог, следует сказать, что сущность коммуникативного намерения агрессивных речевых актов (оскорбление, угроза, насмешка, грубое требование, враждебное замечание и обвинение) состоит в

понижении статуса адресата, выражении негативного отношения к адресату, в отрицательной оценке адресата и причинении ему морального / психологического вреда / ущерба.

Богданов В.В. Речевое общение. Прагматические и семантические аспекты. - Л.: Изд-во Ленинград.ун-та, 1990. - 87 с.

Бринев К.И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза: автореф. дис. докт. филол. наук. - Кемерово, 2010 / http://dibase.ru/article/29032010_brinevki/2.

Вежбицкая А. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. - М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. - С. 251-274.

Кусов Г.В. Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт: автореф. дисс. кан. филол. наук. - Волгоград, 2004. - 17 с.

Мартынова И.А. Функционально-прагматическое поле менасивных речевых актов (на материале современной англоязычной художественной литературы): автореф. дис.. кан. филол. наук.- Самара, 2006. -18с.

Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.17. Теория речевых актов. - М.: Прогресс, 1986. - С. 22-129.

Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике.- Пятигорск: Изд-во ПГПИИЯ, 1986. - С. 10-17.

Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. - М.: ИЯ АН СССР, 1988. - 183 с.

Серль Дж., Вандервекен Д. Основные понятия исчисления речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 18. Логический анализ естественного языка. - М.: Прогресс, 1986. - С. 242-263.

Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. - М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. - С. 151-169.

Современный толковый словарь русского языка / Гл. ред. А. Кузнецов. – Спб.: Норинт, 2007. - 960 с.

Стексова Т.И. Угроза как речевой жанр // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – С.6-7.

Сусов И.П. Семантика и прагматика предложения. - Калинин: Калининс. гос. ун-т, 1980. - 51 с.

Шелингер Т.Н. Нетрадиционно выделяемые коммуникативные единицы современного английского языка: автореф. дис. канд. филол. наук. - Л.: ВАС, 1986. - 16 с.

Шаронов И.А. Приемы речевой агрессии: насмешка и ирония // Агрессия в языке и речи. – М.: РГГУ, 2004. – С. 38-52

Щербинина Ю.В. Русский язык: Речевая агрессия и пути ее преодоления. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 224 с.

Щербинина Ю.В. Вербальная агрессия. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 360 с.

Austin J. L. How to Do Things with Words. - Cambridge (Mass.): Harvard univ. press, 1962. IX. - 167 р.

Cole P. (ed.) Syntax and Semantics. Vol. 9: Pragmatics.- New York, 1978. - P. 41-58.

Sadock J.M. Towards a linguistic theory of speech acts.- New York. Academic Press, 1974. -168 р.

Searle J.R. Speech acts: An essay in the philosophy of language.- London, New York: Cambridge univ. press, 1969. VI. - 203 p.

Wunderlich D. Methodological remarks on speech act theory // Speech Act Theory and Pragmatics.- Boston: D. Reidel, 1980. - P. 291-312.

Особенности использования коммуникативных стратегий младшими школьниками

Российское образование ставит перед собой цели и задачи, для решения которых необходим новый подход к содержанию образования. Современные дети живут в сложном и неоднозначном мире, в информационном обществе, для успешного существования в котором необходимо владеть навыками эффективной коммуникации.

Как показывает практика, дети недостаточно владеют основными знаниями в области общения, они не знают, как и что надо говорить в той или иной ситуации (Лемяскина 2002, с. 68-72).

Чтобы преодолеть эти трудности, учителю необходимо научить детей эффективно общаться, применяя эффективные коммуникативные стратегии уже на первом этапе обучения.

Появление понятия «коммуникативные стратегии» было связано с общественной потребностью в получении знаний о закономерностях человеческого общения, учитывающей в максимальной степени весь феномен жизни людей со всеми его психическими, социальными и этнокультурными характеристиками. Взаимодействие гуманитарных дисциплин привело к исследованиям общих и частных проблем коммуникации, одной из которых является коммуникативная стратегия.

Существуют разные определения рассматриваемого понятия. Так, О.С. Иссерс понимает под коммуникативной (речевой) стратегией комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. Автором предлагается типология основных и второстепенных целей (Иссерс 2002). Основными целями являются: 1) стремление быть эффективным; 2) необходимость приспособиться к ситуации.

Стратегии, реализующие эти цели – стратегии убеждения, подчинения, дискредитации.

Второстепенными являются: 1) цели, связанные с самовыражением, моральными нормами говорящего, его самооценкой. Эти цели реализуются в стратегиях самопрезентации, формировании эмоционального настроя и т.д.; 2) цели, связанные с эффективным взаимодействием коммуникантов (социальное одобрение со стороны слушающего, сохранение лица партнера); 3) стремление говорящего сохранить и преумножить значимые для него ценности, в том числе физические (здравье) и материальные; 4) желание говорящего управлять ситуацией, избежать отрицательных эмоций. Цели 1-2 реализуются в стратегиях статусных и ролевых. Цели 3-4 реализуют диалоговые стратегии (контроль над темой, инициативой, степенью понимания) (Иссерс 2002).

Отдельно рассматриваются риторические стратегии, в рамках которых используются различные приёмы ораторского искусства и риторические техники. Эффективность речевых стратегий определяется результатами или последствиями социального взаимодействия, независимо от того, является ли данный результат преднамеренным, осознанно планируемым.

Понятие «коммуникативной стратегии» рассматривалось в рамках различных лингвистических теорий. А.Н. Леонтьев в теории речевой деятельности отмечал, что в его основе лежат мотивы, потребности, установки коммуникантов. Степень их осознанности может быть различной и зависит от уровня развития и психологической культуры индивида. Истоки этих установок обнаруживаются в раннем детстве, когда ребенок приобретает первый опыт общения со взрослым. Первичные коммуникативные стратегии являются «наивными» и тактически решаются неосознанно. Но это даёт возможность по речевым «сигналам» взрослым обнаружить скрытые установки и мотивы и вовремя скорректировать коммуникативное поведение.

Р.О. Якобсон в теории речевого общения предложил модель коммуникативного акта, включив в неё отправителя (адресанта), получателя (адресата), собственно сообщение с его языковым кодом, обратную связь, коммуникативный контекст, помехи (шумы). Учёт всех составляющих коммуникативного акта позволяет эффективно осуществить стратегию, ориентируясь на следующие параметры: знания о собеседнике (как личности, как партнёре); знание о предстоящем речевом акте (темы и связанные с ними выбор верbalных и неверbalных средств); общие знания о коммуникативной ситуации (уместность / неуместность определённого речевого акта).

Понятно, что процесс общения регулируется целым рядом правил и закономерностей. В концепции П. Грайса они называются максимы. Максимы бывают 4 типов: максимы количества («говори столько, сколько необходимо»), качества («говори ясно»), отношения («будь внимательным») образа действия («говори правду»).

В реальной ситуации эти максимы реализуются только при соблюдения принципа Кооперации, при котором в коммуникативной ситуации учитываются интересы слушающего и говорящего (Иссерс 2002).

В начальной школе у учителя больше возможностей ежедневно и ежечасно наблюдать и корректировать речь учеников, чтобы в последующем строить обучение на основе уже используемых детьми коммуникативных стратегий и тактик, сообщая им новый материал, уточняя смысл и цели эффективной коммуникации.

В своём исследовании мы опирались на классификацию коммуникативных стратегий и тактик, предложенной О.С. Иссерс (Иссерс 2002).

Наше исследование показывает, что младшие школьники в своей речи используют различные коммуникативные стратегии. Рассмотрим примеры

стратегий самопрезентации, дискредитации, подчинения, комплимента, стратегия «контроль над инициативой», которые наиболее часто используются детьми данного возраста.

1. Стратегия самопрезентации

Данная стратегия очень часто используется младшими школьниками (54% детей). Цель – добиться признания авторитета, понравиться, быть настоящим другом, привлечь внимание, получить положительную оценку.

Реплики детей на перемене:

- а) - А я уже выучил стихотворение, которое нам сегодня задали!*
(Даниил Д., 2 класс, 2009)
- б) - А я знаю, как по-английски прочитать это предложение.*
(Святослав П., 3 класс, 2010)
- в) - Я 1 место на соревнованиях по каратэ занял! Я был лучшим!*
(Артём А., 1 класс, 2008)
- г) – А я завтра в Египет отдыхать уезжаю!* (Артём А., 3 класс, 2010)
- д) Вика и Катя рассматривают журнал на перемене:
 - Вика, почему тебе раньше нравилась Блум, а теперь Флора?
 - Потому что я люблю природу.
 - А если не было Флоры, ты бы осталась Блум или выбрала того, кто ещё связан с природой?
 - Я бы осталась Блум, ведь я так похожа на неё!
 (Вика Ж., Катя М., 2 класс, 2009)

2. Стратегия дискредитации

Младшие школьники (34%) часто используют данную стратегию в общении со сверстниками. Тактики стратегии (издевка, обвинение, оскорбление) направлены на то, чтобы информировать об отрицательной оценке. Успех стратегии дискредитации следует оценивать по результатам речевого воздействия: адресат обижен, причём несправедливо, оскорблён, чувствует себя объектом насмешки (Лемяскина 2004).

Реплики детей:

- а) - Ура, Ваня перешёл в другую школу!* (Рома Г., 3 класс, 2010)
- б) - Класс, сегодня Данил не придёт, он заболел!* (Владик К., 2 класс, 2009)
- в) – Я с тобой не дружу, ты мне больше не друг!* (Руслан П., 1 класс, 2008)
- г) – Ты плохо написал в тетради классную работу.* (Святослав П., 3 класс, 2009)
- д) Дети пришли в парк, на улице очень жарко.
 - Дай попить.
 - Сейчас включат фонтан, там и пойдёшь.
 - Ты что, дурак?
 - Сам дурак.
 (Аристарх Б., Саша К., 4 класс, 2010)

3. Стратегия подчинения

Сущность стратегии подчинения в том, что говорящие (18%) пытаются заставить партнера по коммуникации действовать в соответствии с их требованиями (желаниями), то есть стремятся получить от слушающих прогнозируемую реакцию. Стратегии подчинения имеют место в том случае, если нормальный ход событий не располагает к желательным для говорящего действиям (Иссерс 2002).

Данная стратегия включает тактики уговаривания, просьб, убеждений и достаточно часто используется детьми.

а) - Люди, вы что, не поняли, всем встать... Я сейчас добровольно отведу вас к учителю. (Таня П., 4 класс, 2010)

б) После уроков дети собираются домой:

- Вить, ты мне друг?

- Друг.

- Подежурь со мной сегодня! (Саша К., Витя Б., 1 класс, 2008)

в) Света, прия из школы, вспомнила, что не записала домашнее задание и решила позвонить своей подруге Кате:

- Катя, спаси меня, я не помню, что нам задали на дом.

- Я тоже не помню.

- Позови маму.

- Мамы нет.

- Ой, я пропала, меня мама убьёт. Она рядом с ремнём.

