

Язык и национальное сознание

**Научное издание
Вып.2
Ч.2**

Национальная специфика языка
(внутриязыковые исследования)

А.А.Кретов

Закон возрастающей звучности в славянском слоге и его теоретические последствия

Закон восходящей звучности в слоге принято связывать с именем Н.Ван-Вейка - голландского представителя школы Ф.Ф.Фортунатова. Примечательно, что в его главном труде “История старославянского языка” (М, 1957) отсутствует формулировка закона; говорится лишь о “тенденции к восходящей звучности (Sonoritätswelle), в результате действия которой “претерпели изменения не только закрытые слоги, став открытыми, но изменились и нисходящие дифтонги, благодаря чему наиболее звучной оказалась конечная часть слога” (с. 64). По мнению исследователя, тенденция к восходящей звучности охватывает 8 фонетических процессов (с. 74-75).

Интересно, что о восходящей звучности пишут как о “тенденции” или как о “принципе”: “в результате действия ПРИНЦИПА возрастающей (или восходящей) звучности каждый слог в старославянском языке оканчивался гласным или слоговым сонорным согласным (если в слоге не было гласного). Это явление принято называть “ЗАКОНОМ ОТКРЫТОГО СЛОГА” (Хабургаев Г.А., Старославянский язык, М., 1974, с. 107). Налицо курьёзная ситуация: результат действия ТЕНДЕНЦИИ или ПРИНЦИПА “принято называть” ЗАКОНОМ.

Перед нами выбор: либо отказаться от признания “закона открытого слога”, либо признать законом “восходящую звучность в слоге”, поскольку “открытый слог” - лишь одно из следствий действия закона восходящей звучности. Поскольку объяснительная сила последнего велика, предпочтительней отказаться от термина “закон открытого слога” как от частного случая, поглощаемого более общим - “законом восходящей звучности” (далее - ЗВЗ).

Развернутую формулировку ЗВЗ находим у Г.А.Хабургаева: “звуки речи внутри одного слога... могли располагаться только в таком порядке: фрикативный согласный - смычный согласный - носовой сонорный или В - плавный согласный - гласный”. “Более звучный звук... невозможен в положении перед менее звучным или равным ему по звучности” (Хабургаев, с. 106-107]. Иными словами, *славянский* закон возрастающей/восходящей звучности (ЗВЗ) действует а) в рамках слога, б) внутри словоформы, в) в хронологическом интервале от устраниния геминат ($tt > st$) до падения ре-

дуцированных, а на суффиксальном стыке - по сей день. Хотя процесс устранения геминат протекал в позднем индоевропейском языке и является общим для всех ИЕ языков, этот факт нисколько не мешает нам констатировать полное его соответствие ЗВЗ и видеть в устраниении геминат начало того процесса, который завершился в праславянский период.

Собственно закон состоит из двух частей: 1) из распределения фонем языка по группам, каждой из которых присваивается условный вес (состав и количество групп, равно как и природа присваиваемых весов - предмет отдельного обсуждения; Г.А.Хабургаев выделяет 5 групп: STNRO с весами 12345); 2) при формировании слова ЗАПРЕЩЕНА НЕВОЗРАСТАЮЩАЯ последовательность условных весов фонем (соседство единиц с одинаковым весом или убывающая последовательность условных весов фонем в слоге).

Таким образом, случаи типа *исходити*, *въходити*, не являются исключением из ЗВЗ, потому что последовательность сх находится не внутри словоформы, а на стыке двух словоформ: *ис ходити*, *въс ходити* (ср. замечание Г.А.Хабургаева о “морфологической” природе этих случаев (с. 107) . Более того, само это “исключение” является собственно лингвистическим указанием на условность и (по крайней мере, морфонологическую) небесспорность интерпретации приставки как части словоформы. Развернутая аргументация семантической автономности приставок на материале современного русского языка представлена в работе З.Д.Поповой и Г.А.Волохиной “Русские глагольные приставки: семантическое устройство, системные отношения” (Воронеж, 1993).

Видимо, именно недооценка статуса ЗВЗ, отношение к нему как к “тенденции” или “принципу” мешает исследователям обратить внимание на целую группу однородных фонетических процессов, описываемых в курсе старославянского языка, но никак не вытекающих из ЗВЗ и не объясняемых им.

Речь идет о судьбе шумных (в первую очередь - смычных) согласных в позиции перед сonorными (последовательности типа TN), например, *подвинуть - подвигнуть, воздвигнуть*. Очевидно, что в первом случае Г перед Н утрачен, поскольку во втором случае сочетание ГН налицо. Правда, из этого не следует, что первая форма моложе второй: “старославянский язык часто восстанавливает его [смычный согласный] по аналогии, ср. ст.-слав. по-гыбнжти” [Мейе А. Общеславянский язык, М., 1951, с.124], на фоне русск. *сгинуть, загинуть*, глагол же без упрощения *погибнуть* явно заимствован из церковнославянского языка.

Принципиально важным оказывается следующий отмечаемый А.Мейе, но без хронологических выводов факт: “Однако сочетания *pn*, *bn* [как и прочие сочетания типа TR - А.К.] не противоречили славянскому типу [т.е. ЗВ3 - А.К.]: старославянский и другие славянские языки восстановили по аналогии губную [и не только губную - А.К.] согласную в глаголах на -nqtí под влиянием аористов, производных глаголов несовершенного вида и производных отглагольных и отыменных существительных [Мейе 1951:114]”.

Наличие сочетаний типа TN в литовском языке при их отсутствии в старославянском позволяет отнести процесс упрощения групп типа TN > N к эпохе между балто-славянским и праславянским периодом. К данному процессу имеют отношения следующие явления, отмеченные в истории праславянского языка: TN > N; TM > M. (См. труды Г.Шевелёва, П.Арумаа, К.Лиукконена [1987:189-202] и Ж.Ж.Варбот [Этимология 1988-1990, М., 1993, с.193-197].

Процессы, не объясняемые “законом восходящей звучности”

T N,R	N	M	L	R
P	*usъPN Qti > *usъNQ ti	*naliP Mъ > *naliM ъ		
B	*sъgъB NQtí > *sъgъN Qtí	*ošiBM ъ > *ošiMъ		
T	*vъrTN Qti > *vъrNQ ti	*verTM en > verMę	m e T L ъ > m e L ъ	sr > str

D	*zaxolD NQt _i > *zaxolN Qt _i	en >	*pleDM *pleM _ę	*m yDLo > *m yLo	z r > zdr
K	*pl _s K NQt _i > *pl _s N Qt _i	Mъ >	*zatyK *zatyM		
G	*troGN Qt _i > *troNQt i	ъ >	*laGM *laMъ ‘гроб’ < ‘кладище’		

Позднеславянской репликой процесса TN > N представляется южно- и восточнославянский процесс TL > L ($*meTLъ > *meLъ *myDLo > *myLo$). То, что он затронул не все смычные, а только дентальные, а также то, что он не распространился на польский язык, имеющий огубленный L (и некоторые другие западнославянские языки), заставляет принять объяснение А.Мейе, состоящее в том, что таким образом устранилось артикуляционно трудное сочетание звуков, совпадавших по месту, но расходившихся по способу образования [Мейе 1951:111].

Принципиально важным является указание на причины и назначение ЗВЗ. В ранний период ПИЕ (индоевропейский праязык) был языком активного строя, структура которого предполагала практическое тождество слога и морфемы. Предложение собиралось из морфем, и соответствие значимых единиц артикуляторным соответствовало строю языка. Трансформация ПИЕ в язык номинативной структуры в конечном итоге явилась причиной становления ЗВЗ, поскольку привела к формированию значимых единиц больших, чем морфема, но меньших, чем предложение (морфемных комплексов \approx слов). В связи с этим потребовалось каким-то образом обозначить границы новых значимых единиц. Одним из таких средств оказалось изменение структуры слога в соответствии с ЗВЗ и, соответственно, перемещение границ слога, приведшее к несовпадению границ слога с границами морфем. Именно это несовпадение и выступило в качестве своеобразного “клей”, скреплявшего морфемы новых значимых единиц. То, что ЗВЗ не действует (или действует весьма непоследовательно) на приставочном стыке, заставляет предположить, что в описываемый период приставка еще не

являлась частью слова и, по существу, ничем, кроме позиции (перед глаголом, а не перед именем), не отличалась от предлога. Таким образом, ЗВЗ обеспечивал фонологическую связность морфем, входивших в новую значимую единицу (≈ слово).

Вторым средством, “скреплявшим” морфемный комплекс с единой номинативно-сintаксической функцией явился “закон слогового сингармонизма”, что обсуждалось в нашей предшествующей публикации (Филол. записки, № 10, 1998, с. 123-135).

Соответственно, все фонетических процессы праславянской эпохи могут быть разделены на объясняемые ЗВЗ и не объясняемые им. Процессы типа TR > R и SR > R (чъРхныи > чърный; луХна > луна), а также SR > STR (всТреча; зДря) не противоречат ЗВЗ, а следовательно, и не объясняются им.

Роль ЗВЗ не ограничивается возможностью выделить фонетические процессы, предшествовавшие ЗВЗ и последовавшие после него. ЗВЗ может и должен привлекаться при мотивировке причин метатезы. И, напротив, этимологии, исходящие из немотивированных метатез, требуют сугубо осторожного отношения. В качестве примера метатезы, мотивированной необходимостью соответствия закону возрастающей звучности, можно привести целый ряд слов с корнем *къrć-: *кочевряжиться* из *корчевяжиться*, *кочегар* из *корчегар*, *кочерга* из *корчега*, *кочедык* из *корчетык*, *кочерукий* из *корчерукий..*

Следует отметить, что, как и закон слогового сингармонизма, ЗВЗ в славянских языках “перешел” с фонетического уровня на морфонологический и сохраняет свою силу только внутри слова - на суффиксальных стыках. Поэтому неуместной представляется наивно-физикалистская критика со стороны Л.В.Бондарко ЗВЗ и основанного на нем принципа слогоделения Р.И.Аванесова [Л.В.Бондарко Слогораздел// Рус. Язык: Энц.-2 1998, с. 512-513]. Нет смысла критиковать название закона: “восходящий” может быть не звучность, а мускульное напряжение или даже вообще непознанная величина, выражаемая относительными весами, присваиваемыми каждой из групп фонем (тут можно согласиться, что аванесовское разбиение фонем на три группы недостаточно). Важно, чтобы закон выполнялся и - пусть даже чисто условные - веса следовали в порядке возрастания. Поэтому замером децибел и апелляцией к “реальной звучности” невозможно доказать, что ЗВЗ не действует, поскольку в слове *ко-шка* Ш “реально” звучнее, чем К. Более того, добросовестный позитивизм сторонников “реальной звучности” приводит к тому, что человек с обостренным слухом уподобляется глухому,

забывая о главном: *слушают не ухом, а умом*. Разумеется, в слове *льдина* ни один прибор не зарегистрирует гласной морфонемы {Ь}, которую мы слышим в словах, *ледник, лёд*. Но для того человеку и дан разум, чтобы размышлять над тем, что он слышит, а не просто регистрировать воспринимаемое. Нет нарушения ЗВЗ и в словах *ржавый, ртуть* - ср. их морфологическую транскрипцию {ръ/д=й=A/в_ый; ръ/т=У/т_ь}. Знаком [=] обозначен суффиксальный стык, знаком [—] - флексивный, а знаком [/] - граница между слогами.

Ю. В. Белильцева
Термины лидерства и их место в национальной культуре

Каждое общество ценит определенные личностные качества выше других. В американском обществе, помимо уверенности в себе и агрессивности в достижении целей, высоко ценятся лидерские качества. Американские ученые, в частности, изучают факторы, влияющие на формирование и становление лидера. Проведенное нами исследование показало, что одним из таких факторов является язык, а именно, активное использование терминов лидерства в разговорной и письменной речи. Термины лидерства в большинстве своем называют принципы, которыми должен руководствоваться лидер. Таким образом, установки на лидерство внедряются в общественное сознание и нацеливают человека на их использование, помогая ему, тем самым, обретать лидерские качества.

Во многих терминах лидерства в английском языке мы находим примеры метафор, зооморфизмов, аллитерации, эпитетов, в том числе и метафорических. Например, Дж. Тобин является создателем метафорического термина the tail wagging the dog - "хвост, виляющий собакой", который означает, что часто люди подчиняют свою жизнь, поступки, поведение и даже мысли внешним обстоятельствам, другим людям, навязанной работе. В подобном случае последние управляют человеком, а не наоборот. Или в форме другого термина того же автора наблюдается использование приема юмористической иронии the alligator-mouth syndrome – "синдром рта аллигатора", что означает "не берите на себя большее количество работы/обязанностей, чем вам под силу".

Особенностью терминов лидерства является то, что они активны, призывают к действию. Например, термин put first things first (= делайте первое первым) призывает организовывать и распределять время в зависимости от приоритетов, ценностей и жизненных целей. Термин six thinking

hats (шесть стилей мышления) подразумевает применение целой системы ходов по анализу конкретных ситуаций.

Наше исследование базировалось на изучении массива американской специальной и популярной литературы, учебных курсов по развитию лидерства. В результате анализа было выделено 68 лексических единиц, которые отражают ключевые понятия семантического поля лидерства и на базе которых в ходе работы был составлен словарь терминов лидерства. Среди них такие, как begin with the end in mind ("думай с конца", т.е. начинай каждое дело с четким представлением о конечной цели и результатах), challenge (вызов), dependence (зависимость от других людей и обстоятельств), followership (стремление подчиняться, быть ведомым), fuzzy logic ("нечеткая логика", названа так, потому что в такой логике нет четких границ между верным/неверным). Термин связан с понятием lateral thinking – см. ниже), gofer's creed (добровольное принятие статуса "мальчика на побегушках", зависящего от воли других людей), interdependence (взаимозависимость), interpersonal leadership (межличностное лидерство, творческое сотрудничество и поддержка между лидерами), lateral thinking (латеральное мышление, букв. "боковое", решение проблем с помощью нетрадиционных и, на первый взгляд, нелогичных методов. Это понятие противопоставляется понятию vertical thinking, "вертикальное мышление", при котором каждый новый шаг логически вытекает из предыдущего), mission statement (определение для себя/компании главных целей и ценностей и последовательное следование им), personal leadership (самолидерство), proactive ("проактивный", т.е. способный подчинять чувства, желания, поступки себе и своей конечной цели, а не обстоятельствам), quick fix (добившийся славы/материального благополучия за короткий промежуток времени), stewardship delegation (доверительное делегирование / наделение других людей частью прав и обязанностей руководителя), synergize ("объедините усилия в достижении общей цели", навык творческого сотрудничества) и многие другие.

Для выявления качественных и количественных изменений в семантическом поле лидерства был проведен анализ лексикографических данных за период с 1765 по 1996 гг. Были обработаны данные 34 словарей. Среди них: 19 англо-английских толковых словарей (1765-1996 гг. издания), 2 энциклопедических словаря (Энциклопедия Американа, 1995 г. и American Heritage Dictionary, 1993), 3 тезауруса (1962, 1976, 1994 гг.), 5 специальных словарей (Словарь психологических терминов, 1994 г.; Longman Language Activator, 1995; Dictionary of Quotations, 1997; Dictionary of Banking and

Finance, 1996; Marketing Dictionary, 1996), 2 словаря идиом (1994, 1995 гг.), 1 англо-русский словарь (1981г.). Кроме того, были учтены данные 2 словарей терминов (glossary of terms) в специальной литературе по менеджменту (Production and Inventory Management, Fogarty D.W., 1991; Retail Management, 1990) для определения модификации значения изучаемых терминов в более узких семантических полях и изучения современных тенденций их функционирования.

Результатом лексикографической работы явилось создание двухосевой матрицы (морфологической таблицы) с дефинициями и формами всех терминов в каждом из использованных словарей. Из 68 терминов лидерства, выделенных в ходе исследования, в словарях зарегистрированы только 31.

Установлено, что наибольшей частотностью отличаются единицы, обозначающие ключевые понятия темы. Так, существование термина challenge и самой реалии "вызыва" предполагает выбор человеком двух основных способов поведения:

1) возможность быть последователем (follower) с характерным для него положением зависимости от других людей и обстоятельств (dependence);

2) позиция лидера (leader) с присущими ему качествами эффективности и продуктивности (effective, efficient).

Лексические единицы delegation и stewardship вместе образуют один термин - stewardship delegation (делегирование полномочий и обязанностей), обозначающий один из методов, используемых истинным лидером. Лидерство (leadership) последовательно связано с взаимозависимостью и взаимополаганием (interdependence), которое в свою очередь предполагает применение synergy - "объединение усилий в творческом сотрудничестве", результатом которого является выигрыш (win). Остальные термины, т.е. термины с частотностью от 7 и ниже, обозначают дополнительные атрибуты в арсенале лидера. Это, в частности, разные стили мышления (lateral thinking, thinking cap, vertical thinking, fuzzy logic) и способы поведения (gofer, proactive, quick fix, followership). При этом термин lateral thinking зарегистрирован в шести словарях, в то время, как не менее важный, противоположный по значению термин vertical thinking, указан единственno в словаре цитат (The Wordsworth Dictionary of Quotations. 1997) в составе отрывка из книги Э. де Бено, автора этого термина.