- Подожди-подожди, я сейчас открою учебник. (Катя М., Света Г., 1 класс, 2008)

4. Стратегия комплимента

Комplименты дети употребляют редко (15%), однако любят слышать их в свой адрес.

а) На перемене Юля показывает учителю журнал:

- Я хочу быть похожа на Стеллу.

- Почему?

- Стелла – фея света, а я светлая и меня зовут Света. А вы фея чего?

- Я не знаю.

- Я знаю! Вы – фея Виктория.

- Почему?

- Потому что Виктория – это победа. А вы – умная, вы – победитель. (Юля О., 2 класс, 2009)

б) - Вы такая у нас худенькая, такая стройненькая! (Роза Н., 1 класс, 2008)

в) Саша крадётся как индеец, прямо аватар! (Катя М., 3 класс, 2010)

г) На уроке изобразительного искусства рисование на свободную тему, Маша поднимает руку:

- Нарисуйте мне человека с крыльями.

- Я не знаю кто это.

- В Азбуке который.
 - Ангелы?
 - Да.
 - Я не знаю, я никогда не видела.
 - Как же? Вы же все умеете рисовать, вы же – учитель! (Маша В., 1 класс, 2008)
- Реплики детей:
- д) - Какой красивый портфель! (Марина С., 1 класс, 2008)

5. Стратегия «контроль над инициативой»

Данную стратегию младшие школьники чаще используют со сверстниками и близкими родственниками, реже с учителем (5%). Исследование показывает, что в разговоре учащиеся перебивают друг друга, не до конца выслушивают товарища, пытаясь взять инициативу в свои руки (Лемяскина 2000).

а) Разговор на перемене:

- Вик, а ты читала книгу «Город в табакерке»?
- Нет.
- Я прочитала одну страницу. Там солнышко, деревья, дома и замок, и всё золотое на табакерке. Она музыкальная. Когда музыка прекращается, солнышко садится, всё темнеет.
- Хватит рассказывать, нас на завтрак зовут. (Катя М., Вика Ж., 3 класс, 2009)

б) Девочки участвуют в соревнованиях:

- А сколько всего эстафет?
- Восемь.
- А сколько по времени они идут?
- А ты вон того мальчика знаешь? (Вика Ж., Алина П., 4 класс, 2010)

Таким образом, полученный материал показывает, как в реальности общаются дети, какие нормы используют, какими пренебрегают, как отличается коммуникативное поведение ребенка и взрослого в разных речевых ситуациях.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что проблема обучения адекватному ситуации речевому поведению младших школьников является очень важной.

Коммуникативные стратегии нуждаются в изучении и заучивании, пока не станут автоматизированными процессами. В основе методической концепции должна, по всей видимости, лежать модель коммуникативной ситуации, с ее различными параметрами и вариантами, реализуемая в коммуникативных играх, причем темы и сценарии которых могут выбираться учителем в рамках учебных курсов.

Коммуникативные игры могут реализовывать стратегию конкретного разговора с конкретными целями. Например, просьба, утешение, похвала, убеждение, уговаривание и др. Для каждой стратегии подбирается ряд

клише (реплик), которые помогают спланировать коммуникативные ходы (высказывания собеседников) параллельно осуществляя вспомогательные цели при реализации частных стратегий. В стратегии уговаривания, ребенку помогают выбрать наиболее удачное клише («Ты способный»), которое помогает добиться, чтобы партнер действовал в соответствии с желанием говорящего. Эти реплики станут содержанием коммуникативных ходов, реализующих частные гармоничные и негармоничные стратегии (эмоционально настраивающая, статусно-ролевые - «игра на повышение/понижение»). Проигрывание подобных ситуаций позволяет в реальном речевом взаимодействии избежать коммуникативных неудач.

Основная деятельность учителя должна быть направлена на развитие планирующей функции, обогащения личного опыта учащихся, формирование способностей построения эффективных коммуникативных стратегий. Знание особенностей коммуникативного поведения младшего школьника позволит учителю лучше понимать коммуникативные мотивы, потребности, установки детей, которые меняются с возрастом, а значит, подготовит взрослого к более эффективной коммуникации с ребенком.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. - М.: УРСС, 2002. – 284 с.

Лемяскина Н.А., Стернин И.А. Коммуникативное поведение младшего школьника.- Воронеж: Истоки, 2000. – 195 с.

Лемяскина Н.А. Предмет «Культура общения» в начальной школе // Начальная школа. - №6, 2002.- С. 68-72.

Лемяскина Н.А. Развитие языковой личности и коммуникативного сознания младшего школьника – Воронеж: Истоки, 2004.- 330 с.

Лингвокультурология

Е.А.Маклакова

Лингвокультурологические аспекты семантики имени собственного

Семантическое описание наименований лиц в контрастивном плане выявляет многочисленные семантические компоненты, имеющие лингвокультурологическую значимость, то есть отражающие некоторые культурные установки, ценности общества.

Таким образом, семантический анализ имеет лингвокультурологическую значимость и позволяет выявить культурно-специфические семантические особенности языковых единиц, отражающие национально-культурный фрагмент языковой картины мира.

Исследование семантики наименований лиц в русском языке и их соответствий в английском языке позволяет выделить следующие основные национально-культурные аспекты семантики имени собственного в русском и английских языках.

1. Национально-культурная специфика внутренней формы лексических единиц.

Носители каждого языка используют различные культурно-обусловленные признаки для осуществления переноса наименования или сравнения:

крестный отец (от обряда крещения, от креста) – *godfather* (от бога),
молочный брат (тот, кого кормили молоком одной матери, брат по молоку матери) – *foster brother* (тот, кого воспитывали, выхаживали как родного, брат по воспитанию в семье),

летун (тот, кто часто меняет место работы, потому что «летает» с одного места на другое) - *job-hopper* (тот, кто часто меняет место работы, потому что «прыгает» с одной работы на другую),

подпевала (тот, кто поддерживает кого-то и при этом «поет, вторя, или подпевает» в угоду кому-то) – *yes-man* (тот, кто поддерживает кого-то и при этом со всем соглашается и говорит «да» в угоду кому-то).

тот, кто предпочитает проводить свободное время дома, у русских будет *домосед* а у англичан – *home-lover* (любитель дома);

В представлении русского языкового сознания *рутинер* связан с рутиной [«проторенная дорога» по Фасмеру] – однообразной работой или коснотью, представитель англоязычной культуры отождествляет его с тем, кто завяз в грязи – *stick-in-the-mud*; тот, кто поступает безрассудно, по случайной прихоти, по-русски называется *сумасброд*, а по-английски – *madcap* (безумная кепка); переводные соответствия наименованию лица *рыжий* – это *ginger* (имбирь) или *red-head* (красная голова); *первобытный человек* по-английски называется *primitive man* – примитивный, простой человек; *человек-реклама* – это английский *sandwich-man* или человек-бутерброд; *сборщик отходов* в английском языке – *scavenger* (слово также имеет другое значение: животное, рыба или птица, которая питается падалью); русское собирательное *подонки* (также: остатки жидкости на дне вместе с осадком) соответствует в английском языке слову *scum* (также: пена или накипь); *частного сыщика* в устной английской речи назовут *private eye* (частный глаз) и т.д.

2. Национально-культурная специфика образного переосмысления отдельных лексических единиц в двух языках.

Эта особенность проявляется в различиях формирования переносных значений отдельных слов и выражений: во многих случаях совпадение или

несовпадение в переносном значении слов сопоставляемых языков зависит от культурных традиций, суеверий, обрядов и их роли в жизни данного народа.

К примеру, существуют заметные различия в том, как представители двух культур наделяют своеобразным символическим смыслом наименования животных, используя их в качестве переносных наименований лиц. Так, у англичан *склонная женщина* уподобляется таким животным как *землеройка* (*shrew*) или *кошка* (*cat*), в то время как у русских *кошка* символизирует ласку и домашний уют; *некрасивая женщина* американцам напоминает собаку (*dog*), у русских это животное в разговоре о женщине скорее символизирует «злость», а при коннотативной положительно-эмоциональной оценке – «преданность» и «верность»; в англоязычной культуре слово *dog* можно встретить во многих фразеологизмах, которые используются для разговорного наименования людей: *top dog* – хозяин положения, *a big dog* – большая шишка, *a yellow dog* – трус, *a clever dog* – умница, *a dead dog* – бесполезный человек, *a dirty dog* – «свинья», *a dull dog* – зануда, *a dumb dog* – молчун, *a gay dog* – кутила, *a lame dog* – неудачник, *a sad dog* – мрачный человек, *a sly dog* – хитрец; таким образом, для англичан *dog* – это разговорное именование человека (в силу любви англичан к собакам и распространенности собак на Британских островах: известно, что число собак в Великобритании превышает число жителей этой страны).

Слово *кобель* является у русских символом «сексуальной активности» – качества, которое англичане приписывают *goat* (козлу) или *wolf* (волку), хотя следует признать единодушную символизацию данного качества у обоих народов в словах *жеребец* – *stud*; английское *fox* в некоторых ситуациях сигнализирует о «сексуальной привлекательности», в русской культуре *лиса, лис* – это «хитрость» и «изворотливость».

3. Национально-культурная специфика символических значений

Символ имеет глубинные культурные корни и предстает перед нами в роли хранителя национальной культуры, предоставляя нам возможность с помощью дешифровки проникнуть в незнакомую традицию другого народа.

С одной стороны, существует определенный универсализм восприятия действительности. Эмоционально-образная подоплека символики, рожденная природой, служит основой преемственности символических традиций.

Так, русская лексема *гадюка* содержит для носителя русского языка коннотации «подлая», «коварная», «отвратительная», также как и её английское переводное соответствие *viper* (гадюка) для носителя английского языка. Неодобрительные и оскорбительные в отношении лица женского пола характеристики «неумная», «неуклюжая», «нерасторопная»,

«толстая» связаны с символическим восприятием лексемы *корова* и её переводным английским соответствием *cow*. Слово *стервятник* – *vulture* воспринимается с негативной коннотативной оценкой в обоих языках и соответственно является символом «корыстолюбия», «беспринципности», «алчности».

Однако некоторые слова и словосочетания приобретают в культуре определенного народа своеобразный символический смысл, который может оказаться культурно-специфичным.

Так, в русском языке *лисица* – хитрая и льстивая, в английском *vixen* – это скорее *мегера*, так как она злая и сварливая;

шумное собрище людей у русских именуют словом *базар*, которое в английском языке (*bazaar*) подобным символическим смыслом не обладает, *шумное собрище людей* в английском языке скорее назовут *bear garden* – медвежий сад.

Неполное соответствие символических значений можно проследить на примере русского и английского слов *медведь* – *bear*:

медведь как традиционный персонаж русского фольклора символизирует собой «силу», «грузность», «неповоротливость», чаще – «благодушие» и «простоту», реже – «злобу» и «мстительность»;

в английском языке слово *bear* чаще служит символом «злости» и «раздражительности», а также «грубости» и «невоспитанности» – *be like a bear with a sore head / cross as a bear* – злой как медведь или как медведь с больной головой.