В культурном обмене между Россией и западными странами наблюдается следующая особенность: из русской культуры заимствуются поня-

тия, связанные с духовностью, взамен приходят понятия прагматического характера. Заимствование терминов лидерства еще раз подтверждает эту тенденцию.

В.В.Поталуй

Лексико-семантическая группа “руководитель” в русском языке

Предметом исследования является лексико-семантическая группа “руководитель” в русском языке, выделенная методом ступенчатой идентификации (Э.В.Кузнецова). Идентификаторами ЛСГ “руководитель” в русском языке явились: руководитель, начальник, заведующий, управляющий, глава, предводитель, председатель, правитель.

Состав ЛСГ расчленился на две подгруппы на основании оппозиции наличие/отсутствие семы “сфера руководства”: “общие названия руководителей” и “специальные названия руководителей”.

В подгруппу “общие названия руководителей” вошли единицы, не содержащие указания на сферу производства: руководитель, начальник, глава, управляющий, заведующий, администратор, шеф, босс, патрон, принципал, голова, старший, главный, вождь, лидер, правитель, отец, председатель.

Подгруппа “специальные названия руководителей” делится на семантические микрогруппы:

- 1) руководители правительств (премьер-министр, канцлер)
- 2) руководители министерств (министр, нарком)
- 3) руководители государств (царь, монарх, император, тиран, сатрап)
- 4) местные исполнительные власти (градоначальник, мэр, префект, губернатор, наместник)
- 5) главы племен, родов (вождь, патриарх, старейшина)
- 6) руководители творческих коллективов (главный редактор, режиссер, постановщик, дирижер, балетмейстер, капельмейстер)
- 7) религиозные руководители (патриарх, епископ, митрополит, настоятель, архимандрит, архиепископ, протодьякон, диакон, архиерей, игумен)
- 8) непосредственные руководители производственных коллективов (прораб, бригадир, мастер, десятник)
- 9) руководители служб, обслуживающего персонала (метрдотель,

дворецкий, мажордом)

10) руководители предприятий, учреждений и их подразделений (директор, управляющий, президент, заведующий, генеральный директор)

11) руководители учебных заведений и их подразделений (ректор, директор, декан, заведующий, завуч)

12) руководители стихийных группировок (атаман, главарь, воожак, зачинщик, заправила)

13) руководители политических организаций (лидер, вождь, секретарь, партбосс, предводитель)

14) судебные руководители (генеральный прокурор, главный конституционный судья, главный военный прокурор)

15) руководители детских и молодежных организаций (комсорг, звеневоюй, вожатый)

16) военные руководители (военачальник, полководец, командир, главнокомандующий, командир взвода, комдив, командующий, начдив, ротный, политрук)

17) руководители полицейских подразделений (комиссар, пристав)

18) спортивные руководители (главный тренер, капитан)

19) руководители уголовных (преступных) группировок (авторитет, пахан)

В ЛСГ “руководитель” в русском языке можно выделить ядро и периферию. В ядро входят единицы с наиболее общим значением, наиболее частотные и стилистически нейтральные. Соответственно, периферию образуют единицы с более конкретным значением, малочастотные. Частотность лексической единицы определялась по Частотному словарю русского языка.

В ядре ЛСГ выделился центр - единица “руководитель” с частотностью употребления 137. В ядро ЛСГ входят стилистически нейтральные лексические единицы: *старший* (726), *главный* (509), *глава* (150).

Периферия делится на ближнюю, дальнюю и крайнюю.

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

В дальнюю периферию входят профессиональные, узкоспециальные малочастотные единицы, например: *дирижер* (5), *губернатор* (10), *начдив* (13), *атаман* (13); стилистически окрашенные: *властелин* (14) (высокое),

патрон (32) (разговорное); имеющие семы “устаревшее”, “историческое”: *царь* (113), *нарком* (2).

Единицы, относящиеся к крайней периферии, преобладают в названиях руководителей высшего звена в промышленной и сельскохозяйственной сферах, учебной, религиозной сферах, в микрогруппе руководителей уголовных коллективов. Также в крайнюю периферию входят единицы, обладающие семой “характерность для зарубежной действительности”: *канцлер* (1), *фюрер* (11). Лексические единицы, не зафиксированные в частотном словаре, автоматически относятся нами к крайней периферии.

Можно сделать вывод о том, что в ЛСГ “руководитель” количественно преобладает периферийная лексика.

Компонентный анализ единиц исследуемой группы позволяет дать следующее определение понятия “руководитель”: лицо, выборное, назначенное или наследственное, обладающее реальной властью, имеющее в подчинении другое лицо или группу лиц, в отношении которых оно наделено правом отдавать распоряжения, распределять ответственность, планировать и контролировать деятельность, подбирать кадры и несущее ответственность перед вышестоящими лицами или избравшим органом за деятельность руководимой группы людей. Гипероним *руководитель* является наиболее абстрактным по значению, и в словарных дефинициях данная лексема часто служит идентификатором, имеет высокую частоту и образует множество сочетаний: руководитель делегации, руководитель туристического похода, классный руководитель, руководители цехов, кафедры, научный руководитель.

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

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

Испытуемыми были выделены следующие дополнительные семы в значении исследуемого слова: (цифра означает количество информантов, выделивших данный признак): умеющий организовывать (6), умеет ладить (4), умеет общаться (4), умный (4), строгий (4), координирует деятельность (3), справедливый (2), уважаемый (2), умеющий зажечь (2), ответственный за коллектив (2), интересен для других (2), обладает сильным характером (1), инициативный (1), заинтересованный в своем деле (1), многосторонне

развит (1), современный (1), образованный (1), находящий золотую середину (1), стоящий во главе (1), поддерживающий эффективность действий (1), объединяет группу (1), уравновешенный (1), честный (1), понимающий (1), ставящий цели (1), указывающий методы и средства их достижения (1), фанатик в деле (1).

Таким образом, значение слова *руководитель* в русском языке имеет большую семантическую периферию, в которой наиболее яркими являются семантические компоненты *умеющий организовывать*, *умеет ладить*, *умеет общаться*, *умный*, *строгий*, *координирует деятельность*. Характерно, что периферийные семы в значении исследуемого слова преимущественно характеризуют в русском языке идеального руководителя, такого, каким его хотят видеть люди, что свидетельствует, видимо, о том, что в сознании носителей русского языка существует представление, что реальные руководители этими признаками в полной мере не обладают.

С.А.Трухина

Немецкие исторические фразеологизмы

Фразеологические единицы наиболее полно раскрывают свое значение при лингвострановедческом подходе к их изучению, когда раскрывается культурный компонент значения ФЕ. Во фразеологизмах ярко проявляется национально-культурная специфика языка, поскольку значения ФЕ очень тесно связаны с особенностями географии, истории, экономики, общественного устройства, фольклора, литературы, науки, подробностями быта, обычаями народа - носителя соответствующего языка. Изучение этого материала повышает интерес к языку, оказывает воспитательное воздействие на студента, раскрывает сокровища чужой культуры.

Фразеологические словари современного немецкого языка и толковые словари немецкого языка фиксируют определенное количество фразеологизмов исторического происхождения. Большая часть этих единиц связана с событиями военной истории Германии. В хронологическом порядке исторические фразеологизмы можно расположить следующим образом.

Фразеологизмы, восходящие к историческим событиям до XVII века: hausen wie die Hunnen - вести себя по-варварски ; распоясаться. Гунны - кочевой народ. К 70-м годам IV века относится начало массового передвижения гуннов на Запад, давшие толчок так называемому Великому пересе-

лению народов. Наибольшего территориального расширения и моши гуннский союз племен достиг при Аттиле (434-453 г.г.).

die Zeit des groben Sterbens - время великого мора (эпидемия чумы в средневековой Германии и другие эпидемии в XIV - XV вв.)

Очень хорошо известен фразеологизм - nach Kanossa gehen - идти в Каноссу, (идти с повинной, унижаться). Каносса - замок в Северной Италии, куда в 1077 г. германский император Генрих IV, отлученный своим противником римским папой Григорием VII от церкви, пошел пешком, чтобы принести покаяние. Три дня простоял германский император перед воротами замка и испросил у папы прощения. «Идти в Каноссу» стало означать согласиться на унизительную капитуляцию.

Следующая группа представляет собой фразеологизмы, в основу которых легли исторические события и факты XVII века.

Das sind mir bohmische Dorfer - неизвестные, непонятные вещи (букв. - это для меня богемские деревни). ФЕ получила распространение во время 30-летней войны в Германии (1618-1648 гг.) В XVI веке королевство Чехия, включенное в состав государства Габсбургов, было переименовано в Богемию. Названия чешских деревень звучали для немцев непривычно.

Наряду с этой ФЕ существует выражение «das kommt jmdm. bohmisch vor» в значении: что-либо кажется кому-либо странным и непонятным. Таким образом, в те далекие времена Испания и Богемия ассоциировались для немцев с чем-то непонятным, далеким, странным.

Fluchen wie ein Landsknecht - ругаться на чем свет стоит (букв. ругаться, как ландскнехт). Ландскнехты - немецкая наемная пехота в XV - XVII вв., являвшаяся на службу с собственным оружием. Родиной ландскнехтов была Швабия (Южная Германия). Ландскнехты особенно отличались в ругани, часто на разных языках (результат их похождений по разным странам).

Фразеологизмы - ein alter Zopf - пережиток прошлого, устаревший обычай; устаревшие взгляды (букв. старая коса) и «den alten Zopf abschneiden» - порвать со старыми традициями, обычаями (букв. отрезать старую косу) - напоминают о том периоде в немецкой истории, когда прусский король Фридрих Вильгельм I ввел в армии мужскую прическу с косичкой сзади. После 1780 г. под влиянием Французской революции и в ходе военной реформы, которую провели генералы Шарнхорст и Гнейзенау, обязательный в Прусской армии парик с косичкой был отменен. Парик с косичкой на долгие годы остался символом косности, реакции, реставрации. Это обстоятельство и определило значение фразеологических единиц и их кон-

нотацию: речь идет не просто об устаревших взглядах и обычаях, а о чем-либо, что крайне отрицательно характеризуется.

Фразеологизмы, в основу которых легли исторические события и факты XVII века:

Ab nach Kassel! - с глаз долой! катись! (букв. убирайся в Кассель). Фразеологизм переносит нас во времена войны североамериканских колоний Англии (1775-1783) за независимость. Город Кассель, столица княжества Гессен, был сборным пунктом рекрутов, проданных немецкими князьями. Только ландграф Гессена продал для этой войны 12800 своих подданных.

Der alte Fritz - старый Фритц (букв.) - это общепринятое прозвище прусского короля и курфюрста бранденбургского Фридриха II (Фридриха Великого) (1700-1786), одного из самых воинственных и агрессивных прусских королей, однако в сражениях с русскими неоднократно терпел поражения.

Das ist fur den alten Fritzen - зря, даром, напрасно (букв. это для старого Фритца). Имя прусского короля Фридриха Вильгельма I стало нарицательным. Он отличался изрядной склонностью к спорту и платил своим верноподданным за службу жалкие гроши. Отсюда ироническое обозначение малооплачиваемой работы : *fur den Konig von Preußen arbeiten* (букв. работать на прусского короля).

Века 19-й и 20-й дали следующие фразеологизмы:

Der Eiserne Kanzler - Отто фон Бисмарк (1815-1898гг.); *durch Blut und Eisen* - железом и кровью. Этот фразеологизм характеризует политику грубого насилия, выражение приписывается Бисмарку.

О годах Второй мировой войны напоминает фразеологизм « *bis funt Minuten nach zwolf* » букв. «до 5 минут после 12». Он имеет значение - продолжать борьбу, когда ее исход уже решен в пользу противника. Употребляется в связи с безнадежным и бессмысленным сопротивлением гитлеровских войск, когда исход войны был уже решен в пользу войск союзников.

Таким образом , отдельные факты и события истории продолжают жить в сознании народа, сохраняясь в его фразеологии и приобретая обобщенно-переносное значение.

Н.Т.Ходина

Сложные субстантивные лексемы со значением “водное пространство” в древнеанглийском языке

В статье рассматриваются сложные субстантивные лексемы, обозначающие водоемы, водные источники, разнообразные водные пространства в древнеанглийском языке. Рассматриваются единицы, построенные по модели "существительное + существительное".

В процессе исследования было выявлено три семантические типа исследуемых лексем.

К первому семантическому типу относятся лексемы, которые несут первичную денотативную семему D1. Сопоставление значений исследуемых лексем со значением их лексических компонентов позволило выявить три семантические подтипа сложных слов. К первому подтипу относятся сложные лексемы *aespring* - фонтан, источник и *eazorstrēam* - водный поток. Компонентами рассматриваемых лексем являются: *ae* - вода, *spring* - поток, струя и *eazor* - вода, *stream* - поток, течение. Анализ показал, что основной лексический компонент рассматриваемых лексем *spring*, *stream* реализует свое первичное денотативное значение, т.е. семему D1, в то время как второй *ae*, *eazor* несет мотивированную коннотативную семему K1. В структуре денотативной семемы Ä1 происходит перегруппировка сем, и изменение их ранга, а именно переход из ранга дифференциальных в ранг архисем. Архисема "предметность" первичной денотативной семемы D1 уступает место архисеме "признак" мотивированной коннотативной семемы K1, т.е. описанный процесс ведет также и к изменению статуса семем.

Данному процессу также способствует наличие определенного числа одинаковых сем в семном составе денотативных семем обоих лексических компонентов сложного слова. Наличие одинаковых признаков у сводимых в единство явлений создает в структуре значения семантическую избыточность, в результате которой в одной из семем (в нашем случае такой семемой является семема D1 первого лексического компонента *ae*, *eazor*) дублирующие семы могут быть опущены без ущерба для понимания, т.е. без исказия смысла.

Описанный семантический процесс привел к расширению исходной денотативной семемы D1 за счет утраты большого числа конкретных сем и к смене архисемы, что, в конечном итоге, ведет к изменению статуса денотативной семемы, ее переходу в коннотативную семему K1. Таким образом, первичная денотативная семема D1, которую несет сложная субстантивная лексема в целом, возникает как сумма значений ее лексических компонентов, один из которых реализует свою первичную денотативную семему D1, а второй - мотивированную коннотативную семему K1, схематически: D1 = K1 + D1, или точнее: D1 = K1 < D1 + D1.

Второй семантический подтип представлен сложными субстантивными лексемами, несущими в целом, как и сложные существительные первого подтипа, первичную денотативную семему Δ_1 - например: *holm* - *clif* морской утес, компонентами которой являются: *holm* - холм, остров и *clif* утес, скала.

Выделение подобных лексем в отдельный семантический подтип объясняется различием в образовании семемы K_1 у лексемы *holm*. Семема K_1 первого лексического компонента развивается из вторичной денотативной семемы Δ_2 - в отличие от сложных слов первого семантического подтипа, у которых семема K_1 развивается из первичной денотативной семемы Δ_1 . Семема Δ_2 , в свою очередь, появляется у лексемы *clif* в результате переноса наименования с одного денотата /гористого острова, холма в океане/ на другой - /волнистый океан/ на основании одинаковых признаков - быть повышенным, бугристым местом земли и волн океана. Указанным признакам в структуре первичных денотативных семем Δ_1 обоих лексических компонентов соответствуют пересекающиеся семы, наличие которых и позволило осуществить перенос наименования.

Процесс и механизмы развития семемы Δ_2 в семему K_1 аналогичны описанному выше переходу семемы Δ_1 в семему K_1 у сложных лексем первого подтипа. Следовательно, структура значения сложных субстантивных лексем второго подтипа может быть представлена следующей схемой: $\Delta_1 = K_1 < \Delta_2 + \Delta_1$.

Третий семантический подтип составили сложные субстантивные лексемы, которые в целом несут первичную денотативную семему $\tilde{\Delta}_1$, например: *mere* - *grund* - дно моря, состоящая из *mere* - море и *grund* - земля.

Отличие сложных лексем рассматриваемого подтипа от двух, описанных выше, заключается в том, что второй лексический компонент несет семему Δ_2 . Появление последней у данной лексемы является результатом переноса наименования с одного денотата *grund* земля, почва на другой - дно на основании наличия у них общих признаков - быть пространством, местом, на котором что-либо находится, стоит и которое служит основанием для чего-либо. Таким образом, одна и та же лексема становится носителем двух денотативных семем различного статуса - Δ_1 и Δ_2 . Именно вторичная денотативная семема Δ_2 и является основным семантическим компонентом сложной субстантивной лексемы.

Второй лексический компонент рассматриваемой сложной лексемы развивает на основе первичной денотативной семемы $\tilde{\Delta}_1$ мотивированную коннотативную семему K_1 аналогично описанному выше процессу. Как по-

казал анализ, структура значения сложных субстантивных лексем третьего подтипа первого семантического типа может быть представлена схемой: $D_1 = K_1 < D_1 + D_2$.

Второй семантический тип представлен сложными субстантивными лексемами, обобщающим значением которых выступает семема K_1 , например: *waez-holm* бурное море, состоящее из *waez* волна, большая волна и *holm* остров, холм. Поскольку процессы развития семемы K_1 из денотативных семем D_1 и D_2 были описаны выше, имеет смысл привести только схему структуры значения сложных субстантивных лексем второго семантического типа: $K_1 = K_1 < D_1 + K_1 < D_2$.

К третьему семантическому типу относятся сложные субстантивные лексемы, несущие в качестве одной из своих семем вторичную денотативную семему D_2 , например: *sæ - rima* 1/ край моря и 2/ берег. Рассматриваемая сложная лексема несет два значения. По своему первому значению лексическая единица относится к первому семантическому типу, т.к. оно является результатом сложения значений лексических компонентов, один из которых несет семему K_1 , развившуюся из первичной денотативной семемы D_1 .

Второе значение сложной субстантивной лексемы можно классифицировать как вторичное денотативное, семема D_2 . Сложная лексема в целом несет значение, которое можно представить следующей схемой: $D_2 = K_1 < D_1 + D_2$.

Появление вторичной денотативной семемы D_2 у лексемы и у сложно-го слова в целом объясняется переносом наименования с денотата *rima* /края моря/ на другой /берег моря/ на основании смежности называемых лексемами объектов.

Таким образом, анализ семантической структуры сложных субстантивных лексем в древнеанглийском языке позволил выявить три семантические типы этих сложных единиц и показать механизмы их образования. Результаты исследования показывают, что семантические процессы и механизмы, наблюдаемые при словообразовании, равнозначны процессам и механизмам, наблюдаемым при фразообразовании, т.е. сложные лексемы и фразеосочетания не есть нечто отдельное, оторванное друг от друга, - они представляют собой различные ступени развития лексико - фразеологической системы языка с едиными законами ее формирования, т.е. единое лексико-фразеологическое поле.

О суффиксально маркированных категориях существительного

Как известно, в процессе суффиксации часть речи производящего слова может либо изменяться (*кровь – кровавый, служить – служащий, дружить – дружба*), либо оставаться неизменной (*шуба – шубейка, толстый – толстенный, катать – катывать*).

По нашему мнению, это может служить основанием для деления суффиксов на словообразовательные и словоизменительные. Соответственно, суффиксы, меняющие часть речи производящего, относятся к словообразовательным, а суффиксы, не меняющие часть речи производящего, – к словоизменительным, выражающим определенное грамматическое (то есть внутриязыковое, относящееся к технике языка, а не к внеязыковой действительности) значение, реализуемое в парадигмах форм.

Целью настоящей статьи является анализ грамматических категорий имени существительного в русском языке на примере категорий уменьшительности-увеличительности и экспрессивности с точки зрения их выраженности словоизменительными суффиксами.

Вопрос о принадлежности подобного рода суффиксов к словообразованию или словоизменению решался неоднозначно. Мысль об особой группе суффиксов существительных, отличающихся от других словообразовательных суффиксов, встречалась еще в работах Ф.И.Буслаева, Г.Павского, К.С.Аксакова. Писали об этом В.А.Богородицкий (с.150) и А.А.Шахматов (Шахматов). Нашиими единомышленниками по этому вопросу можно считать А.А.Шахматова, а также и Л.В.Щербу, который, как известно, допускал, что *стол* и *столик* не разные слова, а формы одного слова (с.77).

Как известно, признаком грамматического значения является его облигаторность и формальная (формантная) выраженность. Проверим, отвечают ли этим требованиям категории уменьшительности-увеличительности и экспрессивности. Для этого проанализируем грамматические категории уменьшительности-увеличительности и экспрессивности, маркируемые словоизменительными субстантивными суффиксами. Мы разделяем мнение о том, что существование грамматической категории возможно при наличии оппозиции, которая предполагает, как минимум, “парность” рассматриваемых объектов, например, единственное число – множественное число. А потому нет категорий, которые формировались бы “в одиночестве” (Шарандин).

Категория уменьшительности-увеличительности наиболее четко оформлена в парадигме: нейтральная форма – уменьшительная форма – увеличительная форма.

Баба – бабЁНка – бабиЩа, блюдо – блюдЦе/блюдЕЧко – блюдИ-Ще, ваза – вазОЧка – вазИЩа, голова – головКа/головЁНка – головИЩа, голос – голосОК – голосИЩе, деньги – деньжАта – деньжИЩи, дом – до-МИК – домИЩе/домИНа, карман – карманЧИК/карманИШе, мороз – морозЕЦ – морозИЩе, рыба – рыбКа/рыбЁШка – рыбИ-Ща/рыбИНа, шуба – шубКа/шубЕЙка – шубИЩа и другие.

Наличие двух и более вариантов в ряду уменьшительной или увеличительной форм свидетельствует, на наш взгляд, о тесной связи категории уменьшительности-увеличительности с экспрессивной категорией, так как один из вариантов, как правило, эмоционально окрашен (блудечко, голо-венка, domina). В примерах *бородавка – бородавочка – бородавища, ко-сынка – косыночка – косынища, рюмка – рюмочка/рюмашка – рюмища* уменьшительным является суффикс =ЬК, а нейтральность выражена суффиксом =ЪК, таким образом, получается оппозиция =ЪК :: =ЬК:: =ИЩ.

Отметим также, что некоторые парадигмы дефектны, то есть не содержат увеличительной формы. Например, *бог – божОК, бодряк – бодря-чОК, вьюр – вьюрОК, горох – гороцЕК, облако – облачКо, семя - семЕЧко* и другие. Возможно, в некоторых случаях запрет накладывает лексико-семантическая система или недостающую форму следует искать в диалек-тах, так как слова всех подсистем языка образуются из одних и тех же мор-фем по одним и тем же законам.

Кроме того, представленные парадигмы иногда наглядно показывают ошибки в морфемном членении, осуществляемом при орфографической записи слова. По нашему глубокому убеждению, членить слова на морфе-мы в их орфографическом облике все равно, что делить на 0. Например, -яиκ- в слове *деревяшка* как бы и не морфологический формант: *деревяшка – деревяшечка – деревяшица*.

Деревяшка - производное от *деревяга* посредством архаичного экспрессивного суффикса =Х и присоединяемого к нему уменьшительного -=ЬК: {der=в=Енг=x=ьк_a} > {derе=в'=Aг=x=ьк_a} > {derе=в'=A=x=ьк_a} > {derе=в'=A=ш=ьк_a}. Так что в паре *деревяга - деревяшка* уменьши-тельность или экспрессивность есть. Но поскольку экспрессивность быстро “снашивается”, требуется её постоянное подновление. Отсюда - нанизыва-ние экспрессивных суффиксов друг на друга, выделяющее их из числа про-чих суффиксов. Ср. *девчищечка < девчишка < ѿѡчуха < девка < дева*.

В парах *край – краЕШЕК*, *перо-перЫШКо* уменьшительным также является только суффикс =ЬК. *край > {край=ък_ъ > край=ък=x=ък_ъ}*, *перо>{ пър=ых=ък_o}*.

В словах *бородАВКа*, *боляЧКа*, *косыНКа*, *кубыШКа*, *рюмАШКа*, *табакЕРКа* выделенные отрезки также представляют собой суффиксальные блоки.

В основе *категории экспрессивности* лежит субъективное называние предмета. Для такого способа характерно то, что к объективному называнию присоединяется еще суффикс, предлагающий определенную точку зрения на объект и сигнализирующий о том, что эта точка зрения необязательна - она может быть присуща определенному лицу, но сам объект существует и без этой точки зрения.

Примеры, иллюстрирующие *категорию экспрессивности*, также представим в виде оппозиции: нейтральная форма – экспрессивная форма.

Баба – бабУЛя, *брат – братЕЦ/братИШКа*, *вода – водИЦа*, *вор – ворЮГа*, *время – времЕЧКо*, *голод – голодУХа*, *дева – девАХа*, *дед – дедУся*, *дети – детКи*, *дура – дурЁХа*, *зайка – зайЧИШКа*, *лицо – личИКо*, *мама – мамАШа*, *мамАНя*, *мамУЛя*, *мамУСя*, *письмо – письмЕЦо*, *плут – плутЯГа*, *река – речЕНЬКа*, *урод – уродИНа* и другие. Отметим, что среди названных примеров ряд слов имеет дополнительное значение стилистической модификации (*уродина, ворюга, плутяга* и подобные).

Таким образом, рассмотренный материал показывает, что, по существу, мы имеем дело с суффиксальным маркированием грамматических значений, а, следовательно, с формальной категоризацией существительных.

Если исходить из разграничения в русском языке словоизменения и словообразования и в соответствии с этим признавать наличие особых форм, которые по содержанию близки к определению понятия “формы слова”, но при этом отношения между членами парадигмы выражены суффиксально, то тогда следует признать существование такого рода словоизменительных форм, структура которых включает в себя мотивирующее слово, отражающее то или иное явление действительности, и суффикс, квалифицирующий данное явление с количественной или оценочной точкой зрения. Присоединение этого суффикса противоречит закону грамматической сочетаемости морфем, суть которого заключается в том, что в словообразовательной цепи каждая морфема, сочетающаяся с окончаниями, имеет однозначную формально-частеречную характеристику и, следовательно, в слове не могут сочетаться морфемы одной части речи. Таким образом, в

случае нарушения данной закономерности перед нами не два разных слова, а две формы одного слова.

В заключение отметим, что список суффиксально маркированных категорий существительного не ограничивается двумя названными. Сюда же можно отнести *категорию пола*, в которой маркированным оказывается слово со значением “женскости” (*скрипач – скрипачка, мастер – мастерИца, ткач – ткачИха, шалун – шалунЬя, раб- рабыНя*); категорию *единичности-собирательности* с маркированным членом, выражающим совокупное множество предметов (*учителя - учительСТВО, листы – листЬя, солдаты – солдатНя, дураки – дурачЬио, дети – детва - детвоРа*) или его единичность (*снег - снегИка, горох - горошиНа, картофель - картофелИна, песок - песчинка, крестьяне - крестьянин, бояре - боярин, баре - барин, граждане - гражданиН*); *категорию “невзросlostи”*, в которой маркируется название детенышей (*аист – аистёнок, слон – слонёнок, волк - волчонок, змей – змейыш, гад – гадёныш*).

Суффиксально маркированными могут быть морфологические категории не только существительного, но также прилагательного и глагола; однако, это уже предмет другого исследования.

Богородицкий В.А. Общий курс русской грамматики. Изд.5. М-Л., 1935. С.150.

Шахматов А.А. Очерк современного русского литературного языка. М., 1941.

Щерба Л.В. О частях речи в русском языке // Избранные работы по русскому языку. М., 1957. С. 77.

Шарандин А.Л. Лексическая семантика русского глагола в морфологическом освещении. Л., 1990.

И.В.Яковенко

Некоторые особенности функционирования антропонимов в американской прессе

Публицистический стиль отличается наличием высокого процента собственных имён (в том числе и антропонимов), что необходимо для обеспечения высокого уровня информативности текста. Антропонимическое пространство публицистики тесно связано с культурной и социальной жизнью общества, а также с традициями страны.

К особенностям американской публицистической антропонимии можно отнести самостоятельность производных форм личных имен по отношению к их полным формам. Ідè ўòїì дериваты способны полностью вытеснить полные формы имен. Об автономном статусе дериватов свидетельствуют как регистрация их в оригинальных документах, так и свидетельства современных американских лингвистов (E. D. Lawson, Mary V. Seeman) о том, что в настоящее время именно производные формы личных имен являются более предпочтительными для номинации лиц, нежели соответствующие им полные формы имен.

Полные антропонимы в американской прессе претерпевают целый ряд структурных изменений в сторону упрощения их структуры (использование дериватов личных имен вместо их полных форм, опущение средних имен, цифры аббревиатур постпозитивного определения: Tom Cruise [Thomas Cruise Mapother IV], Clint Eastwood [Clinton Eastwood Jr.], Al Gore [Albert Arnold Gore Jr.].

Пресса является богатейшим источником пополнения категории аллюзивных имен. Аллюзивные имена могут содержать в себе как отрицательные коннотации, так и положительные. Следует отметить, что коннотации, как и сами имена, находятся в постоянном движении; с появлением популярного объекта его имя приобретает дополнительные коннотации, а с утратой актуальности темы имя соответствующего лица переходит в разряд историзмов. Так, нейтральное имя Monica в связи со скандалом вокруг президента США приобрело ярко выраженную негативную коннотацию, превратилось в аллюзивное, что повлекло за собой создание словосочетаний типа to cook a fresh Monica dish – готовить сюрпризы (негат.).

Л.П.Земская

Каузальные конструкции в рекламных текстах

Обилие звучащей и печатной рекламы в наши дни дает лингвисту редкую возможность наблюдать функционирование хорошо знакомых языковых явлений в новых языковых условиях. Мы обратились к рассмотрению особенностей функционирования каузальных конструкций в американских рекламных текстах. В качестве источника были использованы рекламные публикации из американских журналов "Reader's Digest", "Good House-

keeping", "Time", "U.S.News & World Report", "Newsweek", "International Business", "Industry Week", "The Rochesterian".

В каузальных конструкциях представлена каузальная ситуация, которая определяется как типовая содержательная структура, представляющая собой тот аспект передаваемой общей ситуации, который связан с выражением обусловленности одного явления другим. Понятие каузальной ситуации охватывает такие подвиды как причинная, целевая, условная и уступительная. Каузальная ситуация характеризуется двучленностью, т.е. слагается из двух ситуаций, соответствующих двум событиям, одно из которых порождает другое.

В английском языке наиболее распространенным средством воплощения каузальной ситуации является сложное предложение. При этом оба компонента каузальной ситуации представлены в развернутом виде эксплицитно выраженной предикативностью. Например: ...Outside the U.S., you don't have to be without the Nation's Newspaper, *because USA Today's International Edition travels with you in over 90 countries...* (International Business, Nov., 1994); *If you need to turn up the speed on your network, choose the LaserJet 4MV* (U.S.News & World Report, Oct. 31, 1994).

Каузальная ситуация может быть выражена посредством осложненного предложения, которое трактуется как полипредикативная структура, в которой основная эксплицитная предикативность осложняется дополнительной имплицитной предикативностью. Репрезентантом имплицитной предикативности выступает каузальный ситуант - свернутая в блок словоформ предикативная единица, занимающая в предложении позицию обстоятельственного члена предложения. Например:...Businesses are paying more for their commercial insurance *due to the rising costs of labor, buildings, and equipment* (Reader's Digest, July, 1976). Ситуант образовался в результате свертывания предикативной единицы *The costs of labor, buildings, and equipment are rising*.

В рекламных текстах отмечаются каузальные конструкции с ситуантами всех четырех типов.

Ситуант причины: *Thanks largely to their efforts, Opels are among the quietest cars on the world's highways* (Newsweek, Oct.14, 1996); *The men's Annual Calendar is the first self-winding calendar watch in the world to require resetting only once a year, and because of the exceptional workmanship, each one is a unique object* (Newsweek, Oct.28, 1996).

Ситуант цели: *For reservations, call your travel professional or ITT Sheraton at... (U.S.News & World Report, Oct.31, 1994); For more information, contact the Singapore Tourist Promotion Board... (Newsweek, Oct.14, 1996).*

Ситуант условия: Protein 21 Shampoo can help put your hair back in condition by shampooing protein in. *With regular use, its unique formula makes your hair look fuller and thicker with more body.* (Good Housekeeping, May, 1977).

Ситуант уступки: *In spite of its local fame, Sandri* (which draws everyone from office workers to bigwigs) *has never become arrogant or slick. Quality and charm instead are the key words here.* (Newsweek, Oct.28, 1996).

Рекламный текст, как и любой другой тип текста, проявляет определенную избирательность в использовании каузальных конструкций, отдавая предпочтение синтаксическим построениям, максимально соответствующим его стилевым характеристикам и иным, в том числе и экстралингвистическим, требованиям. Функции рекламы многообразны и многочисленны. Среди всего этого спектра задач выделим две - дать разъяснения по существу потребительских качеств предлагаемых товаров и услуг и убедить в необходимости или целесообразности их приобретения. По своей логико-семантической природе каузальные конструкции приспособлены адекватно воплощать рекламные мотивы "рассуждения" и "обоснования". Например: *And if your business involves foreign transactions, you'll be glad to know we speak fluently in francs, marks, yen and other major currencies.* (International Business, Nov.,1994); *If you're concerned about food fiber and your health, think about including Kellogg's All-Bran and Bran Buds cereals in your diet.* (Reader's Digest, Jan.,1976).

В рекламных текстах широко используется прием расчленения конструкции с целью максимального выделения каузального компонента. Например: *So when you place an ad in Forbes, your message has an unrivaled level of authority, integrity and believability. Because, suddenly you can reach over 1,000,000 executives in the language they understand best.* Their own. (International Business, Nov., 1994); *We'd like to know exactly what you want and expect from Clairol. Because we're constantly working to bring you a full range of the finest, highest quality products you can buy.* (Reader's Digest, Jan.,1976);...*Our goal is simple. It's to increase your driving pleasure - to provide you with cars that are both fun to drive and as environmentally compatible as possible.* (Newsweek, Oct.14, 1996).