Некоторое сходство в символическом плане прослеживается в двух языках при сопоставлении слов *обезьяна* – *monkey*:

обезьяна в русском языке символизирует в некоторых случаях «крайнюю степень непривлекательности», а в других случаях – «слепое подражание» или «кривляние»;

в английском языковом сознании со словом *monkey* связаны обычно представления об «озорстве» или «детской шаловливости».

Своеобразие и неповторимость природного ландшафта, флоры и фауны как явлений внешнего мира также находят свое воплощение в формировании национальной языковой символики, которая, например, у англичан, как морской нации, часто связана с морем и его обитателями:

в британском варианте английского языка семема *crab* (краб) отмечена своеобразным символом «раздражительности по пустякам» и именует *человека-брюзгу*;

маленького и тщедушного человека британцы мысленно сопоставляют с обитателем моря *креветкой* и называют *shrimp*, в отличие от носителей русского языка, у которых сравнения признаков *размер* и *физические возможности* лежат в сухопутной плоскости, и которые такого человека скорее назовут *козявкой* или *сморчком*;

морская птица олуша – *gannet* становится английским символом «обжорства, неумеренности в еде», в то время как на российском приморье

птица олуша носит второе название – *глупыши*, что в некотором роде объясняет появление в употреблении такого русского наименования лица, как *олух*, в котором находят воплощение своеобразные национальные представления о «простоватости», «глупости», «ротозействе», возникающие в этой связи у русских людей;

в американском варианте английского языка слово *clam* – морской моллюск (he shut up like a *clam* – он хранил упорное молчание) символизирует «молчаливость», «скрытность», «замкнутость», а также в коллоквиальной речи – (as happy as a *clam* – очень счастливый) становится усилительно-эмоциональным компонентом высказывания, придавая ему своеобразную экспрессивность.

Декодирование таких символов заставляет апеллировать к знанию этических и эстетических норм, связанных с «образным освоением мира, с народными представлениями, закрепленными в национальном сознании, с типовыми историко-культурными ситуациями, обобщающими жизненный опыт народа-носителя языка» (Караулов 1999, с.42).

4. Национально-культурная дифференциация номинативных средств

Довольно часто различия между исходным словом и его переводными соответствиями сводятся к принятой в той или иной национально-языковой культуре степени дифференциации одного и того же денотата. Одна культура расчленено номинирует некоторые денотаты, другая их дифференцирует на разные денотаты. Это отражает разную национальную концептуализацию действительности, обусловленную конкретными культурно-историческим особенностями той или иной нации.

Особенно это явление заметно в терминах родства. Так, и в русском, и в английском языке есть наименования лиц с семантикой «родство по браку». Однако в русском языке этот признак дополнительно дифференцируется и соответственно дифференцированно номинируется по следующим направлениям:

- а) по линии жены (отец жены – *тесть*, мать жены – *теща*, муж сестры жены – *зять*, брат жены – *шурин*, сестра жены – *своячница*, муж сестры жены – *свойяк*),
- б) по линии мужа (отец мужа – *свекор*, мать мужа – *свекровь*, брат мужа – *деверь*, муж сестры мужа – *зять*),
- в) по линии сына (жена сына для его отца – *сноха*, жена сына для его матери – *невестка*, невестка или сноха – *молодуха-2*),
- г) по линии замужней дочери (муж дочери – *зять*),
- д) по линии отношений родителей мужа и жены (отец одного из супругов по отношению к родителям другого супруга – *сват*, мать одного из супругов по отношению к родителям другого супруга – *свадьба*).

В английском языке:

father-in-law – это и *тесть*, и *свекор*,

mother-in-law – и теща, и свекровь,
daughter-in-law – и сноха, и невестка,
brother-in-law – и деверь, и шурин,
son-in-law – и зять, и свояк,
sister-in-law – и молодуха-2, и своячница.

Данное явление отражает разную роль ближайших родственников в русской и английской традиционных культурах.

5. Национально-культурные лакуны и варваризмы

Это явление проявляется в формировании в одном из языков варваризмов, обозначающих безэквивалентные концепты другой культуры: некогда считавшиеся безэквивалентными некоторые русские наименования лиц постепенно приобретают свои английские соответствия в виде варваризмов и отражаются в английских словарях, заполняя мотивированные и немотивированные лакуны в английском языке:

аппаратчик – *apparatchik*,
атаман – *ataman*,
батюшка – *batiushka*,
большевик – *Bolshevik*,
кулак – *kulak*,
лимитчик – *limitchik*,
мужик – *muzhik*,
нэпман – *NEPman*,
опричник – *oprichnik*,
сотник – *sotnik*,
сталинист – *Stalinist / stalinist*,
чекист – *Chekist*.

Данное явление отражает процесс сближения культур.

Подчеркнем, что национально-культурная специфика семантики языка представляет собой только одну, хотя и немаловажную, составляющую его национальной семантической специфики, так как различия в семантике языков обусловлены не только влиянием культуры, но и объективными предметными различиями национальной действительности.

Караулов, Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть [Текст] / Ю.Н.Караулов. – М.: ИРЯ РАН, 1999. – 180 с.

Зимина, Л.И. Национальная специфика немецких фразеологизмов с компонентом «MUND» на фоне русского языка в контексте межкультурной коммуникации [Текст] // Язык и национальное сознание. – Воронеж, 2006. – Вып.8 . – С.87-93.

Зимина, Л.И. Национальная специфика фразеологической семантики (на материале фразеологизмов с наименованиями частей лица в немецком и русском языках) [Текст]: дис. ...канд. филол. наук / Л.И. Зимина. – Воронеж, 2007. – 265с.

Обряд свадьбы в арабском мире

Свадебный обряд - один из самых интересных и богатых обрядов в арабской культуре. Он представляет собой «обряд перехода» из одной социальной категории в другую. Поэтому свадебная символика содержит универсальную для всех народов идею свадьбы - перехода вступающих в брак в иной социальный и возрастной разряд. Идею перехода отражают обычаи и обряды, подготавливающие новую деятельность новобрачных (Лобачева 1995, с. 60).

Проблеме брака и семейного быта в Коране уделяется большое внимание. Им посвящено большое количество аятов (стихов), регламентирующих основные принципы семейной жизни, оговаривающих условия, обязательные для вступления в брак (в частности, согласие сторон), определяющих брачный возраст, экономические аспекты (махар - (кальм) - уплата за невесту) и т.п. Важно отметить, что во всех арабских странах популярен лозунг: «Семья - основа общества». Коран считает вступление в брак священной обязанностью мусульман. Существует мнение, что Бог покровительствует браку, рождению детей, семье вообще. «Бог - помощник того, кто создает дом и женится», - говорится в пословице.

Вышесказанное дает представление о значимости семейно-брачных отношений в арабском обществе.

В доисламском обществе в качестве этнических идеалов, которые играли важную роль в формировании стереотипов поведения, выступали две нормативные системы: асабия и мурувва. Они до сих пор являются основой «неписаных», но всеми соблюдаемых законов мусульманского общества.

Асабия - арабское понятие, выражающее верность асабу, т.е. родству по мужской линии. Нормы асабии - значение племенных генеалогий, уважения к прошлому, к старшим, абсолютный запрет вне- и добрачных связей для женщин и т.п. Источники асабии - генеалогические предания, родовые хроники и «асабийская поэзия», например, стихи Амра ибн Кульсума, Аль-харис ибн Хиллизза и других, воспевающих в поэзии свои племена, свой род.

Мурува (мурувва) - старый арабский термин, который еще в доисламские времена обозначал набор качеств настоящего мужчины (своеобразный «кодекс чести»). Носитель этих качеств должен был блести свою честь и утверждать превосходство (изз). Женщины обычно не являлись субъектом муруви, только иногда - объектом. Источники муруви - устная традиция, многие образы классической арабской поэзии и народная «повествовательная - сказочная» литература («Повести об Антаре», «Тысяча и одна ночь» и др.).

Нормы асабии и муруи нашли свое отражение как в каждодневном быту, так и в обрядовых комплексах и церемониях.

Предсвадебный комплекс включает ряд важных моментов: выбор невесты и сватовство, во время которого достигаются предварительные договоренности сторон о браке; сговор - соглашение роднящихся сторон о браке и установление его экономических условий (в Ираке и в других арабских странах это - величина брачной платы, брачного обеспечения, калым (махра), и величина приданого); помолька (обручение) — окончательное закрепление договора о браке, объявление сговоренных женихом и невестой. Такова общая схема предсвадебного комплекса, существующая у многих народов.

Важнейшая информация, имеющая отношение к намечаемым брачным союзам, проходит через женщин. Они накапливают и передают эти сведения во время взаимных визитов — чисто женской формы общения, а также во время традиционных встреч и церемоний, собирающих родственников вместе, - наречения имени, свадьбы, посещения больного.

Чрезвычайно важна роль женщины при заключении браков между двумя семейственно-родственными коллективами. Именно в женской сфере семьи чаще осуществляется процесс аккумуляции и передачи традиционной этнокультурной информации, а в обрядности с тщательностью хранятся и воспроизводятся сбереженные элементы верований, восходящие к доисламской эпохе.

При выборе невесты знание жениха о своей возможной избраннице почти всегда основано на тех сведениях, которые женщины считают нужным ему сообщить. Конечно, заседает семейный совет, возглавляемый дедом жениха, отцом и женатыми братьями (старшими братьями), но он лишь в самом общем виде определяет круг потенциальных невест, а остальное - дело женщин и, в первую очередь, будущей свекрови. При этом выбор осуществляется интересами скорее не самого жениха, а женщин семьи. Само разделение полов, отстраняющее женщин от доступа к информации и влиянию в более широком обществе, создает условия, позволяющие им контролировать судьбу мужчины в том, что касается женитьбы. Важно отметить, что брачная политика не единственная область, в которой проявляется традиционное влияние арабской женщины. Женщины, хотя и не выбирают себе жениха, пользуются правом отказа от брака с неугодным им лицом, что регламентируется Кораном.

Обычно в дом, где есть девушка на выданье, приходят несколько женщин из семьи, где живет холостой мужчина. Эту группу возглавляет его мать или тетка, вторая по старшинству родственница, либо «хатыба» - сваха. Все знают цель визита этой группы или делегации, принимаемой с почестями. Однако об этом не принято говорить. Будущая невеста должна сервировать стол для чая или подать какие-либо угощения. Это своеобразные смотрины. И только за столом, как бы невзначай, затевается разговор о цели прихода. Начинают его представители семьи жениха.

Зачин подобной беседы в Ираке или в других арабских странах примерно таков: «Мы пришли по добруму делу, девушка должна выйти замуж, а парень должен жениться. Считайте, что ваш сын - это наш сын, у вас три сына - пусть этот будет четвертым. Мы ваши близкие люди, но хотим еще сблизиться». Иногда употребляются иносказательные выражения типа: «Мы путники и хотим напиться» и т.п.