Нередко сегментированная конструкция представляет каузальную ситуацию в сокращенном, усеченном виде, когда отдельные звенья цепочки

рассуждения (второстепенные или неактуальные с точки зрения автора) не получают языкового выражения, но при восприятии рекламной информации адресатом "домысливаются". В конструкциях такого типа выражается значение каузального обоснования, когда связь между порождающим и порождаемым событиями не прямая, а опосредованная, скорее намеченная, нежели обозначенная. Например: *And now Avon creates Candid Sheer Fragrance. Light. Long-lasting. Understated. Because today being beautiful is being yourself.* (Good Housekeeping, May, 1977).

В ряде случаев каузальная ситуация выражается чрезвычайно лаконично - один из двух ее компонентов представлен в номинализованном виде. Например:

Free software if you act now! (U.S.News & World Report, Oct.31, 1994); *Mita. Why risk your neck on anything else?* (U.S.News & World Report, Oct.31, 1994).

Иногда о наличии каузальной связи между двумя предметами или явлениями сигнализирует лишь предлог или союз. Например: *If not Nature, Metamucil.* (Reader's Digest, Jan., 1976).

Во многих случаях в сегментированной конструкции актуализируется следственный компонент, например: *Chevrolet wants to stay first. That's why we build cars that are designed to last.* (Reader's Digest, July, 1976).

Довольно часто появляется необходимость показать, что явление или событие порождено несколькими каузирующими факторами, каждый из которых получает языковое выражение. Например: *Today, the nations Down Under have become major powers in the Pacific trade, thanks to their courage and mettle. And thanks to the strong, resilient partnerships forged by Blue Star Line.* (International Business, Nov.,1994);

Каузальные компоненты способны образовывать своего рода конструктивную опору для всего рекламного текста. В предлагаемом ниже образце (реклама тарелок фирмы Corelle) повторение однотипных каузальных компонентов создает определенный ритм повествованию:

We know why so many of you already own Corelle Livingware. Because it's tough and sturdy; yet looks and even rings like china. Because it's rugged enough for every day, yet pretty enough for any meal. And because it's priced as attractively as it's made. ...If you've been waiting to buy your first set of Corelle Livingware, these are the patterns you've been waiting for. If you already own Corelle Livingware, they're the excuse you've been waiting for. To buy a second set. (Good Housekeeping, May,1977).

Наблюдения над функционированием каузальных конструкций в американской журнальной рекламе свидетельствуют о высокой частотности данных синтаксических построений, их видовом разнообразии и большой функционально-семантической значимости в текстах рекламного характера. Каузальные конструкции участвуют в выражении наиболее актуальных смыслов рекламных текстов. По-видимому, есть основания ставить вопрос о роли каузальных конструкций в формировании семантико-синтаксической доминанты рекламных текстов. Под семантико-синтаксической доминантой понимают конструктивный для функционального стиля тип семантических отношений, репрезентируемых определенными средствами формального выражения. В семантико-синтаксической доминанте видят надежный критерий выявления дифференцирующих признаков функциональных стилей. Но до настоящего времени, насколько нам известно, вопрос о стилевом статусе рекламных текстов в таком аспекте не ставился. Дальнейшее исследование особенностей функционирования каузальных конструкций в текстах рекламного профиля представляется не только необходимой, но и весьма интересной и актуальной задачей.

В.М. Никонов

Коннотативные значения в публицистке Г.П.Федорова

Как упрек современным носителям русского литературного языка, многое утерявшим из богатейшего пушкинского наследия, рассматриваются нами следующие справедливые суждения Л.М.Грановской, которые в основном дали импульс и открыли перспективу исследования стилистики Г.П.Федотова: “В философской литературе русского Зарубежья, — пишет она, — отношение к слову как к реликвии, историческому опыту, запечатленному языком, определялось все той же духовной миссией русской эмиграции — сохранить его для следующих поколений. Литературный язык рассматривался как культурный феномен народа и нации... Естественной представляется в связи с этим широкая оценочность языкового материала в работах Н.А.Бердяева, И.А.Ильина, Г.П.Федотова, Ф.А.Степуна и др.” (Грановская, с. 131).

В данной статье мы анализируем категорию оценочности и применяем ее к характеристике коннотаций (при широком понимании этого термина). Анализируемый лингвистический материал будет спроектирован нами на сегодняшнюю действительность с ее проблемами, во многом затронутыми и вербализованными с особым мастерством одним из выдающихся деятелей русской культуры прошлого Г.П.Федорова. В дни экономи-

ческой и нравственной сумятицы, которая отражается в особом, аффективном языке россиян, нравственно-этическая и эстетическая позиция Г.П.Федотова, выраженная императивно в его кредо: “Пространство — вот в чем мы больше всего нуждаемся. Так трудно это, так редко и немногим дается” как никогда востребована сейчас. Особо обратим внимание на сочетание оценки пространства с таким знакомым и зловещим денотатом неестественнейшим — неестественность.

Методологической основой рассмотрения и интерпретации фактического материала для нас послужили выводы Н.Ф.Алефиренко о том, что “...формой существования сознания культуры служат знаковые значения, конструируемые не столько своей предметной соотнесенностью, сколько вхождением в культурно заданное семантическое пространство, где каждый знак занимает определенное место, вступая в семантические оппозиции, отражающие структуру семиотической модели мира в рамках соответствующего сознания культуры” (Алефиренко, с. 11).

Анализ публистики Г.П.Федотова выявляет оригинальную организацию и структурирование языкового материала вокруг важнейших концептов — таких, как РУСЬ, РОССИЯ, МЫ и ОНИ, ПРАВДА(ИСТИНА)/ЛОЖЬ, ВЛАСТЬ, СУДЬБА, СТРАДАНИЯ, СМИРЕНИЕ/НЕПРИМИРЯЕМОСТЬ, ПОКАЯНИЕ и др., которые, безусловно, эмоционально, экспрессивно-оценочно и стилистически отмечены.

Возьмем публицистические статьи Г.П. Федотова “Россия, Европа и мы”. В противоположность привычной антиномии СВОИ и ЧУЖИЕ, МЫ и ОНИ, находящиеся в заглавии концепты оказываются отнюдь не настолько противопоставленными, а рядоположными, что дает возможность автору избрать особую позицию, позволяющую достаточно объективно оценить происходящее. В данном случае очевидно, что ведущим компонентом коннотативного значения слова, фраземы, во многом определяет *эмотивно-экспрессивные и образные характеристики*.

Где с в о и? Где ч у ж и е? Насколько свои/чужие? — вот мучительные вопросы, которые фокусируют коннотативную доминанту текстов разных статей мыслителя и патриота России.

В отличие традиционного, древнего концепта СВОИ и ЧУЖИЕ или принадлежащего советскому времени идеологизированному МЫ и ОНИ, здесь концепты приобретают и географические, и социальные оттенки.

Гораздо легче рассматривать противопоставление СВОИ/ЧУЖИЕ, которое, как отмечает Ю.С.Степанов, “...в разных видах, пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов всякого коллективного,

массового, народного, национального мироощущения. В том числе, конечно, и русского...” (Степанов , с. 472). Нас же интересует этнический стереотип поведения и нестереотипное вербальное выражение национального сознания представителя особого коллектива русских, оказавшихся за рубежом.

Первое, что бросается в глаза как отличительная черта видения и отображения мира в данном источнике, — это необыкновенная метафоричность, ассоциативность образов, связь их с концептами, отражающими ВЫСОКОЕ и НИЗКОЕ . С этого противопоставления и начинается статья РОССИЯ, ЕВРОПА и МЫ:

“Стоять на высоте не всегда удобно и безопасно...”

“Русская эмиграция судьбой и страданием своим поставлена на головокружительную высоту”. Образу ВЫСОТЫ противопоставлен образ ПРОПАСТИ, одинаково опасной и для человека, который “поднялся не для бескорыстного созерцания, а для работы”, и для русского эмигранта, поставленного судьбой “на головокружительную высоту”, с которой он может “видеть оба склона — в Европу и в Россию”. Заметим, что всю статью отличает особого рода ироничность, окрашенная в горькие тона и выражаемая зачастую в придании слову, фраземе прямо противоположного смысла. При этом заслуживает внимания редкая сочетаемость языковых единиц контрапарной коннотативной отнесенности:

“В мировой борьбе капитализма и коммунизма мы одни можем видеть оба склона - в Европу и в Россию: действительность как она есть, без румян и прикрас. Мы на себе, на своей коже испытали прелест обеих хозяйственных систем”. Как видим, фразема ИСПЫТАТЬ НА СВОЕЙ КОЖЕ и иронично оценочное ПРЕЛЕСТЬ, будучи несовместимыми, выражают мысль о противоестественности случившегося, о жертвах истории. Или образ “великолепно функционирующей мясорубки Чеки”, который символизирует самое кровавое, низменное, фанатичное: “Завтра за покушение на палача, может быть, начнут расстреливать детей по классовому признаку!”.

Необыкновенной и необычной для современных нам привычных способов выражения отношения (не к врагам, а к оппонентам!) представляется удивительно выстроенная в текстах сочетаемость языковых единиц, дающая в итоге свежесть и яркость передачи авторских мыслей и чувств. Это касается тех мест, которые связаны с концептом МЕСТИ (представленным в ипостаси *просветленной непримиримости*) по отношению к тем, кто отобрал у эмигрантов Родину. Самое существенное здесь — это предостережение от слепоты, нахождения в кровавом тумане: “Есть священный

эгоизм горя, который ослепляет. Мы ходим в кровавом тумане, где теряются для нас очертания реальности". Образ "кровавого тумана", повторяясь, соседствует с ослепляющим "двойным светом", "излучающимся из Европы и России". Любопытно то, что этот свет оценивается эмоционально-экспрессивно как "неверный", "сумеречный", где "возникают двойные тени двойных истин". Эти "двойные истины дают двойную ложь"*.

Значительный интерес при рассмотрении репертуара коннотативных средств воздействия представляет обращение Г.П.Федотова к концепту ПОБЕДА в статье "Правда побежденных". Во-первых, это актуальное членение предложений с вынесением на первый план в анафорических синтаксических структурах лексемы *п о б е д а*, имеющей в словарной дефиниции положительные семы, что позволяет при синтагматическом восприятии текста увидеть, с одной стороны, прямое, положительное эмоциональное и оценочное отношение автора, а с другой — обнаружить резко сатирическую эмоциональную оценочность несоединенного, данного в одном речевом потоке:

"...Победа полная, громкая, никем не оспариваемая. Победа над всеми внутренними и внешними врагами: над монархистами, демократами, социалистами, русской интеллигенцией, русским народом. Победа над буржуазной Европой и мировым общественным мнением..." Заметим, во-вторых, что в пределах статьи концепт ПОБЕДА окрашивается и в трагические, черные, и в светлые, радостные тона, что передается высоким (без иронического подтекста) стилем:

"В эти годы красный флаг над Москвой, открывшейся наконец взорам мира, привлекает к себе надежды и пламенную любовь всех угнетенных. На Западе обращаются к Москве не только рабочие, но и лучшие представители интеллигенции, задыхающиеся в злобе и хаосе послевоенной Европы, и целые народы, обездоленные Версальским миром..."

Противоречие в самом денотате предопределяет и эмоционально-экспрессивную составляющую языкового значения концепта *п о б е д а*, которая подается как с сохранением положительных сем, так и с намеренной флуктуацией коннотативного значения этого понятия, заключающейся в изменении оценки и эмотивно-экспрессивной характеристики в сторону различной степени пейоративности. Любопытно самое главное: последний абзац, как итог мыслей автора, через риторическую форму рассуждений, возвращает читателя к положительному восприятию понятия *п о б е д а*: "Так много побед для партии, казалось, с самого начала обреченной, для партии, поставившей себе задачу, казалось, невыполнимую — построение

социализма в самой отсталой стране Европы, — неужели это все от счастья, от “везения”, от исторической случайности?..”

Исключительной силы эмоциональности, образности, актуальности и, следовательно, воздействия на читателя достигает автор в статье “Лицо России”:

“Теперь мы стоим над ней, полные мучительной боли. Умерла ли она? Все ли жива еще? Или может воскреснуть? Приблизилась смерть, и, затененные ее крылом, мучительно близкими, навеки родными стали черты ее лица...” Лицо России, по Г.П.Федотову, — залог спасения для любящих ее: “Но от падения в омут и страстей, — пишет он, — будет спасать нас всегда хранимое, всегда любимое — небесная путеводительница — лицо России”...

Алефиренко Н.Ф. Язык и культура: семиотика, структура, функции //
Кирилло-Мефодиевские традиции на Нижней Волге: Тез. докл.
научн. конф. Волгоград, 24 мая 1997 г. — Волгоград: Перемена, 1997. — вып. 3.

Грановская Л.И. О языке русской философской литературы XX века //
Филологический сборник (к 100-летию со дня рождения ака-
демика В.В.Виноградова). М., 1995.

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследо-
вания. М., 1997.

О.Н.Чарыкова

Языковая личность в художественном тексте

Отражение окружающего мира отдельным индивидом, несмотря на общность категорий мышления у всех людей, проходит через его личное сознание, формирующееся на основе личного опыта, индивидуальных психологических и физиологических особенностей. Индивид как “самодействующая активная сущность”, реализующая себя через создание и восприятие речевых произведений (текстов), определяется в современной лингвистической науке термином языковая личность (Ю.Н.Караулов). Представляется вполне правомерным использование термина *языковая личность* при изучении художественной речи, поскольку автор художественного произведения проявляет себя через идиостиль, обусловленный индивидуальным видением мира и определенными мотивационно-прагматическими

установками.

Соотношение таких терминов описания как *идиостиль*, *идиолект*, *образ автора*, *образ лирического героя*, *языковая личность* находится сегодня в центре внимания исследователей художественного текста. Самым сложным для определения является понятие *образ автора*. При анализе художественного текста необходимо прежде всего четко разграничить два понятия - *автор как реальное лицо*, создавшее произведение, и *автор как носитель художественного сознания*, определенного взгляда на действительность, чья целостная духовная позиция в каждом фрагменте текста организует языковой материал.

Совершенно бесспорным представляется тот факт, что в каждой из двух названных испостасей автор представляет собой отдельную языковую личность. Языковая личность автора как носителя художественного сознания (именно в этом значении в дальнейшем будет употребляться термин *образ автора*) специфично и требует более глубоко и подробного рассмотрения. В прозаическом произведении каждый герой (персонаж, включая и рассказчика) представляет собой отдельную языковую личность, следовательно, языковая личность автора одновременно и целостна, и дискретна, так как включает в качестве составных компонентов языковые личности героев произведения. Указанная специфика языковой личности автора проявляется и в лирике, поскольку в этом роде литературы формами выражения авторского сознания могут быть как лирический герой, так и/или герой (персонаж) произведения, в свою очередь представляющие собой языковые личности *su generis*.

В свете всего вышесказанного представляется целесообразным разграничить термины *идиолект* и *идиостиль*, соотнеся первый с языковой личностью героя, рассказчика, персонажа, а второй - с языковой личностью автора, художественное сознание которого воплощает индивидуальную картину мира, воссоздаваемую посредством специфического использования языка в эстетической сфере.

Р.В.Зиброва

О некоторых особенностях эпистолярного наследия А.С.Пушкина

Культурное пространство пушкинских текстов безгранично и открывать в них новое будет еще не одно поколение исследователей.

Мы остановимся на рассмотрении некоторых особенностей эпистолярного наследия А.С.Пушкина, в частности, на особенностях обращений в пушкинских письмах. Не останавливаясь на характеристике общепринятых в пушкинское время форм обращения, рассмотрим те языковые средства, которые использует великий поэт в своих письмах к друзьям и жене – Н.Н.Гончаровой.

Исследование только одного этого языкового явления в эпистолярном наследии Пушкина приводит к интересным результатам, характеризующим автора писем как человека страстного, не всегда подчиняющегося принятым в обществе его времени канонам обращения. Иногда он может прибегать и к прямому нарушению общепринятых норм. Рассердившись на кого-либо из титулованных особ, Пушкин обращается к ним просто *князь* или *граф*, намеренно избегая обязательного *Vаше сиятельство*.

В своих письмах Пушкин смело вводит в качестве обращения слова: *женка, подлец, умора, мошенник* и т.д.

В письмах к горячо любимой жене Пушкин обращается с такими словами: *царица моя, ангел кротости и красоты, мой друг, моя красавица, дорогая моя, моя голубушка, ангел мой, душка моя...* Однако и здесь можно встретить неожиданное: “*эй, женка!*”. Употребление междометия “*эй*” призвано предостеречь жену от непродуманного поступка (“*Но обоих ли ты сестер к себе берешь? Эй, женка! Смотри...*”).

Интересно отметить, что обращение к жене по имени почти не встречается в письмах Пушкина. А если и встречается, то непременно с суффиксом *-ка*: *Наташка*. Детей своих Пушкин также именует *Машка, Сашка, Гришка*. Контекст же обращений такого рода свидетельствует о безмерной любви Пушкина к этим самым дорогим для него людям: Здоров ли *Сашка*? Сегодня день рождения *Гришки*, поздравляю его и тебя”...

Своеобычность пушкинских обращений еще более заметна в его поэтических произведениях, за что ему приходилось выслушивать от критиков много нелестных замечаний. Интересны в этой связи пушкинские ответы критикам, в которых приводятся аргументированные доводы: почему так следует или не следует говорить. Из этих ответов видно, как много работал Пушкин над словом, как “воевал” с поборниками старых грамматик.

А.С.Пушкин обладал высшей смелостью - смелостью изобретения, создания, продиктованной заинтересованным отношением к “русскости”, к великому русскому языку.

И.А. Морозова

Составные номинации эмоций в поэзии И.А. Бунина

В качестве одной из разновидностей разновидности модели мира многие авторы выделяют поэтическую модель, которая реализуется в поэтических текстах. Индивидуальность видения мира определяет выбор индивидуальных языковых средств ее отображения.

В поэзии И.А. Бунина одним из наиболее своеобразных средств языкового отображения переживаемых поэтом чувств являются составные номинации. Общеизвестно, что художник слова может воплощать в своем творчестве весьма тонкие и сложные эмоциональные состояния, которые порой не имеют общенародного наименования. Свидетельства этому есть в творчестве многих поэтов, в том числе в стихотворениях И.А.Бунина.

О, сколько их - невыразимых,
Ненужных миру чувств и снов,
Душою в сладкой муке зrimых, -
И что они? И чей в них зов?..
“Что в том, что где-то, на далеком...”, 1895.

Поэзия темна, в словах невыразима:
Как взволновал меня вот этот дикий скат,
Пустой кремнистый дол, загон овечьих стад,
Пастушеский костер и горький запах дыма!
“В горах”, 1916.

Те радости и муки без причин,
Та сладостная боль соприкасанья
Душой со всем живущим, что один
Ты разделил со мною, - нет названья,
Нет имени для них...
“Памяти друга”, 1916.

“В языке существуют слова, обозначающие наиболее частые, наиболее стойкие чувства, которые однако не исчерпывают всей эмоциональной палитры человека. Для передачи иных переживаний приходится прибегать к развернутым описаниям, причем порой для этого требуется подлинное

художественное мастерство” (Лук Л.Н. Эмоции и чувства. М., 1972, с. 15). В таком случае поэт использует индивидуально-авторские новообразования, в частности, соединение лексем, называющих эмоции, с другими лексемами в составе сложного слова. Такие составные номинации позволяют точнее выразить разнообразные оттенки эмоциональных переживаний:

Узорами ложились тени
На теплый розовый песок,
И синий небосклон над бором
Был чист и радостно-высок.
“Сказка”. 1903-1904.

... и звон
Торжественный и празднично-счастливый
Напоминал, что в должный срок
Пойдет он /дедушка - М.И./ по аллеям...
“Дедушка в молодости”, 1916.

Остановясь, ловлю твой взор прощальный,
Но в сердце холод мертвенный таю -
И бледный лик, загадочно-печальный.
Под бледною луной не узнаю.

“Светло, как днем, и тень за нами бродит...”, 1901.

В большинстве случаев составные номинации эмоций в стихотворениях И.А. Бунина выражают положительные эмоции (*радостно-звериный*, *радостно-безумный*, *радостно-высокий*, *празднично-счастливый*, *дремотно-сладкий*), реже они создаются для выражения отрицательных эмоций (*благостно-тяжелый*, *загадочно-унывый*, *загадочно-печальный*, *тоскапечаль*), что отражает индивидуальные особенности эмоциональной палитры художника слова.

Указанные лексемы являются выражением эмоционального аспекта языкового мировидения, выступают как часть общего самовыражения творческой личности.

В. Штадлер (Инсбрук)

*Зинаиде Даниловне Поповой
с глубоким уважением*

Образ женщины

в текстах Владимира Жириновского

В данной статье рассматривается образ *женщины*, встречающийся в текстах политика В.В. Жириновского. Анализ ведется с целью показать, какие особенности употребления лексемы *женщина* существуют в дискурсе В.В.Жириновского. Материалом исследования являются интервью политика, бюллетени заседаний Государственной думы (с января по март 1994 г.) и книга В.В.Жириновского *Последний бросок на юг* (1994; в дальнейшем *Пб*).

Актуальность подобного рода исследований, проводимых с семантической или гендерной точек зрения, показывается в исследованиях лингвистов в новейшем выпуске “Логический анализ языка” РАН, в том числе в работах Д. Вайса [1] и Б. Нильссон [2]. Д.Вайс истолковывает лексемы *человек*, *лицо*, *личность* и *особа*, а Б.Нильссон анализирует слова *человек* и *мужчина*.

В ранее проведенном мною исследовании [3] было показано, что сексизм у Жириновского выражается преимущественно в его унизительном изображении женщин и описании типичных по его мнению женских ролей. В языке Жириновского женщина выступает в четкой половой оппозиции к мужчине. В его интервью для журнала *Playboy* [4] слово *женщина* - наиболее употребительное слово [5]. Этот факт позволяет нам сделать вывод, что Жириновский уделяет женщинам большое внимание, но в действительности его отношение к ним пренебрежительное.

Настоящая статья является продолжением моего исследования [см. 3], так как оно затрагивает не только скандальное интервью американскому журналу *Playboy*, русский перевод которого был опубликован в газете *Совершенно секретно* [6], но и другие тексты. В центре внимания настоящего этапа исследования находится лексическая единица *женщина*, в то время как в другом моем исследовании были проанализированы лексемы *мужчина* и *человек* [7].

Каждый раз, когда Жириновский употребляет слово *женщина*, он тем самым приписывает женщинам некие характеристики, признаки и особую манеру поведения, которые, на его взгляд, характерны для женщин. Слово *женщина* в его высказываниях воспринимается адресатами как *лицо, противоположное по полу мужчине (та, которая рожает детей и кормит их грудью)* (ср. Штадлер 1999, с. 18 [3]).

Какую роль Жириновский отводит женщинам, могут проиллюстрировать следующие примеры из его книги *Пб*:

(1) С моей точки зрения, женщина не должна заниматься политической – это дело мужское и (2) Я всегда считал и теперь считаю, что женщина, жена должна заниматься преимущественно семьей, домом.

В следующем примере как действующее лицо выступает депутат Тишковская:

(3) А женщина побежала на нас с кулаками [“Последний бойскаут”, см. 8].

Такое высказывание Жириновского нужно понимать как оправдание его агрессивного поведения, критикуемого с разных сторон как в общественности, так и в прессе. Л. Бержидский пишет об этом произшествии в “Клоуне нашего времени” (www.intellectualcapital.ru/v_licach): Даже два с лишним года назад, когда ВВЖ (как его именует газета “Московский комсомолец”) решил помочь депутату Николаю Лысенко драться со священником (Глебом Якуниным) и женщиной (Евгенией Тишковской), мы смеялись. Ну как можно было сдержаться, когда Жириновский подбадривал Лысенко: “Бей его, Коля! Души его!” [...] “У Тишковской после ее стычки с ВВЖ зафиксировали сотрясение мозга.”

Жириновский характеризует Тишковскую как *нервную женщину-депутата с Ярославля*, употребляя сложное существительное, воспринимающееся среди представителей феминистской лингвистики как дискриминирующий способ номинации. Но в этом отношении Жириновский вряд ли отличается от большинства русско-говорящих, которые более или менее придерживаются сегодняшней нормы языка, касающейся примет гендерной принадлежности. В принципе Жириновский мог бы употребить и немаркированную форму мужского рода, *депутат*, так как производное слово **депутатка* в русском языке (пока) не принято и не употребляется.

В мировоззрении Жириновского мужчины и женщины не равны. Обращают на себя внимание примеры следующего типа из книги *Лб*, в которых лексема *женщина* включается в такой ряд имен существительных как *инвалиды, старики, дети*, в то время как молодые здоровые мужчины исключаются:

(4) Неослабное внимание к нуждам инвалидов, престарелых, детей, женщин – святой долг правительства всякого цивилизованного государства.

Разницу в употреблении лексем *женщина* и *мужчина* можно заметить и в определениях. В просмотренных мною текстах не найдется ни одного примера, где *женщина* сочеталась бы с прилагательным *молодая*. Следующий пример взят из бюллетеня Думы (17, 11.3.1994 г.):

(5) Если бы спросить у министра внутренних дел, сколько выехало женщин из того возраста, когда они делают аборты, за пределы России.

Прилагательное русский Жириновским используется лишь один раз, а именно в связи с его матерью, Александрой Павловной:

(6) Поэтому я всегда считал себя русским как рожденный русской женщиной А.П. Жириновской. (Пб).

Рождение детей Жириновский видит как “великое предназначение” женщин, ведь, таким образом, они выполняют свой долг увеличения численности населения:

(7) ..., необходимых им для выполнения великого предназначения женщин – пополнения нашего народонаселения. (Пб)

Женщина в роли объекта в немалой степени подвергается жестоким обращениям мужчин, будь это насилие, агрессия или, как в дальнейшем примере, просто беспомощность мужчин:

(8) Мужская часть нашего народа не сумела создать нормальных условий жизни для женщин, для наших жен, ... (Пб).

Интересно отметить, что Жириновский предпочитает сочетание мужская часть нашего народа вместо (мы) мужчины, таким образом отстраняя себя от беспомощных мужчин.

Жириновский использует гендерические формы этнонимов (*азербайджанцы, армяне, турки*), немаркованные мужские формы профессии (*преподаватель, уборщики, мусорщики*). Редко употребляет он формы с суффиксами, обозначающими лиц женского пола, в основном они относятся к “тиปично женским” профессиям - *учительница, женским нарицательным именам (девственница)* и обозначению России:

(9) Мир должен быть благодарен России за ее роль спасительницы, освободительницы (Пб).

Сложное слово типа *женщина-депутат* в текстах Жириновского встречается лишь один раз. Этот композит находится в оппозиции к другому сложному слову, *депутат-бомж*. В то время как депутат женского рода определяется конституентом *женщина*, независимый депутат мужского рода определяется словом *депутат*:

(10) Представьте ситуацию: *депутат* вышел из фракции, [...]. Тогда получается третий тип депутата – бомж, *депутат-бомж*. (Бюллентень 14, 18.2.1994 г.)

Употребление сочетания греческая женщина вместо формы гречанка подчеркивает не столько отклонение Жириновского от этих форм, сколько сознательную эмоциональную окраску со стороны говорящего:

(11) Сколько было уничтожено греков? Сколько было изнасиловано греческих женщин? (Пб).

Есть, конечно, ряд существительных, которые не образуют форм, выражающих женскуюность. В том случае референция на пол возможна лишь при помощи слова *женщина*:

(12) Ко мне приходит следователь, тоже женщина. (“Последний бойскаут”)

Во всех проанализированных текстах Жириновского лексема *женщина* чаще всего встречается в книге *Пб*, а именно в седьмой главе “Судьба России в наших руках”. Конечно, этот текст и наиболее объемный. На втором месте следует интервью “Последний бойскаут” из журнала *Медведь*, который в основном выпускается для мужчин. В этом интервью Жириновский объясняет драку в парламенте между депутатами Тишковской, Лысенко и Якуниным и им самим, так как журналист обратился к нему с просьбой объяснить его агрессивное поведение. Далее он спрашивает Жириновского о его отношении к женщинам и журналисткам. В остальных интервью (“*Мораль, нравственность – это все потом*”, *Устами лидера*; см. [9]) ни разу не упоминается слово *женщина* (или *мужчина*).

Все заявления Жириновский делает со всем известной откровенностью, не годящейся для западного политика. Говоря о женщинах, Жириновский часто относит их в одну референциальную цепочку с женами, инвалидами, престарелыми и детьми. Если он делает референцию на индивидуальную женщину, то обычно с местоимениями *какая-то, одна*. Определение при слове *женщина* встречается не часто. Причина этому может быть его тенденция к обобщению и его намерение обратиться ко всем адресатам:

(13) Желание каждой молодой пары – стать мужем и женой, иметь детей, свое жилье, любимую работу, вырастить детей.

Если мужчины и женщины называются совместно, то мужчины перечисляются первыми:

(14) Мы должны научиться уважать себя как граждан, как мужчин и женщин, как взрослых и детей ... (Пб).

Этот порядок типичен не только для Жириновского, он является узульским и желательным, но не обязательным порядком в русском языке [10].

Что касается политической корректности Жириновского, то это, пожалуй, не только вопрос гендерно-нейтральных или гендерно-специфических названий, а в основном вопрос содержания. Жириновского можно и нужно критиковать за его (верbalное) агрессивное поведение, но

нельзя упрекнуть его в сексистском употреблении языка. В этом смысле политик причисляется к большинству говорящих на русском языке. “Язык слишком долго был орудием мужчин, в нем отразилась их многовековая власть над женщинами, это они не допустили слово “сестринство” в словарь”, иронически пишет Татьяна Толстая в своем очерке “Политическая корректность” [11].¹ Вот так. Но в каждом тексте отражается, кроме языковой системы, личность говорящего и его отношение к адресатам.

-
1. Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина. Москва, 1999, с.81-98.
 2. Там же, с. 99-104
 3. В. Штадлер. Особенности употребления лексических единиц *женщина, мужчина, человек* у В.В. Жириновского // Гендерный фактор в языке и коммуникации / Общ. ред. И.И Халеева. Иваново, 1999, 15-22
 4. Playboy 3/1995, 47-49, 52, 54-59, 61-62, 150-155
 5. См. W. Stadler, Macht Sprache Gewalt. Rechtspopulistische Sprache am Beispiel V.V. Žirinovskij vor dem Hintergrund der Wandlungen politischer Sprache in Russland. Innsbruck, 1997, с. 108
 6. Совершенно секретно. 7/1995, 12-14, с. 26.
 7. W. Stadler, FRAUenbilder. MANNsbilder. MENSCHenbilder. Anmerkungen zum Gebrauch der Wörter *Frau, Mann, Mensch* bei V.V. Žirinovskij: I. Arbeitstreffen des Interdisziplinären Forums österreichischer SlawistInnen (IFQS), Innsbruck 25.–26. Februar 1999 (доклад)
 8. Медведь 4 (28)/1998, www.medved.ru/inview/boy.htm
 9. Искусство кино 7/1992, с. 87-89; Устами лидера. Киновидеокомпания Континент .Санкт-Петербург, 1997
 10. K. Tafel. Die Frau im Spiegel der russischen Sprache. Wiesbaden, 1997, с. 119
 11. Т. и Н. Толстая. Сестры. Москва, 1998, с. 106-138.

Национальная специфика семантики

¹ Я благодарен Ирине Коваленко, обратившей мое внимание на эту книгу.

(контрастивные и сопоставительные исследования)

И.А.Стернин, К.Флекенштейн
Принципы создания контрастивного словаря

Необходимость создания контрастивных двуязычных словарей в настоящее время не вызывает сомнения ни у кого, но конкретные попытки создать такие словари наталкиваются на многочисленные теоретические и лексикографические трудности, что делает в итоге практическую работу по созданию словарей данного типа невыполнимой. Предложим некоторые разработки, которые призваны способствовать преодолению указанных трудностей и которые положены нами в основу создания опытного образца русского-немецкого и немецко-русского контрастивных словарей.

Контрастивный подход к описанию лексики предполагает описание отдельной единицы одного (обычно родного) языка в сопоставлении со всеми возможными ее соответствиями в другом (обычно иностранном) языке с указанием их несопадающих семантических компонентов.

В работе используется типология соответствий, разработанная З.Д.Поповой и И.А.Стернином (Лексическая система языка, Воронеж, 1984, с.72): 1/ линейные соответствия, когда единице одного языка соответствует только одна единица в другом языке; 2/ векторные соответствия, когда единице одного языка соответствуют несколько единиц в другом языке; 3/ безэквивалентность, когда единице одного языка нет соответствия в другом языке.

Межъязыковыми лексическими соответствиями являются лексические единицы двух языков, имеющие в структуре значения общие семы (К.Флекенштейн, И.А.Стернин. Практикум по лексикологии современного русского языка. Галле, 1989, с.41-44; И.А.Стернин, К.Флекенштейн. Очерки по контрастивной лексикологии и фразеологии. Галле, 1989, с.35-83, очерк четвертый “Межъязыковые лексические соответствия и методика контрастивного анализа”).

Межъязыковые лексические соответствия подразделяются на два типа: лексические эквиваленты и переводные соответствия.

Лексическими эквивалентами называем слова двух языков, максимально совпадающие по составу сем, образующих их значения. Переводными соответствиями называем два слова разных языков, имеющие сходство в семном составе и регулярно использующиеся при переводе. Существуют также контекстуальные соответствия - слова, которые могут рассматриваться как лексические соответствия только в определенном контексте, в конкретном акте речи, в разовом употреблении.

Для того, чтобы пару слов можно было рассматривать как лексические эквиваленты, необходимо, чтобы у этих слов:

- 1/ совпадали все ядерные семы,
- 2 /совпадали коннотативные семы,
- 3 /совпадали функциональные семы.