Отец невесты, даже если он заранее согласен на брак, сразу не соглашается, а делает вид, что должен посоветоваться. Если у него есть другой жених на примете, чтобы не обидеть сватов, он отказывается, но не в резкой, а в иносказательной форме. Такое поведение соотносится с общеарабской этикетной традицией не обострять конфликтные ситуации. Отсюда – обилие уклончивых оборотов в речи, когда прямые «да» или «нет» считаются неприличными, когда отказывать надо так, чтобы не уронить достоинство собеседника.

Иногда в конце смотрин материнство или старшая по возрасту тетка невесты как бы невзначай задаст ей вопрос: «Хочешь ли ты выйти замуж?». Смущенная девушка может ответить: «Как прикажете, матушка». После такого ответа, в случае согласия родителей с кандидатурой жениха, первый шаг к браку молодых уже сделан. Девушке вручают первый подарок от имени будущего мужа: шабка, состоящий, как правило из нескольких драгоценностей. Возможно, это случайность, но «шабка» в переводе с арабского означает «сеть», «тенета» (Герасимов 1979, с. 187).

Приняв подарок, девушка тем самым даст согласие на брак. Еще до помолвки между двумя семьями достигается согласие о размерах мукаддам - суммы, которую выплачивает семья жениха на приобретение имущества для молодоженов. Это зависит от материального состояния той или другой стороны. Сразу же определяется и размер маҳр (кальма) - суммы, выплачиваемой мужем. Маҳр принадлежит жене и считается не выкупом за невесту, а ее материальным обеспечением в случае несчастья или развода, своего рода алиментами на содержание разведенной жены. Выплата этой суммы может быть растянута на несколько лет. До свадьбы семья жениха покупает невесте золото, драгоценности и мебель, что служит символом закрепления вновь создаваемых отношений между двумя семьями.

Интересно, что и в русском эпосе встречаются мотивы выкупа, одаривания невесты. Т.А. Новикова отмечает, что смысл выкупа в ритуале русской свадьбы имеет скорее «материальное возмещение за уход из семьи девушки-работницы» (Новичкова 1987, с. 5). В русском обряде главное даже не возмещение, а обмен (одеждой, тканями, хлебом, вином, деньгами).

Церемония помолвки - формальное заключение достигнутого соглашения, совершаемая судьей - кади. Судья спрашивает согласие молодых людей на брак. Он соединяет их руки через платок (по традиции

они не должны прикасаться друг к другу до свадьбы), положив сверху свою руку, читает суру (текст) из Корана.

Обычай, запрещающий жениху прикасаться к невесте, восходит к более древней традиции, по которой жених не мог даже видеть невесту до свадьбы. Жених, если он не был знаком с невестой еще в детстве или как-нибудь случайно не ухитрился увидеть ее, рисковал совсем не знать лица своей будущей супруги, потому что только после венчания он имел право снять с невесты покровы и увидеть, что ему послано судьбой.

Комната, где происходит помолвка, окропляется ароматной водой. Этот обычай имеет «оградительное», «защитное» значение. Издавна на Востоке считалось, что «все дурное бежит от аромата ладана». Умастить одежду благовониями — ладаном, миррой, дымом из дерева алоэ - считалось не роскошью, а необходимостью, которой, как мог, подчинялся и бедняк, и скончец. С другой стороны, вода, как и дождь - это традиционный образ арабской поэзии, выражавший понятие о щедрости и милости, отсюда случаи окропления водой не только молодых, но и всех присутствующих на свадьбе.

После помолвки гостей угощают конфетами, сладостями, прохладительными напитками (алкогольные напитки не приняты в силу религиозного запрета). Период между помолвкой и свадьбой, которая назначается через 1-3 месяца после помолвки, богат разнообразными обычаями.

Традиционная свадьба у всех народов сопровождается застольем с традиционными ритуальными блюдами, приготовленными в соответствии с их кулинарными традициями. Стол же традиционно и убранство помещения для празднества. Свадьба включает ритуальные состязания, пение, танцы, в которых проявились эстетические идеалы народов и которые постепенно теряли обрядовый характер. Древний религиозно-мистический комплекс обрядов, сохранившийся в разной мере и имеющий отличия у разных народов по способам выражения, сходен по смыслу: пожелание потомства, счастья, благополучия, здоровья, ограждения от порчи. Религиозно-мистические действия предшествовали и сопровождали брачную ночь, сопровождались обрядами, символически закреплявшими брак и выражавшими переход новобрачных в иной социальный статус, что проявлялось в смене костюма, прическе, головного убора новобрачных.

В день свадьбы, которая назначается в любой арабской стране на вечер, невесту ведут в баню - эту процессию возглавляет мать, тетка или сестра, но среди других женщин обязательно присутствуют кто-нибудь из ближайших родственниц жениха, чаще всего его сестра. Невесту моют, расчесывают распущеные по плечам волосы. Этот обряд символизирует прощание с девичеством, отчуждение от рода, и потом ведут невесту и ее ближайших родственниц, подруг в парикмахерскую за счет жениха, как это принято в нескольких городах Ирака. И в русской свадьбе это был обязательный кульминационный акт первой части свадьбы, включающий

такие основные действия обряда «расставания с девичеством», как расплетание косы, баню.

В Ираке и в других арабских странах обряд дополняется тем, что невесте разукрашивают ступни и ладони жидким хной (особенно в деревнях), выводят на теле полосы, чтобы невеста была «гладкой». Остатки хны забирают с собой, чтобы потом вымазать ею двери и заборы мечети, хотя это отмечается в основном в последние годы. Этот обряд называется «Лайлат аль-хинна» - ночь хны. Разукрашивание рук и ног невесты как обряд, возможно, восходит к старым традициям, где хна на Востоке считалась средством, способствующим сохранению молодости и здоровья. Потеряв свое первоначальное значение, «Лайлат аль-хинна» сохранилась как элемент обряда.

Дома, уже после наложения хны, невесту убирают в светлый свадебный наряд. В арабском мире, как и у многих народов, белое платье является символом непорочности невесты, как и обручальные кольца - символ брака. Волосы невесте укладывает специально приглашенная женщина - машшата. Лицо невесты закрывает белый платок - никаб. Его снимает жених своей рукой уже в спальне. Как уже отмечалось, закрытое лицо невесты - одно из табу, накладываемое на нее и выполняющее защитную роль, но хочется отметить, что в городах и иногда в деревнях лицо невесты сейчас не закрывается платком.

Брачный договор заключается в доме невесты. Церемония заключения его очень интересна. Расстилается белая скатерть, на которую ставят зеркало, присланное женихом, зажигают по обе стороны от него свечку (одну - во имя жениха, другую - невесты). На скатерти, кроме того, должны находиться Коран, молитвенный коврик, хлеб, стакан с щербетом (сок), сыр, зелень, орехи, две головки сахара, которые трут друг об друга над головой невесты. Все эти предметы - символы благополучия и счастья. Читается текст из Корана.

«Во имя Аллаха милостивого, милосердного!

О люди! Бойтесь Вашего Господа, который сотворил вас из одной души и сотворил из нее пару ей, а от них распространил много мужчин и женщин. И бойтесь Аллаха, которым вы друг друга упрашиваете, и родственных связей. Поистине, Аллах - над вами надсмотрщик!

...Женитесь на тех, что приятны вам, женщинах - и двух, и трех, и четырех. А если боитесь, что не будете справедливы, то на одной или на тех, которыми овладели ваши десницы. ... До конца суры (текста) Корана» (Коран 1990, с. 81-82).

В день свадьбы в доме жениха идут большие приготовления, в которых принимают участие все родственники, соседи и друзья. Многочисленность свадебного поезда на арабской свадьбе заключает в себе аналогичное значение, поэтому на свадьбу приглашаются все родственники, соседи, друзья.

Приглашение принято передавать устно. Его нельзя оставлять без внимания. Если приглашенный по какой-нибудь причине не имеет возможности откликнуться на него, ему следует извиниться и поздравить молодоженов и подарить им подарки при первой возможности. В последние годы приглашения принято передавать письменно, особенно в городах.

После заключения свадебного договора молодожены в сопровождении свадебного поезда направляются в дом жениха. Невесту сопровождают подруги, которые несут конфеты, финики, свечки, пальмовую циновку и маленькую, сплетенную из пальмовых листьев, корзинку.

Пальма для арабского человека - член семьи. Ее называют «невеста», «бездетная», «счастливая мать», «вдова». Пальма, как человек, может влюбляться и страдать от неразделенной любви. Она символизирует плодородие и счастье. Поэтому и невесту в новый дом сопровождают с финиками и изделиями из пальмы.

Этот обряд восходит к старому доисламскому обычью поклонения деревьям. Женщины приветствуют появление невесты в доме жениха и затягивают песню, подобающую этому случаю:

- Талья мин бейт абуха - райха ль бсйт иль жиран.
- Фат ма саллям алая - юмкин ль хилю залян.

(Вышла из дома своего отца — пошла в дом соседа. Прошла мимо и не поздоровалась - может быть, красавица обиженная).

С прибытием в дом жениха, где им предстоит жить, начинается торжество, отец и ближайшие родственники вводят жениха в дом молодоженов. Девушка приоткрывает свое лицо, а жених проводит рукой по ее волосам. Этот жест означает, что рука жениха считается первой мужской рукой, прикоснувшейся к чистой и непорочной девушке.

Гости сначала поздравляют родителей молодоженов. Мужчины и женщины, присутствующие на свадьбе, находятся в разных помещениях, поэтому мужчины поздравляют жениха, а женщины - невесту. Мужчины и женщины могут находиться в одном помещении, но, тем не менее, отдельно друг от друга.

Особое положение молодоженов подчеркивается не только одеждой. Обычно жених и невеста сидят на специально предназначенных для них резных деревянных креслах. Такие кресла используются во время свадебной церемонии, затем их прячут, но могут дать взаймы или продать для совершения свадебного обряда, хотя в последнее время это не практикуется.

Жених сидит в окружении приятелей, сверстников и родственников. Веселье продолжается на мужской и женской половинах до утра.

Традиционное угощение на свадьбе плов, сладости (конфеты, пироги, щербет (сок), фрукты) и обязательно чай и кофе. Арабский кофе подают только мужчинам. Кофе готовят сам хозяин или близкий человек и наливает в маленькие чашки без ручек. Считается верхом неприличия

выпить более трех чашек. Однако пока человек не станет слегка покачивать чашкой, кофе будут наливать бесконечно. Но и отказ от первой чашки кофе - недопустимое нарушение правил и считается большим оскорблением для хозяина, более того, говорит о злых намерениях гостя. Выпив кофе, гость должен выразить благодарность хозяину словами: «Дай Бог, чтобы всегда в вашем доме был праздник!» (Этикет 1998, с. 122).

Хочется отметить, что угощать пловом и мясом в Ираке и в большинстве арабских стран — признак почета и уважения к гостям.

Вино и виноградная или финиковая, водка «арак» на свадьбе не приняты или занимают на праздничном столе совсем скромное место, поэтому развитой культуры тостов нет.