Не может быть эквивалентно современное слово устаревшему, рабочее - книжному, общеупотребительное - узкопрофессиональному, высокочастотное - малоупотребительному.

Если вышеперечисленные условия не удовлетворяются (или хотя бы какие-нибудь из них), то рассматриваемые единицы будут являться не эквивалентами, а переводными соответствиями.

Переводные соответствия, в зависимости от степени семной близости, могут быть близкими, приблизительными или допустимыми (в последнем случае речь идет о соответствиях, в которых передается лишь наиболее общая сема - например, конкретное название дерева в одном языке передается словом “дерево” в другом: в некоторых контекстах это оказывается допустимым).

О критериях отнесения межъязыковых соответствий к эквивалентам, приблизительным, допустимым и возможным соответствиям см. И.А.Стернин, К.Флекенштейн (“Очерки…”, с.66-87).

Методика контрастивного описания лексики изложена нами в “Очерках...” и включает следующие этапы:

- 1/ установление межъязыковых лексических соответствий (линейные, векторные, беэквивалентность),
- 2/ семантическое описание контрастивных пар (слово исходного языка попарно сопоставляется со всеми своими возможными соответствиями в другом языке и в каждом случае выявляются совпадающие и несовпадающие семантические компоненты разных типов),
- 3/ дифференциация межъязыковых соответствий по степени семантической близости образующих их единиц,

4/ дифференциальное толкование лексических единиц (толкования, в которых выделены несопадающие семы). Для практических лексикографических целей пункт 3 может быть опущен.

Использование изложенных принципов позволяет осуществить контрастивное описание лексики одного языка в сопоставлении с другим конкретным языком. Возможен русско-немецкий контрастивный словарь, но немецко-русский контрастивный словарь - это уже другой тип издания. Русско-немецкий контрастивный словарь будет отличаться от русско-английского, русско-французского, так как в них будут входить разные единицы.

Встает вопрос об отборе лексики для контрастивного словаря. Цель контрастивного словаря - описать национальную специфику семантики конкретных межъязыковых соответствий, поэтому в него должны войти все контрастивные пары, в которых выявлена национальная специфика - то есть обнаружены несовпадающие семы.

Представляется, что в такой словарь должны войти все случаи выявленной национальной специфики в линейных и векторных соответствиях, безэквивалентные единицы, а также ложные друзья переводчика.

Не подлежат включению в словарь эквиваленты (в них нет национальной специфики), а также лексические единицы, образованные по соотносимым, но специфическим для системы каждого языка словосочетательным или словообразовательным моделям. Последнее можно проиллюстрировать такими примерами: рус. у него большое сердце, печень, почки, легкие, желудок и т.д.- нем. er ist Leberkrank, Herzkrank, Magenkrank и т.д.; рус. размером с монету, яблоко, тарелку и т.д. - нем. Pfenniggroß и т.д. В русском языке принято обозначать соответствующие понятия устойчивыми конструкциями “больной + орган”, “размером с + некий эталон”, а в немецком - сложными словами. Это особенности систем соответствующих языков. Нельзя считать на этом основании, что в русском языке соответствующие слова отсутствуют. В контрастивном словаре список подобных регулярных соответствий должен быть приведен во введении, списком.

Нечелесообразно включать в контрастивный словарь наименования национальных блюд, праздников, одежды - такую лексику надо включать в *страноведческие и лингвострановедческие словари*.

При составлении словарных статей предлагается пользоваться следующими принципами.

1. Если в слове одного языка есть некоторая сема, а в соответствии она отсутствует, такая сема дается в скобках курсивом. Это указывает, что она отличает значение слова в данном языке от его соответствия в другом.

nippeln - щипать (*медленно*)

ausklügeln (*остроумно*) - придумывать

Mitfahrer (*в машине*) - попутчик

2. Если в словах обоих языков есть один и тот же семантический признак, но семы в рамках этого признака различаются, эти семы фиксируются в обоих языках и в обоих выделяются курсивом, что свидетельствует о наличие взаимного различия по этому признаку. Если таких сем несколько, они даются через точку с запяткой:

auskleiden (*книжное*) - раздевать (*межстилевое*)

atzen (*охотничье; о птенцах*) - кормить (*межстилевое; о человеке или животных*)

3. Если в одном языке сема вероятностная, а в другом постоянная, фиксируются обе семы, из которых выделяется курсивом элемент толкования, свидетельствующий о вероятностном характере семы в одном из языков - таким образом эта сема выделяется как национально-специфическая :

Becher (*обычно* без ручки и ножки; для питья, *реже* для мороженого) - стакан (без ручки и ножки; для питья)

Abteil (*обычно* с закрытыми дверями) - купе (с закрытыми дверями)

4. Если в одном языке зафиксирована дизьюнктивная сема, а в другом - моносема, фиксируются обе и выделяется несовпадающая часть:

nett (*внешне* и в общении) - приятный (в общении)

Aasfresser (*животное* или птица) - стервятник (птица)

5. Если семы различаются по некоторым параметрам одновременно, используются все вышеизложенные способы их фиксации, наличие курсива свидетельствует о дифференциальном характере данной семы:

abraten (о мясе, *не до готовности*) - обжаривать (о мясе и других продуктах; со всех сторон)

ausharren (*книжное; терпеливо; до конца; несмотря на неблагоприятные обстоятельства*) - ждать (*межстилевое*)

6. При характеристике векторных соответствий каждое соответствие сопровождается перечислением дифференциальных национально-специфических сем:

Bett - грядка (*продолговатой формы; для выращивания овощей*),

клумба (замкнутой, симметричной формы; для выращивания цветов)

ankommen (межстилевое) - прибывать (официально-деловое),
 приезжать (наземным транспортом),
 прилетать (воздушным транспортом),
 приходить (пешком),
 приплывать (по воде)

Asche - зола (в виде кусочков)

пепел (в виде пыли),

остатки (в виде фрагментов сгоревшего)

auskippen - выливать (о жидкости),

высыпать (о сухих веществах и предметах)

Bart - борода (на нижней части лица),

усы (над верхней губой)

wachen - мыть (под струей воды или покрывая водой),

стирать (о ткани, погружая в воду)

заря - Abendrot (вечерняя),

Morgenrot (утренняя)

очевидец - Augenzeuge (видел),

Ohrenzeuge (слышал)

дешевый - billig (некачественный),

preiswert (оцененный; качественный),

preisgunstig (выгодный по цене)

до свидания - aufwiedersehen (при личном прощании),

aufwiederhören (при телефонном разговоре)

пакет - Beutel (чтобы нести),

Tüte (чтобы упаковать)

авария -avarie (из-за технической неисправности),

Unfall (из-за внешней причины)

качаться - schwenken (из стороны в сторону),

schwingen (вперед-назад)

7. При широкозначности слова (когда ему в другом языке соответствует открытый ряд контекстуальных соответствий, каждое из которых возможно только в определенном контексте - переходный случай от векторных соответствий к безэквивалентности) значение описывается через перечисление возможных контекстуальных соответствий с указанием на широкозначность слова:

Betreuer (широкозначное) - руководитель, научный руководитель, ответственный за кого-либо, организатор и т.д.

Mitbewohner (широкозначное) - сосед, проживающий рядом, проживающий неподалеку, проживающий совместно с кем-либо, сожитель (устар.)

Genussmittel (широкозначное) - кофе, шоколад, табачные изделия, спиртные и алкогольные напитки

Umkleidekabine (широкозначное) - кабина для переодевания, раздевалка, примерочная, комната в медицинском учреждении, где больные раздеваются

Veranstaltung (широкозначное) - мероприятие, собрание, соревнование, представление и др.

verletzt (широкозначное) - ранен, ушибся, поцарапался, ударился, порезался, повредил что-либо и т.д.

Installateur (широкозначное) - газовик, электрик, монтер, водопроводчик и др.

Anlage (широкозначное) - аппарат, устройство, приспособление, механизм и т.д.

Ungeziefer (широкозначное) - вредные насекомые, грызуны, мыши, крысы

wandern (широкозначное) - прогуливаться, идти в поход, путешествовать пешком, странствовать и др.

Pause (широкозначное) - перерыв, пауза, остановка работы, перекур, каникулы

Schreibkraft (широкозначное) - машинистка, стенографистка, секретарь, технический сотрудник и др.

Geschwister (широкозначное) - братья, сестры, братья и сестры, дети от одних родителей

Zukneifen (широкозначное) - поджимать рот, прищуривать глаза, щуриться, кривиться

8. Безэквивалентные единицы приводятся с объяснением на другом языке, выступающим как способ компенсации лексической лакуны в данном языке:

Abbite - просьба о прощении

Löschwasser - вода для тушения пожара

Feierabend - вечер после работы

verschiffen - перевозить водным путем

vorplatz - место перед каким-либо зданием

vorschmecken - выделяться своим необычным вкусом
 robben - ползти на животе
 nesten - возиться, пытаясь развязать или расстегнуть
 что-либо
 maßgerecht - точно по размеру
 Lohndrücker - человек, работающий за низкую плату
 panschen - разбавлять алкоголь водой
 Rast - кратковременный отдых

9. Если соответствием слову в другом языке является устойчивое словосочетание, то приводится данное словосочетание с пометой “устойчивое”:

ausflippen (*разговорное*) - уст. терять контроль над собой
 (*книжное*)
abbuchen -уст. снимать со счета
Alleinfertiigner - уст. единственный кормилец
Blutalkochol - (*местилевое*) - уст. содержание алкоголя в крови (*специальное*)
Buchstabieren - уст. называть слово по буквам
stempeln - уст. ставить печать

10. Если слову в другом языке соответствует фразеологизм, указывается “фраз.”:

mampfen (*разговорное*) - фраз. уплетать за оби щеки

11. Ложные друзья переводчика даются в конце словаря отдельным списком с объяснением значения и указанием слова, с которым данную единицу нельзя путать:

Nostalgie - тоска по старому (*не по родине*, ср. ностальгия)

Tonne - бочка (*не 1000 кг.*, ср. тонна)

Таковы основные принципы создания контрастивных лексикографических описаний.

Н.М.Репринцева

Контрастивный анализ семантики наименований дорог в русском и французском языках

Национальная специфика исследуемых единиц выявляется при контрастивном словарном семантическом сопоставлении (как результате компонентного анализа и при контекстуальном анализе употреблений

слов), а также при анализе адекватности переводов. На каждом из этапов исследования появляются новые компоненты, которые обуславливают национальную специфику значений. Покажем это на примере контрастивного анализа русских и французских наименований дорог.

Так, для русской лексемы “тротуар” словарным соответствием выступает французская лексема “*trottoir*”. Компонентный анализ, проведенный в каждом языке отдельно, дает возможность посемено сопоставить значения исследуемых слов, определив, являются ли выделенные семы эквивалентными, близкими или несовпадающими (безэквивалентными):

тротуар	trottoir	
1. Полоса земли.	1. Полоса земли.	экв.
2. Для пешеходов.	2. Для пешеходов.	экв.
3. Покрыта каменными плитами, асфальтом или досками	3. Покрыта плитами или асфальтом.	близк.
4. По краям улицы или площади.	4. По краям улицы.	близк.
5. Обычно приподнята над проездной частью.	5. Расположенная выше проездной части.	близк.

Таким образом, анализ семемы “тротуар” показал, что не все семы русского значения эквивалентны семам французского соответствия: во французском значении нет компонентов «покрыта досками», «по краям площади», в русском – сема «приподнята над проездной частью» носит вероятностный характер в отличие от постоянного характера соответствующей французской семы. Налицо национальная специфика семантики слова *trottoir* в русском языке относительно его французского соответствия.

Контекстуальный анализ (анализ употребления слов в текстах) выявил дополнительные периферийные семы в сопоставляемых словах:

тротуар – «для пешеходных прогулок, отдыха»; «многолюдный»;
trottoir - “окаймленный бордюром, деревьями”; “многолюдный”; “место продажи еды, напитков”; “на берегу моря”.

Среди периферийных сем также выявляются несовпадающие, национально-специфические, которые должны быть учтены в контрастивном описании семантики единиц. Так, семы “окаймленный бордюром, деревьями”; “на берегу моря” будут безэквивалентными для французской лексемы и, соответственно, лакунарными (отсутствующими) в русском слове *trottoir*.

Периферийная сема “многолюдность” совпадает в обоих языках, а семы “место продажи еды, напитков” во французском слове и “для пешеходных прогулок, отдыха” в русском являются случайными лакунами для русского и французского слов, соответственно, поскольку логический анализ показывает, что в русской действительности на тротуарах тоже продают еду и напитки, а французские тротуары, как и русские, используются для пешеходных прогулок и отдыха. Таким образом, семные несоответствия при контрастивном описании семантики могут быть вызваны случайными причинами и необходимо проверять все подобные случаи логическим анализом.

А.Е.Цуверкалов

Лексико - семантическая группа *руководитель* в русском и французском языках

Сопоставительный анализ лексико-семантических групп вызывает постоянный интерес лингвистов. Нами было исследована ЛСГ “руководитель” в текстах русских художественных произведений (300 тыс. словоупотреблений) и их французских переводах.

В русских текстах было выявлено 62 единицы ЛСГ *руководитель*. Во французском языке данные единицы были переведены 56 единицами.

Сравнивая переводы, мы констатируем эквивалентность в контексте следующих переводных соответствий: секретарь - *secretaire*, директор - *directeur*, первый человек - *premier homme*, президент – *president*, монарх - *monarque*, император - *empereur*, султан - *sultan*, бургомистр - *bourgmeestre*, мэр – *maire*, диктатор - *dictateur*, узурпатор - *usurpateur*, мажордом - *majordome*, метрдотель – *maître d'hotel*, префект - *prefet*, супрефект - *sousprefet*, имперский прокурор – *procureur imperial*, маршал - *marechal*, адмирал - *amiral*, генерал - *general*, комиссар - *commissaire*, капитан - *capitaine*, аббат - *abbe*.

Векторные соответствия (вариантность при переводе) зафиксирована у следующих единиц:

заведующий - *directeur, chef, responsable, secretaire*;

командир - *commandant, chef*;

председатель - *président, syndic*;

хозяин - *maître, chef, hôte, patron, grand patron*;

управляющий – *régisseur, gerant, intendant*

шеф - *l'édit personnage, fondé au pouvoir*;

*бригадир – brigadier, chef d'équipe;
глава (ордена) - chef, general de l'ordre.*

К группе допустимых соответствий при переводе мы относим следующие примеры: *властитель - maître, пристав - commissaire, воевода - Seigneur, начальник - supérieur, главный человек - patron un, главнокомандующий - l'état-major général, главарь – chef, воаждь – chef, исправник - chef de Police, главный бухгалтер - chef comptable, вожак - teneur.*

Примерами описательного перевода могут служить примеры: уже давно начальник – *il a l'habitude de commander, La moindre aptitude au rôle d'administratuer – не обладал ни малейшими административными задатками.*

Отмечены случаи перевода лексем с обобщенным значением конкретными по семантике лексемами: сельсовет называл в райпотребсоюз – *le président de village telephonait à la direction régionale*, был начальством – *c'était un chef.*

Примеры перевода свидетельствуют об определенной ограниченности лексико-семантической системы французского языка в области дифференцированного обозначения концепта *руководитель* по сравнению с русским языком.

И.А.Бахметьева

Русское женщина и английское woman

В современной лингвистике понятия *язык* и *культура* рассматриваются в тесной взаимосвязи, поскольку язык отражает различные аспекты культуры народа. Различия или сходства в области лексики разных языков позволяют судить о различиях в культуре народов, а также о некоторых различиях и сходствах в их мышлении. Такие различия особенно заметны в истории языка.

Рассмотрим слова “woman” и “женщина”. В староанглийском wifman или wimman состояло из двух корней, которые были разными словами в других старогерманских языках, а сложное слово появилось только в староанглийском (ср. старогерманское wib, староисландское vif, новоанглийское wife; староанглийское man, готское manna, современное man).

Первое упоминание слова “женщина” в русском языке относится к 16-му веку, но активно употребляться оно стало во второй половине 18 века . Лексема “женщина” обозначала женский пол. В древнерусском язы-

ке со значением “женщина” реализовывалась полисемантическая номинативная единица “жена”.

Развитие значения “женщина” у английского существительного “woman” и русского “женщина” во многом сходно, т.к. идет по линии развития значения от “жены” к “женщине”.

Н.А.Козельская, Фан Ханг Фыонг

Опыт контрастивного описания русских цветообозначений

Цель нашей работы – дать описание русских цветовых прилагательных в зеркале вьетнамского языка. Исследование проводилось методом контрастивного анализа с привлечением данных свободного и направленного ассоциативного эксперимента для выявления предметного компонента прямого значения (эталона цвета). В эксперименте принимали участие 80 русских и 50 вьетнамских студентов, говорящих по-русски.