Подходя, чтобы поздравить молодоженов, гости не задерживаются, чтобы дать возможность и другим поздравить их. Хозяин должен угостить (накормить) и напоить гостя. Гости в основном дарят деньги или необходимые вещи для дома. Уходящего гостя хозяин благодарит словами: «Вы сделали нам честь своим приходом. Дай Бог, чтобы у ваших детей был такой праздник!».

Как и в других арабских странах, в Ираке на свадьбе исполняются танцы и песни. Женщины танцуют отдельно от мужчин. На свадьбе, особенно в городах, принимают участие так называемые «народные группы», которые танцуют, поют и играют на народных музыкальных инструментах, таких как барабан, бубен, гитара, флейта и др. А в селах и в деревнях принимают участие в свадьбе с песнями и танцами и цыганские группы. Наиболее популярным песенным жанром на свадьбах считаются лирические песни, которые исполняются под аккомпанемент национальных арабских инструментов. Главными из них являются уд (лютня), рабаба (однострунная арабская скрипка), канун (аналогичен гуслям), дудочки и ударные инструменты - от больших барабанов до небольших глиняных горшков, горловина которых обтянута кожей.

Песни, исполняемые на свадьбе, - «повествовательные драматизированные произведения, написанные рифмованной прозой, служащие до сих пор усадой филологов, но едва ли понятны без комментариев, поясняющих их лексическое и грамматическое совершенство, туманные намеки, в них содержащиеся, и стройность структуры» (Тума 1984, с. 285).

В современном народном песенном творчестве сохранилось главное: эмоциональный настрой и взаимопонимание, своеобразный диалог между певцом и слушателем. Музыкальная жизнь арабов выглядит так же, как во времена Халифа Гаруна Аль-рашида в IX веке: она концентрируется все еще на личности певца, который занимает главное место среди музыкантов, именно через него осуществляется контакт с публикой. Песни, которые исполняются женщинами на свадьбах, называют «халяхиль» или «загарид». Это, как правило, песни, воспевающие красоту невесты.

Жених, выключи свет,
Щеки жены ярче снега.

Жених, не покупай сладости,
Жена твоя сладкая, как конфета (*перевод автора — С.Г.А.*).

Через 3-4 часа после начала праздника молодожены удаляются в спальню. Эта церемония называется «Лайлат аль-дахля» - ночь вхождения.

Если супруг в первую же ночь удачно выполнил свои супружеские обязанности, он чувствует себя героем и ведет себя соответствующе. В противном случае он оказывается перед собравшимися родственниками и знакомыми в весьма деликатном положении. Его гордость и мужское достоинство уязвлены.

Обряды и ритуальные действия, совершаемые после свадьбы, символизируют переход молодоженов в иной социальный статус. Это проявляется в смене костюма, головного убора, сменяющего свадебный убор, имени. Здесь имеет место не только терминология половозрастной градации: «парень - жених - мужчина», «девушка - невеста - женщина». В Ираке, Сирии, Иордании и других арабских странах женщин и мужчин называют следующим образом: «отец такого-то», например, отец Али (абу Али) или мать Али (умм Али). Как правило, это имя первенца или первого мальчика, родившегося в семье, даже если до него были дочери. «Родила девочку, родишь и мальчика», - утешает арабская пословица. Такое обращение принято и в случае, если сын не родился.

Большое значение в этот период имеет посещение новобрачной родственниками мужа, приобщающее женщину к новой семье, а также посещение молодоженами родителей невесты. На следующий день после свадьбы одетая в свадебное платье молодая женщина принимает поздравления, подарки. Чаще всего дарят деньги, реже - украшения, ткань и другие вещи.

Родственники и друзья мужа собираются у него дома, беседуют с супругой, оказывают ей всякие знаки внимания. Подобные визиты и встречи продолжаются от 3 до 7 дней и служат для того, чтобы молодая женщина смогла познакомиться со всеми родственниками мужа, войти в их семью.

Невесту также навещают подруги. Все эти дни молодая жена находится на правах гостьи; ее обергают от повседневных хлопот по хозяйству и дому, ей оказывают уважение и внимание. Третий или четвертый день после свадьбы имеет значение, т.к. супружеская пара посещает родителей жены и с этого момента родственники обеих сторон могут посещать друг друга.

После этого молодая жена меняет свадебный головной убор на повседневный, надевает платок или ходит без платка.

На седьмой день после свадьбы молодая жена приглашает сестер и подруг, заваривает хну, которой женщины красят руки и ступни, раздает гостям сладости, щербет (сок), арахис и семечки и др. Девушки поют

народные песни и танцуют. Молодая жена переодевает 7 новых платьев, которые купил ей муж.

Свадебный обряд завершается на седьмой день. Число семь и арабском мире имеет ритуальное значение. Много обычая, связанных с этим числом, но один из них, когда восточные женщины используют семь традиционных косметических средств.

Любители благовоний используют семь ароматических средств, причем в разные дни недели употребляют определенный «аромат». Самое дорогое благовоние - духи «Семь роз». По истечении семи дней молодая семья включается в повседневный ритм жизни.

Буланова Л.А. Арабские этнографические коллекции МАЭ // Традиционная культура народов Передней и Средней Азии. - Л., 1970. - С. 262-281.

Герасимов О.Г. На Ближневосточных перекрестках. - М. Наука, 1979. - 480 с.

Коран. - Медина, 1992 (на арабском языке).

Лобачева Н.П. Что такое свадебный обряд? Опыт изучения содержания брачно-свадебной обрядности // Этнографическое обозрение. 1994.- С 53-60.

Новичкова Т.А. Эпическое сватовство и свадебный обряд // Русский фольклор. Этнографические истоки фольклорных явлений. - Л., 1987. - С. 1-20.

Тума Х.Х. Введение в арабскую музыку // Музыка народов Азии и Африки. В. 4т. - М., 1984. - С. 284-302.

Этикет у народов Передней Азии: Сб. ст. - М.: Наука, 1988.- 264 с.

Дидактика

И.В. Саломатина

Формирование коммуникативного сознания школьников на уроках русского языка

Особое внимание в процессе школьного обучения должно быть уделено формированию тех составляющих коммуникативного сознания, которые лежат в основе навыков эффективного общения. Под коммуникативным сознанием в настоящей статье будет пониматься «совокупность знаний и механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека. Это коммуникативные установки сознания, совокупность ментальных коммуникативных категорий, а также набор принятых в обществе норм и правил ведения общения» (Стернин 2003).

Современная действительность предъявляет высокие требования к уровню коммуникативной грамотности членов общества. Жесткая конкуренция на рынке труда, высокая степень конфликтности общения, постоянное увеличение количества получаемой человеком информации, усложнение общения, расширение сфер общения, в рамках которых функционирует отдельная личность, и многое другое - все это делает

необходимым знание законов, правил и приемов общения. И очевидно, что в школьном обучении должно уделяться особое внимание формированию навыков эффективного общения. Детский и подростковый возраст, на который приходится получение среднего образования, - это время интенсивного умственного и эмоционального развития человека. Именно в этот период грамотно выстроенное обучение может дать наиболее заметные результаты.

В школьном образовании постоянно стоит вопрос о методиках и технологиях формирования языковой и коммуникативной компетенции. На формирование языковой компетенции ориентирован школьный курс русского языка, формировать же коммуникативную компетенцию учащихся призван предмет «Культура общения». Тем временем такое разделение не дает возможности сформировать у учащихся навыки практической реализации знаний, полученных на уроках русского языка, для достижения коммуникативных задач, которые они ставят перед собой в повседневной жизни, для повышения степени эффективности общения.

Все это вызывает необходимость разработки и внедрения комплексной методики формирования коммуникативного сознания школьников на уроках русского языка, а именно повышения уровня коммуникативной компетенции учащихся. Поскольку в рамках настоящей статьи не представляется возможным предпринять полное описание разработанной методики, назовем только некоторые ее общие принципы.

Названная методика предполагает последовательную и регулярную работу над различными речевыми и (шире) коммуникативными умениями с использованием целого ряда форм работы как групповой, так и индивидуальной. Наш практический опыт показал, что системное применение в ходе освоения школьного курса русского языка элементов риторики не только является действенным инструментом совершенствования коммуникативных навыков учащихся, но и способствует лучшему усвоению программного материала.

Предлагаемая методика, как было отмечено, носит комплексный характер. Это объясняется тем, что коммуникативное сознание является многоуровневым феноменом, охватывающим все виды коммуникативных знаний, умений и навыков. В связи с этим мы выделяем четыре уровня коммуникативных умений и навыков, регулярная работа над которыми идет в ходе изучения школьного курса русского языка:

- 1) техника речи;
- 2) логика речи;
- 3) работа с текстом;
- 4) невербальное поведение.

Необходимо заметить, что работа над этими четырьмя составляющими эффективной коммуникации идет не последовательно, а параллельно. Разделение же на уровни имеет чисто методическую причину.

При работе над каждой из составляющих важно, чтобы задания были разнообразными и разнонаправленными, а цели и задачи их выполнения должны быть понятным учащимся. Последнее необходимо для повышения степени мотивации при выполнении заданий, а также для того, чтобы школьники могли использовать отдельные методики и упражнения в рамках самоподготовки. Упражнения встраиваются в структуру урока и занимают относительно непродолжительное время, при этом они должны выполняться регулярно, а также могут использоваться при изучении определенных тем.

Работа в рамках названного проекта способствует развитию коммуникативного сознания учащихся, следовательно, позволяет повысить уровень их коммуникативной компетенции. Деятельность, направленная на развитие и формирование коммуникативных навыков школьников, должна носить регулярный, систематический характер. Проект предусматривает также орфоэпическую, лексическую работу, а также ряд других форм работы по культуре речи.

Предложенная система работы позволяет учащимся на более высоком уровне овладеть программным материалом не только по развитию речи, но и по другим разделам языка, а также увидеть реальную практическую пользу от получаемой информации.

Усиление коммуникативной составляющей в ходе освоения курса русского языка углубляет представления учащихся о языке как системе, его устройстве, функционировании, возможностях, а также расширяет кругозор школьников, помогает им при анализе художественного текста на уроках литературы.

Повышение уровня коммуникативной компетенции учащихся способствует выработке стрессоустойчивости, снижению конфликтности общения, росту толерантности, уверенности в себе, что особенно важно в подростковом возрасте, когда ряд так называемых психологических проблем является следствием коммуникативных трудностей.

Стернин И.А. Коммуникативное и языковое сознание // Язык и национальное сознание. – Воронеж: Истоки, 2003. - Вып. 4. - С. 5-10.

Л.А. Тавдгиридзе

Учебный текст и дистанционное обучение

Сегодня практически все крупные российские вузы так или иначе вовлечены в процесс разработки системы дистанционного обучения (ДО), чтобы получить образование мог любой желающий вне зависимости от гражданства и местонахождения.

По некоторым прогнозам, в скором времени обучаемый будет тратить до 40% времени на дистанционные формы образования, примерно столько

же — на очные, а оставшиеся 20% — на самообразование (Хуторской 2000, с. 26).

В этой ситуации учебные модули, предлагаемые учащимся, играют новую роль, отличную от их роли в традиционной образовательной парадигме - «передача знаний».

В целом, анализ возможностей осуществления дистанционного обучения через Интернет позволяет выделить следующие его преимущества:

гибкость, т.е. возможность заниматься в удобное для себя время;

доступность: стоимость ДО в несколько раз ниже стоимости обучения на аналогичном очном отделении;

модульность, т. е. возможность из набора независимых учебных курсов (модулей) формировать учебный план, отвечающий индивидуальным потребностям;

социальное равноправие: равные возможности получения образования независимо от места проживания, состояния здоровья, материальной обеспеченности обучаемого;

лёгкость обновления и содержания модуля: любой учебный материал остается у студента фиксированным в виде компьютерных лекций и может быть в любой момент востребован;

психологический комфорт: при обучении в СДО снимается вопрос субъективности оценивания (Кречетников, Черненко 2001, с. 3).

Однако ДО, как любое средство обучения, имеет и свои недостатки:

слушатели хотят видеть преподавателя и общаться с ним «вживую»;

успешность обучения частично зависит от технических навыков в управлении компьютером;

существует целый ряд практических навыков, которые можно получить только при выполнении реальных (а не виртуальных) практических и лабораторных работ;

в некоторых сельских областях все ещё затруднён доступ к Интернет;

недостаток неверbalного взаимодействия может препятствовать эффективному общению.

К серьезным недостаткам обучения в системе ДО можно отнести и то, что, во-первых, снижается разнообразие форм учебного процесса, и, во-вторых, учебная информация приобретает чрезмерную структурированность.

С достоинствами и сложностями использования ДО Институт менеджмента, маркетинга и столкнулся еще в 2006 году, когда в вузе был создан Центр инновационных образовательных технологий, которым в течение 3-х лет велась интенсивная подготовительная работа к запуску системы обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Преподаватели ИММиФ провели значительную работу по подготовке дистанционных курсов, и оказалось, что написать содержательный лекционный курс с системой контрольно - тестовых заданий в формате

дистанционного обучения или создать видеолекцию намного сложнее, чем подготовиться к лекции в традиционной форме.

Одной из проблем, с которой нам пришлось столкнуться при создании «модульных» комплексов, явилось то, что материал для анализа часто повторяет фрагмент текста учебника. На наш взгляд, простой перевод традиционных информационных источников из бумажных книг в электронные не является эффективным средством для дистанционного обучения, так как не отвечает главным целям продуктивного обучения с помощью телекоммуникаций - созданию учащимся собственного образовательного продукта.

Вопросы, которые задают себе преподаватели, разрабатывающие учебные курсы в режиме ДО, многочисленны и разноплановы. Прежде всего, необходимо уточнить следующие моменты: какие же учебные материалы необходимы в системе дистанционного личностно-ориентированного обучения и в какой форме они должны быть представлены.

Проанализировав собственный опыт и опыт разработки учебных модулей для ДО другими вузами, мы сделали следующие выводы:

1) информационный материал может выполняться в гипертекстовой форме, дополняться иллюстрациями и видеосюжетами, тестовыми заданиями;

2) учащимся может быть предложен набор модулей, а именно: модуль, содержащий необходимый минимум; модуль, содержащий материал для углубленного изучения; модуль, представляющий собой специализированный курс.

Таким образом, у учащихся появляется возможность выбрать уровень обучения - начальный, продвинутый и т.п.

Важно, чтобы информация, содержащаяся в модуле, была сконцентрирована вокруг проблемного вопроса, который побуждал бы учащихся к поиску неоднозначных решений, к выбору способов учебной деятельности, необходимой для моделирования профессиональных ситуаций (Андранинова 2001, с. 149).

Учебные модули могут пополняться за счет новых разделов и тем; свежую информацию по изучаемой дисциплине можно размещать на веб-страницах.

Не вызывает сомнения то, учебные материалы должны быть предельно наглядны, что достигается включением в них иллюстраций и графических объектов, фрагментов созданных в ИММиФ учебных видеокурсов.

Проблемой для нас пока является создание диалогового режима, который бы обеспечил взаимодействие учащегося с учебными материалами, позволил ему осуществлять проектирование и создание собственной базы данных по курсу. В перспективе мы предполагаем создавать вариативные учебные курсы для ДО, которые имели бы комплект материалов, отличающихся друг от друга по таким критериям, как количество изучаемых тем, число слушателей на курсе и проч.

Какие же материалы следует включать в учебные модули? Это могут быть статьи специалистов, первоисточники, фрагменты из бумажных учебных пособий, содержащие в себе фундаментальные положения по предлагаемой теме.

Участники ДО могут изучать темы как в прямой последовательности, так и по разделам, используя разветвленную структуру материала. Такие учебные модули могут быть выложены на учебном сайте для их просмотра в режиме «онлайн».

С развитием и совершенствованием телекоммуникационных средств обучения формы и методы представления учебных материалов для дистанционных курсов будут изменяться, облегчая восприятию информации на разных уровнях.

Андреанова Г.А. Виды учебной деятельности школьников в дистанционном обучении // Школьные перемены. Научные подходы к обновлению общего среднего образования.- М.: ИОСО РАО, 2001.- С.149-154.

Кречетников К.Г., Черненко Н.Н. Дистанционное обучение. Достоинства, недостатки, вопросы организации (аналитический обзор) // Интернет-журнал "Эйдос". - 2001. - 20 марта / <http://www.eidos.ru/journal/2001/0320>.

Хуторской А. На урок к дистанционному учителю. О всероссийском конкурсе «Дистанционный учитель года» // Мир Internet. – 2000. – № 8. – С. 26 – 29.

Хроника

Научно-теоретический семинар «Язык. Сознание. Концептосфера» (12.12.2010)

Вл. В. Инютин

Некоторые аспекты понятия «время» как философской категории

Проблема времени – одна из фундаментальных проблем философии. Впервые вопрос о времени возникает вместе с вопросом о бытии. Категория бытия как таковая была введена в философию древнегреческим философом Парменидом, обобщившим в своей концепции интуиции предшественников. Проблему категории времени в связи с более общей проблемой категории «бытие» Парменид формулирует следующим образом:

«Как же Бытному в будущем стать? Как в прошлом начаться?
То, что было — не есть; не есть и то, что в грядущем.

Вот и погасло Рожденье, и стала неслышима Гибель» (Парменид).

Феноменальная же изменчивость мира в рамках парменидовского рационализма объявляется лишь иллюзией, ибо данные органов чувств недостоверны.

Наряду с Парменидом реальность времени как онтологическую данность отрицал и Платон, для которого весь материальный мир лишь тени подлинного бытия - мира идей, в котором нет места времени в смысле изменчивости. Время в его трактовке лишь «движущийся образ вечности». Феноменальное время по Платону также представляет собой неподлинное бытие, как и другие свойства мира становления.

Такой подход к проблеме времени принято называть антиреализмом в понимании времени.

В духе антиреализма проблему времени рассматривают такие философы, как И. Кант, Дж. Локк, Д. Юм, Дж. Беркли. Общим тезисом этого направления философии является утверждение о том, что пространство и время не более чем способы упорядочения данных нашего чувственного опыта.

Противоположного мнения придерживаются сторонники реализма, утверждающие, что время – это объективная данность окружающего нас мира, хотя природа этой данности может быть по-разному понята.

В рамках этого подхода можно выделить два основных подхода: субстанциональный и реляционный.

Субстанциональный подход основан на том убеждении, что пространство и время – это независимые от материи самостоятельные сущности. Субстанционалистских взглядов на природу времени придерживались такие философы как Демокрит и Эпикур, И. Ньютон.

И. Ньютон характеризует время как «абсолютное, истинное математическое время само по себе и по самой своей сущности, без всякого отношения к чему-либо внешнему, протекает равномерно, и иначе называется длительностью» (Ньютон 1989, с. 30).

У субстанциональной концепции есть сторонники и в наши дни, не смотря на успехи теории А. Эйнштейна. Здесь в этой связи достаточно упомянуть таких учёных как астрофизик Н.А.Козырев, Л.С. Шихобалов, К.П. Бутусов, М.Х. Шульман.

Из субстанциональной концепции, таким образом, следует, что длительность и время - это одно и то же, потому что предполагается независимость течения времени от свойств материи. Это отличает данную концепцию от реляционной.

Реляционная концепция времени была развита в трудах таких философов и учёных как Аристотель, Августин Блаженный, Г. Лейбниц, А. Эйнштейн.

Согласно взглядам Аристотеля, время является эпифеноменом по отношению к материи, характеристикой движения. Время «есть число

движения в отношении к предыдущему и последующему и, принадлежа непрерывному, само непрерывно – это ясно» (Аристотель 1981, с. 150).

В реляционной концепции, таким образом, утверждается, что вне веществного мира времени не существует.

Этого же мнения придерживается и Августин Блаженный. Кроме того, прошлое и будущее трактуется у Бл. Августина психологически. Прошлому соответствует память, будущему – надежда. В глазах же Бога (Вечности) существует лишь одно настоящее. (Августин 1991, с. 306).

В дальнейшем реляционный подход к проблеме времени был развит таким великим учёным эпохи Нового времени как Г. Лейбниц. Как Аристотель и Августин, Лейбниц считает, что существует связь между временем и движением, а также между временем и существованием вещей: «Если бы не было созданных вещей, то не было бы ни времени, ни места» (Лейбниц 1982, с. 496). Вместе с тем, время – это не длительность. Длительность – это характеристика не времени, а процессов. Примечательно, что Г.Лейбниц, согласно принципам своей монадологии, утверждал, что у каждой вещи как монады своё время. И это время, как и в теории относительности, увеличивается или уменьшается, но иначе, чем это представлял себе А. Эйнштейн. Для увеличения или уменьшения времени, считал Лейбниц, необходимо увеличить или уменьшить число ступеней между сменяющими друг друга состояниями.

Таким образом, в реляционизме Нового времени уже содержатся необходимые предпосылки как для общей теории относительности и специальной теории относительности А. Эйнштейна и квантовой теории, для которой у каждой квантовой системы, так же как и у монад Лейбница, своё время.

Согласно общей теории относительности Эйнштейна, каждая система отсчёта обладает своим временем. Ко всему прочему на ход времени оказывают влияние и свойства самих физических объектов, обладающих гравитационным полем.

В целом, в масштабах Вселенной взаимосвязь между материей, пространством и временем была показана в теории большого взрыва. От взаимодействия этих трёх компонент на самых ранних этапах развития вселенной зависит будущее данного конкретного мира (Хокинг 2010).

В ходе развития науки представление о том, что у каждой сложной системы есть своё время, постепенно приводит к представлению о том, что и такие органические системы как животные, человек и общество в целом тоже имеют своё особое время.

Что касается внутреннего времени систем, то К. Маркс показал, что существует «общественное время», отличающееся от физического (Канке 2002), а А. Бергсон и Э. Гуссерль поставил проблему взаимосвязи внутреннего субъективного времени и внешнего объективного физического времени.