Система адъективного цветообозначения в русском и вьетнамском языках основывается на наименовании цветов по тону и имеет немало внешних общих черт. Среди цветовых прилагательных отчетливо выделяются два разряда слов: названия чистых “основных” цветов и вторичные цветообозначения. Практически все названия основных цветов являются доминантами обширных синонимических рядов, образуемых вторичными наименованиями, например, желтый – восковой, кремовый, лимонный, соломенный, палевый, пергаментный, яичный, янтарный, золотой, шафрановый, охристый, песочный. И в русском и во вьетнамском языках вторичные названия цветов образуются от названий драгоценных, поделочных камней (гранатовый, рубиновый, агатовый, бирюзовый, малахитовый, изумрудный, мраморный и т.п.), от названий металлов (серебряный, золотой, медный, бронзовый, свинцовый, стальной и др.); от названий растений, ягод (маковый, слиновый, лимонный, гороховый, оливковый фисташковый и др.); от названий минеральных, природных пигментов (пурпурный, карминовый, охристый, индиговый, киноварный и др.); от названий горных пород, строительных материалов (меловой, кирпичный, асфальтовый, песочный и др.).

Контрастивный анализ показывает, что системе цветообозначений в русском и вьетнамском языках свойственна и яркая самобытность. Нацио-

нально-культурная специфика цветовых прилагательных имеет разнообразные проявления.

Прежде всего отмечается различие в семантизации цветов через соотнесение с предметами. Как правило, цветообозначение связано с целостным представлением о той или иной реалии. Механизм обозначения цветового признака предмета можно представить в следующем виде: получив цветовое раздражение от конкретного предмета, носитель языка мысленно ищет ему соответствие среди имеющихся в сознании цветовых представлений и, найдя его, обозначает признак конкретного предмета соответствующим прилагательным. Конкретный предмет, обозначаемый тем или иным существительным, берёт на себя функцию “эталона”. “Эталонные” представления формируются на основе ассоциаций, вызываемых признаками таких предметов, которые хорошо известны носителям языка, причем эти признаки должны быть более или менее устойчивыми, постоянными для данного предмета. Мы проанализировали толкования значений цветовых прилагательных в русских и вьетнамских словарях и дополнили эти сведения данными направленного ассоциативного эксперимента (АЭ). Приведем в сводной таблице материалы словарной семантизации цвета через эталонный предмет и наиболее типичные ответы информантов (учтены ответы, которые дали не менее 50% опрошенных).

цвет	русский		вьетнамский	
	Словарь	АЭ	Словарь	АЭ
Красный	кровь	рак, кровь	бальзамка	бальзамка, кровь
Белый	снег, мел	снег, мел	хлопок	хлопок, бивни слона, варёный белок
Чёрный	уголь	ночь, уголь	уголь	клубень лотоса, тушь, бар- хат
Зелёный	трава, листва	трава, лягушка	трава	банановый лист, шелковица
Жёлтый	желток, золото	солнце, цыплёнок	шафран	шафран, солома,

				лимон
Синий	цветы василька	небо, море	индиго	небо, жем- чужина
Серый	пепел	мышь, волк	свинец	пепел, зим- нее небо
Корич- невый	корица, кофе	шоколад, кофе	крестьянская одежда	крестьянская одежда, зем- ля, клубень “маи”

Как видно из таблицы, наиболее ярко влияние экстралингвистических факторов (природных условий, особенностей жизни и быта) сказалось на выборе эталона при определении белого, зелёного, жёлтого и коричневого цветов.

Обнаружено несовпадение в цветообразе некоторых прилагательных. Так, если эталоном желтого цвета для русских является желток, то у вьетнамцев с желтком связывается представление о красно-оранжевом цвете. Цвет волос, называемый по-вьетнамски красным, обозначает черный с красноватым оттенком, коричневый цвет волос обозначает черные с бледно-коричневым оттенком волосы.

Наибольшие расхождения между двумя языками обнаруживаются во вторичных названиях цветов, имеющих различную внутреннюю форму. Мотивированными лакунами для вьетнамского языка оказываются русские прилагательные, образованные от названий ягод, цветов, овощей, например, *вишнёвый, малиновый, брусничный; сиреневый, васильковый; свекольный, салатный* и другие. Для русского языка мотивированные вьетнамские лакуны – это прилагательные, цветообраз которых связан с названиями специфических продуктов питания, например, цвет соуса из креветок (чёрно-серый с красновато-коричневым оттенком), цвет требухи варёного рака (оранжево-розовый); с названиями некоторых растений, цветов, плодов, например, цвет лепестков лотоса (нежно-розовый), цвет банановой почки (ярко-зелёный), цвет фасолевой кожуры (блекло-желтый), а также с названиями насекомых и животных, например, цвет улитки “буоу” (тёмно-зеленовато-серый).

При исследовании переносных значений цветовых прилагательных выявились различные типы соответствий. Полное совпадение – белый хлеб, чёрный рынок, чёрный день, красная книга и др.

Частичное совпадение словосочетаний имеет несколько вариантов проявления.

1) Русское цветовое сочетание передаётся во вьетнамском языке устойчивым сочетанием, но без цветового компонента, например, красный уголок – уголок просвещения, белый стих – нерифмованный стих, чёрный ход – задний ход и др. Многие из подобных сочетаний носят терминологический характер, поэтому цветовой компонент в них и в русском языке переосмыслен.

2) Эквивалентные по лексемному составу сочетания с различным количеством семем. Например, сочетание “голубые береты” в русском языке обозначает солдат или офицеров вооруженных сил ООН. Во вьетнамском языке, поскольку одно и то же слово обозначает голубой и зелёный цвет, данное сочетание имеет указанное и два других значения: “войска Франции во вьетнамской войне”, “войска вооруженных сил США” (зелёные береты).

3) Эквивалентные по лексемному составу сочетания обозначают близкие, но неодинаковые понятия. Например, сочетание “голубая мечта” в русском языке – “далёкая, давняя, несбыточная мечта”, во вьетнамском – “мечта юных, сентиментальная мечта”.

В группу безэквивалентных сочетаний вошли в основном примеры, отражающие особенности жизни, быта, истории, культуры и т.п. носителей русского языка. Например: белая изба, черный хлеб, красная икра, голубая кровь, зелёный огонёк и другие. Лакунами для русского языка оказываются устойчивые сочетания с прилагательными “желтый”. “Желтый” во вьетнамском языке имеет переносные значения “славный, почётный” (жёлтая доска – доска почёта), а также “императорский” (жёлтый сын, жёлтый род, жёлтый дворец). Кроме того, слово “желтый” несёт смысл “вызывающий симпатию”. Неслучайно в свободном ассоциативном эксперименте вьетнамцы дали позитивно окрашенные слова-реакции на “желтый” – звезда на флаге, нежность, лето, золото, ср., у русских – разлука, несчастье, болезнь.

Особо мы выделили случаи ложного соответствия: “белое мясо” в русском – “куриное мясо”, во вьетнамском – “жилистое мясо”; “белая ночь” – по-вьетнамски “бессонная ночь”.

Контрастивное исследование национальной специфики цветообозначений позволяет установить не только чисто лингвистические, но и психолингвистические особенности семантики русских и вьетнамских цветовых прилагательных. Ассоциативный эксперимент ярко показывает, какую культурологическую ценность имеют цветообозначения в каждом языке. Её

выявление и знание необходимо, чтобы донести до сознания иностранного учащегося полноценный семантический образ русского слова.

В.Б.Гольдберг

Национальная специфика семантических связей

Предметом исследования являются семантические связи, организующие лексико-фразеологическое поле “Биологическое существование человека” в русском и английском языках. Изучение связей и через них – концептуальных отношений позволяет увидеть закономерности познания народом окружающего мира.

Построенная типология семантических связей, организующих лексико-фразеологическое поле “Биологическое существование человека”, включает связи, организующие поле в обоих языках, и связи, обнаруженные на материале одного из языков. К числу общих относятся: гипер-гипонимическая связь, объединяющая более общие и более конкретные элементы, меронимическая связь между обозначениями целого и части, партитивная связь между обозначениями частей одного целого, фазовая связь между обозначениями фаз одного процесса, градуальная связь между обозначениями разной степени одного признака, и др. Перечисленные языковые связи выступают как знаки концептуальных отношений, которые мы обозначили соответственно, терминами конкретизирующее, меронимическое, партитивное, градуальное.

Поскольку данные связи организуют поле в двух языках, можно считать, что сигнализируемые ими концептуальные отношения представляют общие закономерности познания. Национальная специфика языков проявляется в том, что связи обладают разной насыщенностью, т.е. получают в сходных фрагментах поля разное число реализаций. Ср., например, сходные, но разные по глубине, реализации гипер-гипонимической цепочечной связи в двух языках: “быть казненным” - [...] - “быть расстрелянным” и be executed – [...] – <быть казненным посредством огнестрельного оружия> – be shot, be fusilladed. Подобные расхождения говорят о том, что для носителей языков релевантны разные степени конкретизации, градации концептуального содержания.

Градуальная связь объединяет элементы поля вокруг ряда когнитивных классификаторов. Номенклатура классификаторов не полностью повторяется в моделях русского и английского поля и поэтому также относится к числу национально-специфических черт языка. Данная особенность

свидетельствует о разной степени релевантности одних и тех же классификаторов для носителей разных языков.

На материале английского языка выявлены связи, не имеющие аналогии в модели русского поля: дизъюнктивная, гиперо-гипонимическая дизъюнктивная, реминисцентная дизъюнктивная, концептуально-функциональная связи. Эти связи говорят о релевантности соответствующих концептуальных отношений для английского языка, в отличие от русского.

Л.В.Ковалёва

“Духовная” фразеология в русском, немецком и английском языках

Одной из отличительных черт современного языкоznания является повышение интереса к изучению лексики и фразеологии, отражающей сферу духовного .

Цель нашего исследования - восполнить в некоторой мере тот пробел, который обнаружился в области сравнительного изучения языков по отношению к фразеосочетаниям “духовной” семантики. Важно сопоставить фразеологизмы разных языков, чтобы выявить совпадения или различия в утверждаемых ими истинах, а через них - в образе мысли и чувства разных народов.

Нами взяты для исследования фразеологизмы, несущие в своем составе семему "Бог" в русском, немецком и английском языках. Предварительные результаты проведенного исследования показывают, что можно говорить о следующей типологии фразеологизмов исследуемой семантики: а) формы и смыслы сходятся; б) одна и та же мысль выражена по-разному; в) в сопоставляемых языках есть лакуны. Приведем примеры.

а) Фразеосочетания, демонстрирующие тенденцию к универсализации отражаемых ими религиозных смыслов: почитание бога, взвывание к богу, обращение к богу как высшему совершенству и т.д.:

бог знает (рус.) - God knows (англ.);

боже милосердный (рус.) - barmherziger Gott (нем.);

боже сохрани (рус.) - Gott behute (нем.) и т.д.

б) разное выражение одного и того же понятия:

На бога надейся, а сам не плошай (рус.) - Gott gibt wohl Kuh, aber nicht den Strich dazu (нем.) (букв. Бог дает корову, но не веревку к ней);

Бог даст день, даст и пищу (рус.) - Gibt Gott Haschen, gibt er auch Graschen (нем.) (букв. Даст бог кролика, даст и травку);

На то воля божья (рус.) - das steht in Gottes Hand (нем.) (букв. Это в руках бога) и т.д.

б) В русском языке нет соответствий такому английскому фразеологизму как The blind god (букв. бог темноты), что означает секс.

Нет соответствий и таким английским формулам (перевод с английского): Бог послал людям пищу, а дьявол поваров; Тот, кто служит за деньги богу, будет служить и дьяволу, если тот заплатит больше.

Немецкие фразеологизмы, не имеющие соответствий в русском языке (перевод с немецкого): - Лекарство поможет, если этого захочет бог; Спасибо ничего не стоит, но нравится богу и людям; Спешка от дьявола, покой от бога.

З. В. Белкина

HANS и ИВАН в русских и немецких фразеосочетаниях

Предметом нашего исследования являются фразеосочетания (ФС) с национальными именами собственными *Hans* и *Иван* в русском и немецком языках.

Для анализа нами было отобрано 223 ФС с компонентом - антропонимом в немецком языке и 416 - в русском. (В сборе материала принимала участие студентка С. Коршикова).

Наиболее распространеными в германских диалектах долгое время были имена *Hans*, *Peter*, *Liese*, *Heinrich*, *Michel*; *Grete*, *Minna*. Но не все эти имена являются компонентами ФС. Чаще всего во ФС встречаются такие имена как *Hans*, *Heinrich*, *Liese*, *Peter*.

По частоте употребления в немецком языке имя *Hans* (сокр. от *Johannes*) стоит на первом месте. На протяжении столетий оно было самым распространенным именем. Со временем оно используется как нарицательное - обращение к лицу, имени которого не знали. Постепенно имя *Hans* переходит в круг нарицательных со значением *всякий, любой, каждый человек* и обнаруживает данное значение во многих ФС:

Jeder Hans findet seine Grete - посл. Каждый мужчина найдет себе жену по вкусу.

Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr - посл. Чему смолоду не научишься, того и под старость знать не будешь.

Hans ist des alten Hansen Sohn - посл. Яблоко от яблони далеко не падает.

Wer Hans liebt, liebt auch Hansens Hund - посл. Кто любит меня, любит и мою собаку.

Наричательное имя Hans встречается во ФС уже в XIV-XV веках и используется для обозначения различных типов людей. Часто в этих ФЕ отмечаются *негативные черты* характера человека:
беспечность:

Hans Liederlich - разг. ветренник, ненадежный человек;

Hans guckt in die Luft - разг. разиня;

Hans ohne Sorge - беззаботный человек;

Hans Huckebein - разг. горемыка;

Hans Namiddag (Hamburg) - о человеке, который всегда откладывает выполнение какого либо дела;

Hans von der Luft wohnt da - говорят о развалившихся домах и замках;

труслиость:

Hans Feigling - разг. трусишка;

Hans Hasenfuß - разг. труслив как заяц;

хвастовство:

Hans Dampf in allen Gassen - разг. хвастунишка;

вредные привычки :

Hans Immerdurst - разг. любитель выпить;

глупость:

mit jmdm. Hänschen machen - дурачит кого-либо, принимать кого-либо за дурака;

es ist Hans wie Heini - разг. все одно, что в лоб, что по лбу;

Ich will Hans heißen, wenn ... (das nicht stimmt) - разг. назовите меня дураком, если (это не так);

den Hanswurst spielen - разг. строить из себя шута, валять дурака;

Hans Dumm - разг. дурачок;

Характеризуют исследуемые единицы также *везение- невезение*:

Hans Hucke - разг. неудачник;

Hans Huckebein - разг. горемыка;

ein Hans im Glück - разг. счастливчик;

финансовое положение :

Schmalhans als Küchenmeister haben - разг. жить впроголодь, положить зубы на полку;

Dort ist Schmalhans Küchenmeister - разг. там живут впроголодь; *неодушевленные предметы :*

Blanker Hans /der blanke Hans - Северное море (Вода в море в непогоду приобретает металлический, свинцовый оттенок, что могло послужить основанием для такого образного названия);

großer Hans - разг. пудинг;
профессию:

Hans Allerlei - торговец мелочными товарами.

Наиболее частотными во ФС русского языка являются такие имена как Иван, Фома, Макар, Семен, Савва, Варвара, Ерема, Мартын, Сидор. Рассмотрим фразеологические значения с антропонимом *Иван* в русском языке.

Из отобранных ФС с компонентом Иван самую большую группу составляют ФС со значением **типичность/индивидуальность**:

Все Иванычи Ивановы детки. Всяк черт Иван Иванович. Иван Марье обычный друг. Иванов, как грибов поганых.

бесхарактерность: Люди Иван - и я Иван; люди в воду и я в воду. Ты за дудку, я за гудок; Ваня за дудку, Спиря за гудок.

лень: Иван в дудку играет, а Марья с голоду умирает. Бредет, как Ивашкин лапоть, т.е. бездельничает.

вредные привычки: Без Иванки не выпьешь бражки.

непослушание: Иван Марью не слушает.

неспособность к действию: Нашему Ивану нигде нет талану.

глупость : Иванушка - дурачок; Иван - болван; Крестил поп Иваном, да прозвали болваном. Ростом с Ивана, а умом с болвана. Ваньку валять (ломать, свалить) - дурачиться, паясничать.

хитрость, лукавство: Он и Ивашка, да не промашка. Поп Вальку не обманет, а Ванька попу правды не скажет.

финансовое положение: Щеголь Ивашка, что ни год, то рубашка. В одном кармане Иван тощий, а в другом Марья леготчина.

физическая сила: Во всю ивановскую мочь - перемещаться и/или кричать с очень большой силой.

растения: Иван-да-Марья, Иван-чай - высокое травянистое растение.

Таким образом, русские и немецкие ФС с именами собственными *Иван* и *Hans* совпадают по таким значениям как **типичность, глупость, везение-невезение, плохое финансовое положение**. Как *Hans'у*, так и *Ивану* присущие такие черты как лень и пристрастие к пьянству. Однако, обнаруживается и наличие национально-специфических значений. Так, в русских ФС содержится значение **физической силы**. При характеристике отрицательных черт человека в немецких ФС выделяются такие смыслы как *труд-*

сость, хвастовство, а в русских ФС - бесхарактерность, непоследовательность, неспособность к действию.