Бергсон формулирует проблему внутреннего времени следующим образом: «чистая длительность есть форма, которую принимает последовательность наших состояний сознания...» (Бергсон 1992, с. 93).

С позиции же Гуссерля время такой же феномен нашего восприятия, как другие. В сущности феномен – это и есть вещь, потому что всякая вещь есть то, как она нам является. В этой связи Э. Гуссерль замечает, что «Предмет сознания... о заключен в нем самом, как смысл, т.е. как интенциональный результат синтетической работы сознания» (Гуссерль 2000, с. 374).

Кроме того, феноменология в некоторых вопросах имеет много общих точек соприкосновения с другим влиятельным направлением современной философской мысли – аналитической философией. Большую роль в становлении этого направления сыграли такие известные учёные как Г. Фреге, Б. Рассел, Д. Мур, Л. Витгенштейн.

В аналитической философии возникли две онтологии времени: этернализм и презентизм (Гаспаров 2010, с. 48). Сторонники этернализма считают, что все вещи, если они существуют, существуют безотносительно к прошлому настоящему и будущему, то есть всегда. Сторонники презентизма утверждают, что только если вещи существуют в данном настоящем, они существуют в абсолютном смысле.

В целом, подводя итог данному обзору, автор приходит к следующим выводам. При всём многообразии рассмотренных позиций по вопросу о природе времени, невозможно согласиться с представлениями об объективно существующем универсальном времени.

Аргументом против этого положения на наш взгляд является в первую очередь сама современная космология. Теория Большого взрыва, как и средневековый креационизм, безусловно, предполагает некое начало вселенной, а следовательно, и времени. Однако, это противоречит утверждению о том, что пространство и время – это свойства материального мира, потому что по той же теории материя существовала и до Большого взрыва, но в этом случае, как указывает тот же Ст. Хокинг (Хокинг 2010) нельзя говорить о существовании времени. А значит, время не является неотъемлемым свойством материи как таковой.

Следует напомнить, что множество локальных времён для различных живых и не живых систем тоже говорят не в пользу единого универсального времени.

Кроме того, уже в рамках аналитической философии не раз поднимался вопрос о смысле самих категорий настоящего, прошедшего будущего.

Очевидно, что от прежних классических взглядов на природу времени придется отказаться.

-
1. Августин. Исповедь. – М.: Ренессанс, 1991. – 496 с.
 2. Аристотель. Физика // Аристотель Собр. соч.: в 4 т. – М.: Мысль., 1981. – Т.3.
 3. Бергсон А.. Опыт о непосредственных данных сознания // Собр. соч. в 4 т..- М.: Московский клуб, 1992.- Т.1

4. Гаспаров И. Г. Некоторые вопросы метафизики времени // *Analytica*, №4, 2010. – С. 38-49.
5. Гуссерль Э. Логические исследования. Картезианские размышления. – Минск; М.: АСТ, 2000. – 752 с.
6. Канке В. А. Формы времени. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 260 с.
7. Лейбниц Г.В. Переписка с Кларком.// Г.В.Лейбниц Собр. соч. в 4т. - М.: Мысль. 1982.- Т.1.
8. Ньютона И. Математические начала натуральной философии. – М.: Наука, 1989. – 688 с.
9. Парменид О природе / www.ancientrome.ru/antlitr/parmenid/parmen.htm.
10. Хокинг Ст. Краткая история Вселенна. – СПб.: Амфора, 2010.- 512 с.

А.С. Пономарев

Проблема понятийного выражения времени

Фундаментальность времени мало у кого может вызывать сомнения. Ведь каждый из нас сам является подтверждением его неумолимого течения, насколько самоочевидного, настолько же труднообъяснимого. То, что нам наиболее понятно и привычно, вместе с тем есть и наиболее сложное для осмысления и выражения. И потому Августин в полных драматизма строках своей «Исповеди» вопрошає: «Что же такое время? Если никто меня об этом не спрашивает, я знаю, что такое время; если бы я захотел объяснить спрашивающему – нет, не знаю» (Августин Аврелий 1998. с. 159).

Эти часто цитируемые слова отражают сложнейшую проблему. Возможно ли осмыслить и понятийно выразить довлеющий над человеком, словно дамоклов меч, стремительный бег времени? Впрочем, человек западной культуры не был бы самим собой, если бы не попытался этого сделать. Ему необходимо пролить свет разума на все тайны бытия, и выяснить, почему же время течет именно таким, привычным каждому способом.

В основе концепта времени лежит интуиция последовательности, зафиксированная еще в аристотелевском определении. Он исходит из того, что о времени можно говорить лишь при различении предыдущего и последующего, а такое различие лучше всего представляет движущееся тело, взятое со стороны внешней определенности, сосредоточенной в точках отправления и прибытия, минуя сам процесс соответствующего движения. Отсюда – определение времени через движение, понятое как количественное накопление своих результатов: «время есть не что иное, как число движения по отношению к предыдущему и последующему» (Аристотель 1981, с. 149).

Именно это определение, связавшее время с последовательностью, стало основанием рассуждений о времени вплоть до XX в. Особенно ярко

это проявилось в физике, имеющей дело с самым фундаментальным уровнем реальности, к которому, как полагали, сводимы все остальные.

Время в смысле последовательности вполне представимо по аналогии с линией или рядом натуральных чисел, вдоль которого и «движется» все существующее. Данная аналогия сыграла огромную роль в развитии естествознания. «Великие достижения Галилея в динамике в большой степени были обусловлены удачным использованием им изображения времени геометрически в виде прямой линии» - пишет Дж. Уитроу (Уитроу 2003, с. 13).

И далее: «...математики и физики нового времени пытались объяснить время через пространство, и в этом им помогали философы...» (там же). Такая подмена предопределила как успехи математического естествознания, так и его неспособность объяснить такие черты времени как конечность и необратимость. Дело в том, что основанием всего временного здесь становится количественная бесконечность. При изображении времени как некоего ряда, попытка помыслить некое конечное состояние тождественна попытке помыслить самое большое число n – мы всегда можем представить число $n+1$, и этот ряд уходит в бесконечность. Так же и замена в уравнениях параметра t обозначающего время на противоположный ему $-t$ не приводит к неверному результату, ибо нет существенной разницы, по какую сторону от избранной точки отсчета находится искомый момент.

Сложилась парадоксальная ситуация: самая фундаментальная из естественных наук будто бы откращивалась от столь очевидного факта как необратимость времени, вплоть до признания его иллюзорности. В письме, по поводу смерти своего друга, А. Эйнштейн писал: «Своим прощанием с этим удивительным миром он... несколько опередил меня. Но это ничего не значит. Для нас, убежденных физиков, различие между прошлым, настоящим и будущим – не более чем иллюзия, хотя и весьма навязчивая» (Эйнштейн, 2005, с. 245).

Со всей определенностью об этой ситуации заявляет и современный физик Б. Грин: «Ничто в уравнениях фундаментальной физики не указывает на различие в направлениях времени, однако это совершенно расходится со всем, что нам известно из обычного повседневного опыта» (Грин 2009, с. 26). Потому понятие физического времени оказывалось явно недостаточным для описания любых необратимых процессов, в том числе биологической эволюции и геохимических. Еще в 30-е годы XX в. В.И. Вернадский писал: «Бренность жизни нами переживается как время, отличное от обычного времени физика. Это длительность – *деление*. <...> Деление характерно и ярко проявляется в нашем сознании, но его мы, по-видимому, логически правильно должны переносить и ко всему времени жизни, и к бренности атома» (Вернадский 2004, с. 510).

Однако то, что легко выговаривается крупнейшим естественником, порой трудно произносится профессиональным философом, всегда

справедливо опасающимся, не нарушит ли он тем самым объективную логику самой науки. Но сама по себе объективная логика является результатом сложнейшего процесса ее становления и осознания, а в этом осознании ведущее место принадлежит осознающему ее человеку.

И дело даже не в том, что сам познающий субъект, начиная, по меньшей мере, с «коперниканского переворота» Канта, включается в картину мира, а в том, что эта картина фундируется онтологией, как философской наукой о бытии. Ведь сама по себе объективная реальность не является бытием – она им становится, по мере того как рождается картина мира, смысловая направленность которой неразрывно связана с вписанностью человека в этот мир. И такие аспекты времени как необратимость и конечность, особенно ярко проявляющиеся в существовании человека, безусловно, входили в диссонанс с бесконечным равномерно длящимся временем Вселенной классической науки. Мир, атимпоральный по сути, и человек всегда временный – возможно с разрешением данного противоречия связаны значительные изменения в науке XX века. «Время в лишенную времени Вселенную ввел человек» (Пригожин 2005, с. 27), отмечал один из творцов современной науки И. Пригожин. Подчеркнем – не в тривиальном смысле введения времени как категории, а в смысле обнаружения времени как феномена, связанного с внутренней спонтанностью бытия.

Во многом именно свойство необратимости показало несостоительность редукции всех форм времени к одной-единственной. Ведь в случае признания существования некоего первичного «слоя» времени, определяющего все остальные его уровни, возникает фундаментальная проблема перехода от низшего к высшему, от времени физического к биологическому и т.д. Данное затруднение возникает, если изначально принимается логика развития «от простого к сложному», для которой характерно выведение всего многообразия из некоего исходного единства. По поводу такой модели, предполагающей в том числе, возникновение живого из неживого, Г.П. Аксенов писал: «Нетрудно увидеть, что вся эта история есть не что иное, как модифицированная библейская натуралистическая философия. <...> Схема данного порядка давно стала “естественной” установкой сознания, своего рода “презумпцией” происхождения жизни. Она продолжает циркулировать в литературе, несмотря на полное отсутствие хотя бы одного научного факта, подтверждающего, например, происхождение из инертного материала биологической клетки» (Аксенов 1996, с. 48).

На деле мы сталкиваемся с различными формами существования материальных объектов и присущими им специфическими чертами темпоральности.

Анализируя фундаментальные изменения в науке XX в., И. Пригожин задавал вопрос: «Как физик после открытия решающей роли линейных отношений в физике может игнорировать своеобычность человеческой

истории, в которой подобные отношения присутствуют повсеместно, вбирая в себя локальные точки зрения, глобальные видения, разнообразные представления о прошлом, настоящем и будущем?»

И далее: «...пример физики не может более побуждать другие науки к «физикализации» своего объекта. Но должен, напротив, раскрыть перед ними ту проблему, которую они разделяют вместе с физикой, – проблему становления» (там же).

Проблема становления, занимающая центральное место в современной научной картине мира, была важнейшей в философском творчестве Бергсона. В его философии время есть длительность, понятая как творческое становление, характерное для всего сущего. Но наиболее ярко – и это исходный пункт философии Бергсона – такая длительность проявляет себя в сознании и переживании человека. Бергсоновская длительность, эксплицированная из психологического феномена, фундаментально отлична от времени классической физики, прежде всего – своей принципиальной необратимостью и сопряженностью с протекающим процессом. Несмотря на популярность этой философии, она не могла быть принята научным сообществом, так как в существенном своем аспекте – тождество длительности и человеческого Я – основывалась на интуиции. Но бергсонизм стал выражением того витавшего в культуре умонастроения, которое стимулировало интерес к эволюционным процессам, требовавшим для своего осмыслиения иного понятия времени. И это бесспорно способствовало их принятию и осмыслинию в научном сообществе.

В современной научной картине мира необходимой составляющей стала синергетика, в которой время неотделимо от существующего процесса, оно не является пришедшим извне параметром, но внутренней характеристикой самого процесса. В той новой онтологии, которая должна включать в себя принципиальные изменения картины мира, произведенные синергетикой, время более не может рассматриваться как «четвертая координата» вдоль которой происходят те или иные процессы. Так же как длительность Бергсона, оно неотделимо от самого существования того или иного процесса. Синергетическое «внутреннее время» системы логически совпадает с хайдеггеровским пониманием изначального (собственного) времени бытия человека как конечного, несмотря на то, что выявлены они в разных предметных областях. Для Хайдеггера именно собственная конечность индивидуализирует человека. В синергетике каждому процессу присуще свое собственное время. Как отмечает И. Пригожин: «...внутреннее время существенно отличается от внешнего времени, отсчитываемого нами по наручным часам. Оно соответствует скорее возрасту человека» (Пригожин 2006). Переход от внешнего времени к внутреннему времени-возрасту каждого процесса позволяет рассматривать мир как многомерный, в себе самом содержащий возможности дальнейшего развития и порождения нового.

В новой онтологии, где на место ставшего пришло становление, существующего – возникающее, где неопределенность и случайность выступают основанием нового, в этой онтологии незавершенного мира время занимает самое фундаментальное положение. И осмысление времени в новых условиях должно учитывать фундаментальные изменения, произошедшие с этим понятием в картине мира. Это, во-первых, принципиальная необратимость времени, не являющаяся только интуитивной, как у Бергсона. Во-вторых, конечность, применимая не только к бытию человека, как у Хайдеггера, но к существованию любого процесса. В-третьих, связь модусов времени – прошлого, настоящего и будущего здесь гораздо сложнее, чем это мыслилось классикой. При этом вклинивающаяся в эти связи случайность оказывается соотносимой с человеческой свободой, тематизированной философией экзистенциализма (Мещерякова 2007, с. 115-116).

Ныне изменившаяся картина мира и новая роль времени в ней ждет новых способов и результатов философского осмысления. Однако признание существования собственного времени каждого процесса и возникающая таким образом множественность времен вновь ставит вопрос о его рациональном осмыслении, и шире – о возможности понятия времени вообще.

Лабиринты души. Августин Аврелий. Исповедь; Блез Паскаль. Письма к провинциальному. – Симферополь: Реноме, 1998. – С. 159.

Аксенов Г.П. О причине времени // Вопр. философии. – 1996. – №1. – С. 48.

Аристотель. Физика // Аристотель. Соч.: В 4 т. – М.: Мысль, 1981. – Т.3. – С. 149.

Вернадский В.И.. Проблема времени в современной науке // Вернадский В.И. Биосфера и ноосфера. – М.: Айрис-пресс, 2004. – С. 510.

Грин Б. Ткань космоса: Пространство, время и текстура реальности. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – С. 26.

Мещерякова Н.А. Случайность в детерминистской онтологии: проблема легитимизации (Эйнштейн и Пригожин) // Эйнштейн и перспективы развития науки. – М.: Репроникс, 2007. – С. 115-116

Пригожин И. От существующего к возникающему: Время и сложность в физических науках. – М.: КомКнига, 2006. – С. 206.

Пригожин И. Переоткрытие времени // Вопр. философии. – 1989. – №8. – С. 12.

Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. – М.: КомКнига, 2005. – С. 27.

Уитроу Дж. Естественная философия времени – М.: Эдиториал УРСС, 2003. – С. 13.

Дискуссия

По докладу В.В. Инютина

Проф. Стернин И.А.

- Владислав Валентинович! В своём докладе Вы сначала сказали, что время – это явление необъективное, потом прозвучала фраза о том, что время – это свойство материи, оно появляется вместе с материей, т.е. в момент Большого взрыва. Стало быть, время объективно?

Преп. Инютин В.В.

- Иосиф Абрамович, излагая в своём докладе теорию Большого взрыва, я преследовал цель показать, что большой взрыв – это иное состояние мира по сравнению с тем, которое было до него. Возможно, именно до Большого взрыва времени и не существовало. Иными словами, не во всех своих состояниях (фазах) мир характеризуется таким свойством как время.

Опять же, до Большого взрыва не было того, кто был бы способен время воспринять, не было сознания, следовательно, не было и времени.

Проф. Кравец А.С.

- Вспоминается идея Маркса о том, что все серьёзные выводы делаются на основании науки, а наука не что иное, как творчество человека. Стало быть, все научные выводы субъективны! Но ведь это не так.

Я не спорю с тем, что до Большого взрыва не было сознания. Я предлагаю различать время субъективное (время восприятия) и объективное, и всё встанет на свои места.

Проф. Стернин И.А.

- Так, например, с возрастом ускоряется ход времени. Это и есть субъективное восприятие времени.

Преп. Инютин В.В.

- Я считаю, что время, его восприятие, в принципе субъективно. Согласно квантовой теории время локально. То, что мы здесь и сейчас воспринимаем как время, просто является усреднением всех локальных времён здесь сидящих людей.

Проф. Стернин И.А.

- В физике время – вполне реальная вещь. Философское и физическое понимание времени коррелируют?

Преп. Инютин В.В.

- Я полагаю, что нет, и их не следует путать.

Проф. Стернин И.А.

- Альберт Эйнштейн физик или философ?

Преп. Инютин В.В.

- И философ, и физик. Как раз Альберт Эйнштейн и придерживался той идеи, что время не существует.

Проф. Кравец А.С.

- Думаю, эта проблема решается сложнее. В своё время были показаны парадоксы ньютоновской точки зрения. В специальной теории относительности Эйнштейн показывает, что все характеристики пространства и времени относительны системе отсчёта.

Эйнштейн вводит время как измерение. Временная координата может меняться в различных системах отсчёта. Ввиду того, что системы координат всегда относительны, относительно и время. Согласно эйнштейновской концепции, время всегда связано с движением (что, кстати, идёт вразрез с идеями Маха).

На мой взгляд, и пространство, и время существуют. Их относительность не отменяет их существования. Мне кажется, в нашей беседе путаются два понятия – относительность и субъективность, что не одно и то же.

Проф. Стернин И.А.

- А есть физическое подтверждение относительности времени?

Проф. Кравец А.С.

- Да, есть. В частности, это наблюдение за звёздами-близнецами, наблюдение над светом, идущим от далёких звёзд.

В современной физике существуют разные концепции времени. Есть субстанциональная: время не зависит от мира; есть реляционная. Я придерживаюсь последней.

*По докладу А.С.Пономарёва*Доц. Гаспаров И.Г.

- Уточните, пожалуйста, понятие «длительность».

Проф. Кравец А.С.

- Длительность – это протяжённость между двумя событиями.

Преп. Пономарёв А.С.

- Оставаясь в рамках классических философских категорий, это понятие уточнить нельзя. Длительность можно понять как экстатичность существования: внутри системы есть изменчивость, например, творческая спонтанность. Согласно концепции Бергсона, предметы делятся, подобно нам самим. Так, чашка приготавливаемого кофе должна продлиться до тех пор, пока кофе будет готов. У чашки кофе есть своя длительность, с которой мы должны считаться.

Преп. Инютин В.В.

- Как осуществляется координация между различными временами различных объектов?

Преп. Пономарёв А.С.

- Во-первых, мы можем здесь говорить о предустановленной гармонии (такую координацию осуществляет Господь Бог). Но эту точку зрения я рассматривать не буду. Во-вторых – просто встреча. Например,

встречается много людей – складывается сложная система индивидуальных времен.

Проф. Кравец А.С.

- Пересекаться могут жизни, события; время же ТЕЧЁТ.

Доц. Тимошина Т.В.

- Какие существуют доказательства существования субъективного и объективного времени? Существуют ли в философии критерии сравнения индивидуальных времен?

Проф. Кравец А.С.

- Я понимаю, что вас интересует соотношение субъективного и объективного времени. Философия их не сравнивает.

М.Я. Розенфельд

Содержание

От редколлегии	3
Когнитивное сознание	
Беляева Н.Л. Тенденции развития концепта «Семья» в русском и немецком языковом сознании	4
Дюжакова С.Г. Концепт «Эмоциональная привязанность» в пословицах и поговорках русского языка	7
Инютин В.В. Концепт «Земля» в русской литературе (XVIII - первая половина XIX вв.)	11
Литвинова Л.А. Концепт «Деревня» в американском художественном тексте	29
Литвинова Ю.А. Номинативное поле концепта «Город» в английском языке (по данным словарей)	33
Мещеряков А.Н. Концепт «Положительная эмоция» (на материале немецкого и русского языков)	36
Стернин И.А. Фирма «Камелот» в зеркале глаголов деятельности	41
Коммуникативное сознание	
Богачёв С.В., Чарыкова О.Н. Деловое письмо как продукт национального сознания (на материале русского, английского и китайского делового письма)	51
Вахтель Н.М. Формы выражения эмоций в спонтанном разговорном дискурсе (экспериментальное исследование)	55
Стеблецова А.О. Дискурс оперативного взаимодействия или Workplace Discourse: к вопросу о различиях между англоязычной и русскоязычной коммуникативными культурами	65
Косенкова В.В. Смыловые сферы положительной оценки в рекламе автомобилей	71
Морозова О.Н. Политическая имидж-реклама в интернет-пространстве Великобритании как средство формирования общественного мнения	74
Морозова Т.В., Панкова Т.Н. К проблеме особенностей поэтического перевода (на примере лирики Лорки)	80
Фефелова О.Ю. Неологизмы и национальное сознание	83
Салимьянова Г.В. Коммуникативное поведение в ситуации гостеприимства в английской, русской и башкирской лингвокультурах	85
Скаврон Е.А. Алгоритм построения убедительного текста	89

Федюнина Е.С. Типология агрессивных речевых актов	92
Зверева О.В. Особенности использования коммуникативных стратегий младшими школьниками	99
Лингвокультурология	104
Маклакова Е.А. Лингвокультурологические аспекты семантики имени собственного	104
Садик Гумар Аббоуд. Обряд свадьбы в арабском мире	110
Дидактика	118
Саломатина И.В. Формирование коммуникативного сознания школьников на уроках русского языка	118
Тавдгиридзе Л.А. Учебный текст и дистанционное обучение	121
Хроника	123
Научно-теоретический семинар «Язык. Сознание. Концептосфера» (12.12.2010)	123
Инютин В.В. Некоторые аспекты понятия «время» как философской категории	124
Пономарев А.С. Проблема понятийного выражения времени	127
Дискуссия по докладам (М.Я. Розенфельд)	132