О.Т.Косаренко

Словообразовательные гнезда с корнями вид-, гляд-, зир- в русском и македонском язы- ках

Для сопоставления деривационных возможностей русских глагольных корней (вид-, гляд-, зир-/зр-) с соответствующими этимологически македонскими считаем целесообразным использование метода построения графов аффиксальной деривации, предложенного в свое время П.А.Соболевой (Соболева П.А. Словообразовательная полисемия и омонимия. – М.: Наука, 1980). Для устранения искажений в представлении гнезд сравниваемых языков мы восстановили в деривационных цепях отсутствующие звенья. Следует подчеркнуть, что мы восстанавливали только промежуточные и отчасти начальные звенья деривационной цепи и только на основании лексикографически зафиксированных слов.

В результате сопоставления наполнения узлов графов словообразовательных гнезд (с корнями вид-, гляд-, зир-) русского и македонского языков выявлены случаи совпадения (сходства) и несовпадения (различия) в составе этих гнезд по шагам деривации. В процессе работы мы также определили степень близости и степень своеобразия сравниваемых словообразовательных гнезд двух языков. Полученные результаты могут быть суммированы следующим образом.

1. Степень близости словообразовательных гнезд русского и македонского языков варьирует в зависимости от части речи, корня и шага деривации.

2. В зависимости от части речи степень близости словообразовательных гнезд русского и македонского языков уменьшается в направлении: глагол > существительное > прилагательное > наречие. Самая высокая степень близости отмечена у глаголов (23,7%) и имен существительных (16,3%). У имен прилагательных степень близости меньше (8,5%), а у наречий – наименьшая (4,3%). По-видимому, это связано с тем, что способы образования глаголов и имен являются более древними и более устойчивыми. Причем глагол в деривационном отношении является наиболее сохранной и самой продуктивной частью речи.

3. В зависимости от шага деривации степень близости словообразовательных гнезд русского и македонского языков в большинстве случаев уменьшается. Наибольшая степень близости (для всех трех пар словообразовательных гнезд) наблюдается на первых шагах деривации: 1 шаг – 38%, 2 шаг – 18%, 3 шаг – 11%, 4 шаг – 3% и т.д. Хотя в общем для македонского и русского языков характерна тенденция к уменьшению степени близости в зависимости от шага деривации, словообразовательными гнездами с разными корнями она реализуется неодинаково.

4. Наибольшую степень близости имеют словообразовательные гнезда с корнем *гляд-* (22,5%), затем – словообразовательные гнезда с корнем *вид-* (15,9%), наименьшая степень близости – у словообразовательных гнезд с корнем *зир-* (13,5%). Это различие можно объяснить большей древностью корней *вид-* и *зир-*, в которых больше архаики и утрат, и большей жизненностью словообразовательных гнезд с корнем *гляд-*, в которых преобладают живые деривационные связи, что позволяет предложить объективный критерий оценки относительной древности корней, составляющих основу лексико-семантической системы славянских языков.

5. Степень своеобразия словообразовательных гнезд (с корнями *вид-*, *гляд-*, *зир-*) зависит также от части речи, корня и шага деривации. Каждый из сравниваемых языков (русский и македонский) обладает своеобразием в зависимости от вышеперечисленных факторов.

6. В зависимости от части речи степень своеобразия в русском языке выше у имен прилагательных и наречий, а в македонском языке – у глаголов и имен существительных.

7. По шагам деривации степень своеобразия словообразовательных гнезд (с корнями *вид-*, *гляд-*, *зир-*), как правило, повышается в русском языке и понижается в македонском. Здесь выявляются две противоположные, но тем не менее сосуществующие тенденции. Согласно одной из них, ярче выраженной в русской части материала, с каждым шагом деривации возможности образования слов возрастают: чем больше шаг деривации, тем богаче возможности и способы образования слов. Согласно другой, отчетливо просматривающейся на македонском материале, на первых шагах деривации возможности образования новых слов шире, богаче, чем на последующих шагах: чем больше шаг деривации, тем меньше остается степеней свободы (незаблокированных системой возможностей) для образования новых слов.

Это может объясняться тем, что первоначально оба языка развивались как синтетические и, следовательно, флексивные, а затем македонский

язык попал в поле балканского союза языков и стал приобретать аналитические черты. Как следствие этого, в русском языке деривационные возможности образования слов постепенно возрастают, а в македонском – убывают. Наши данные могут свидетельствовать, хотя и косвенно, именно об этом.

8. Наибольшая степень своеобразия словообразовательных гнезд в русском языке приходится на 1-ый, 2-ой и 5-ый, 6-ой, 7-ой шаги деривации (т.е. на начало и конец деривационного пространства), а в македонском языке – на 3-ий, 4-ый, 5-ый шаги деривации (т.е. на середину деривационного пространства).

Расширение материала исследования позволит уточнить и конкретизировать данные, полученные нами на ограниченном материале и составить более полное и детальное представление о сходстве и своеобразии словообразовательных и лексико-семантических систем близкородственных языков.

Корнева Е.В.

Национальная специфика функционально-семантического поля возвратности

Крупнейшими единицами семантического пространства языка являются функционально-семантические поля (ФСП). Сопоставление ФСП в разных языках позволяет выявить существенные черты семантического пространства этих языков. Проведенное исследование ФСП возвратности в русском и немецком языках показало, что национальная специфика ФСП возвратности проявляется в степени грамматизации категориальных средств выражения возвратности: местоимения "себя", постфикса -ся (в русском языке) и местоимения *sich* (в немецком языке).

Центр ядра поля возвратности в русском языке образует беспредложная форма местоимения *себя* в объектной функции. Семантика лексемы *себя*, реализуемая в сочетаниях "глагол+себя": "человек, кореферент имени субъекта" (называть себя), "тело" (скрести себя ногтями), "душа" (преодолеть себя) наиболее четко и регулярно передают идею "возвратности": "воздействие" человека на самого себя, свои мысли и чувства.

Конституентом ядра является также генетически родственный доминант постфикс -ся. В центре ФСП располагаются глаголы с постфиксом -ся, значение которых может быть описано сочетанием "производящий глагол + себя" (умыться, подчиниться). В них у постфикса -ся выявляется связь

с семами "тело", "душа". На периферии находятся глаголы, утратившие непосредственную сопоставимость с соответствующими сочетаниями (стукнуться = стукнуть себя). Действие уже не направлено на субъект, а лишь соотносится с ним. Для этих глаголов характерно наличие семы "свой" (порезаться - непризывно порезать свою руку, двигаться - самому двигать свое тело). Дальнейшая грамматизация постфиксa *-ся* приводит к утрате связи *-ся* с субъектом и превращению его в показатель пассивного залога (ведутся переговоры) или его полную десемантизацию (шум поднялся).

В немецком языке значение возвратности сопряжено с категориями лица и числа, поэтому в ядре ФСП представлены личные местоимения в аккузативе (*mich, dich, uns, euch*). Грамматизация показателя возвратности *sich* нарастает при движении от центра к периферии поля, однако она не достигает той степени, которая характерна для русского *-ся*. Немецкое *sich* в несвободном употреблении сохраняет лексемное тождество со свободным местоимением *sich*, как и в свободном употреблении изменяется по лицам и обнаруживает большую степень мотивированности базовыми значениями "человек, кореферент имени субъекта", "тело", "душа".

И.В.Назарова

Индивидуально-авторские сравнения в русском и французском поэтическом тексте

Изучение образных сравнений русского и французского языков на материале поэзии середины XX века показало, что оба языка богаты яркими, разнообразными по тематике сравнениями, имеющими различную степень устойчивости. Во-первых, это собственно устойчивые сравнения типа *белый как мел, fort comme un boeuf* (сильный как бык) Во-вторых, десемантизованные сравнения. Например: *все, как один; как пить дать; comme ange, comme un dieu* (букв. как ангел, как бог). В-третьих, индивидуально-авторские образные сравнения. Такие сравнения создаются художником слова в произведении, чтобы более точно и образно донести свои мысли, чувства и эмоции до читателя.

Каждая языковая личность концентрирует в себе характер и мировоззрение всего народа, отраженные в языке, а также по-своему преломляет эти общенародные взгляды. Приведем несколько примеров из произведений Николая Тихонова, Михаила Светлова, Жака Превера и Луи Арагона.

Наиболее сложным для понимания являются отвлеченные образы и понятия, и поэты характеризуют их таким образом: ...*У самой двери / События рычат как звери...*(2, 163), ...*Как грустные военнопленные, / Плещутся за тобой мечты...*(2, 160), ...*Но стыд, как пощечина / Ляжет на щеки...*(2, 70), ...*Ma patrie est comme une barque / Qu'abandonnerent ses haleurs...* (букв. *Моя родина как лодка, которую покинули гребцы*) (4, 12), ...*La liberte comme un bruissement d'ailes...* (букв. *Свобода как шорох крыльев*) (4, 16).

Особенно интересно восприятие поэтом любви: она сравнивается с весенним дождем, с ребенком, сожалением, воспоминанием: ... *Как вешний дождь, любовь промчалась...* (2, 160), ...*Notre amour / Vivant comme le desir...* (букв. *Наша любовь живая, как желание*) (3, 137), ...*Notre amour / Tendre comme le souvenir...* (букв. *Наша любовь нежна, как воспоминание*) (3, 137).

У поэта особое, личное восприятие творчества и продуктов интеллектуальной и творческой деятельности: ...*Между колес / И между колосьев / Частушки взлетают, / Как перепела...*(2, 83), ...*Поэзия, как выстрел, / Гремела, била точно в цель...* (2, 164), ...*C'est ici que la legende / A turi comme un grain lourd...* (букв. *Здесь легенда зреет как тяжелое зерно*) (4, 91), ...*Une chanson hure comme l'eau fraiche...* (букв. *Песня чиста как свежая вода*) (4, 16).

Самыми интересными нам представляются примеры сравнений, причудливые образы которых рождены лишь воображением поэта и не имеют своего прототипа в окружающем мире: ...*Проносится ветер, / Смеиной, как старик, / Танцующий на именинах...*(2, 76), ...*Как мертвый пастух, / Громоздится уступ...* (1, 130), ...*Моложавый, как небо, старик...* (1, 169), ...*Il s'esclaffe comme une girafe...* (букв. *Он расхохотался как жираф*) (3, 129), ...*Le soleil / Comme une orange folle dans un desert sans nom...* (букв. *Солнце как безумный апельсин в безымянном десерте*) (3, 193).

Образные сравнения как нельзя лучше помогают поэту передать тонкий образ или отвлеченное понятие. Но в то же время известно много случаев, когда индивидуально-авторские сравнения входят в общенародный язык, способствуя тем самым развитию и обогащению его образных средств.

Тихонов, Ник. Стихи и проза. М., 1947. – 415 с.

Светлов М.А. Избранное. М., 1990. – 480 с.

Jacques Prevert. Paroles. Editions Gallimard, 1949. – 243 p.

Louis Aragon. Choix de poemes. M., 1959. – 325 p.

Н.С. Попова

К вопросу о сопоставительном изучении коннотаций

При сопоставительном анализе лексики разных языков и в лексикографической практике важно описать – наряду с денотативной эквивалентностью – совпадение или несовпадение коннотативных характеристик лексических единиц.

Лексическое значение слова, как известно, членимо на компоненты, которые образуют структуру значения. Семантические компоненты, в свою очередь, могут быть подразделены на макрокомпоненты (денотативный, коннотативный, функционально-стилистический) и микрокомпоненты (семы).

В нашем исследовании мы останавливаемся на одном из коннотативных компонентов, а именно, на так называемом эмпириическом макрокомпоненте значения как обобщенном *чувственно-наглядном образе* предмета номинации (И.А.Стернин).

Как показал выполненный нами сопоставительный анализ слов, обозначающих времена года в русском и немецком языках, при очевидной эквивалентности их денотативного макрокомпонента значения, в русском языке наблюдается ярко выраженный сдвиг в сторону образно-наглядного компонента значения: названия времен года в русском языке персонифицируются (к примеру, “тупо черная весна глядела в студень глаз” у И.Анненского; или у Е.Евтушенко: “на коромысле от колодца сама весна, покачиваясь плавно, несет в двух ведрах два дрожащих солнца” и т.д.).

Контрастивное описание показывает, что в русском языке, в отличие от немецкого, в художественной и особенно в поэтической речи при описании явлений природы в названиях времен года широко представлены мифопоэтические концепты.

О.М.Воевудская

Структура лексико-грамматического поля в лексиконе языка

В настоящее время теория системного устройства языка стала общепризнанной. В большинстве случаев исследуются различные участки лек-

сико-семантической системы языка. Однако требует внимания и изучение связи связи между лексикой и грамматикой.

Нами была предпринята попытка описать конкретные участки лексикона – поля СВЕТ-ТЬМА в русском и, соответственно, LIGHT-DARK в английском языках, с целью выявления связей между лексикой и ее грамматическими модификациями, так, чтобы на их основе можно было бы смоделировать лексико-грамматическое поле (ЛГП).

Проведенное исследование подтвердило существование в лексиконе языка тесных объединений лексем, их словоформ и дериватов, которые образуют ЛГП, имеющее определенную структуру.

Ядро поля образуют простые, как правило, непроизводные лексемы, которые находятся в центре системы координат. По оси семантемы от ядерной лексемы Д1 постепенно удаляются семемы Д2 и К1. По оси дериватам располагаются дериваты ядерной лексемы, удаляющиеся от центра к периферии в соответствии с порядковым номером ступени деривации.

Каждая семема одной и той же лексемы имеет свой набор словоформ, способных ее выражать (словоизменительный концентр).

По каждой своей семеме лексема вместе со своим словоизменительным концентром входит в разные деривационные гнезда и разные лексико-семантические поля, образуя тем самым непрерывное пространство лексикона. Благодаря тождеству лексемы, все лексико-семантические поля, все деривационные гнезда и все словоизменительные концентры, в которые эта лексема входит, объединяются в одно сложное целое, которое мы и называем **лексико-грамматическим полем**. Поскольку ЛГП – многомерное образование, модель его может быть только голограммической (в понимании А.А.Залевской).

Национальная специфика ЛГП возрастает по направлению от ядра к периферии как по оси семантем, так и по оси дериватам.

ЛГП понимается нами как реально существующий в мозге носителя языка комплекс словоформ, фрагмент ассоциативно-вербальной сети системы языка (по Ю.Н.Караулову).

М.А.Стернина

Полисемия и система языка

Полисемия занимает особое место в системе любого естественного языка. Под полисемией мы понимаем не только традиционную лексическую полисемию, но и полисемию лексико-грамматическую, предусматри-

вающую многозначность на уровне частей речи, т.е. лексико-грамматических классов слов. В случае лексико-грамматической полисемии основанием для включения семем с разными частеречными семами в семантуему одного и того же многозначного слова служит, как и в случае “обычной”, лексической полисемии, реально ощущаемое в синхронии наличие семантической связи между семемами, т.е. их семантическая производность. Отметим, что помимо собственно лексико-грамматической полисемии слова, отмечаются также случаи лексико-грамматической вариантности, представляющие собой частный, более простой случай лексико-грамматической полисемии и предусматривающие производность на уровне частей речи при отсутствии какой бы то ни было лексической производности. (В случае лексико-грамматической вариантности семемы различаются лишь лексико-грамматическими (частеречными) семами, лексическое же значение в этом случае одно и то же.)

Исследование, проведенное на материале словаря Большого англо-русского словаря под редакцией И.Р. Гальперина и четырехтомного Академического словаря русского языка, позволило выделить основные модели лексико-грамматической полисемии в английском и русском языках. Таких моделей в английском языке выделено 70, в русском – 52. Под моделью лексико-грамматической полисемии мы понимаем типовые сочетания разнокатегориальных лексико-грамматических сем, выявляющиеся в семантиках полисемантических языковых единиц данного языка.

Как показало исследование, модели различаются не только по набору лексико-грамматических сем, но и существенно разнятся по количеству представленных ими лексем. С точки зрения частотности нами принята следующая классификация моделей: модели, представленные одной лексемой, классифицируются нами как эндемические; модели, представленные 2-10 лексемами - как единичные; модели, встречающиеся в семантиках от 11 до 100 лексем мы считаем малочастотными; модели с частотностью от 101 до 1000 - частотными; модели, встречающиеся в семантиках более 1000 лексем - сверхчастотными. В результате из 70 моделей лексико-грамматической полисемии в английском языке 2 модели оказались сверхчастотными, 3 - частотными, 10 - малочастотными, 31 - единичными и 24 - эндемическими. Из 52 моделей лексико-грамматической полисемии в русском языке 2 являются частотными, 9 – малочастотными, 16 – единичными и 25 – эндемическими. Таким образом, самыми частотными моделями в сравниваемых языках являются сверхчастотные модели в английском языке

и частотные модели в русском языке. Проиллюстрируем данные модели на примере конкретных лексем.

Так, одной из сверхчастотных моделей лексико-грамматической полисемии в английском языке является полисемия на уровне существительного и глагола. В качестве примера данной модели приведем семантику лексемы *mark*, включающую 21 семему: 4 пары лексико-грамматических вариантов, 9 субстантивных и 8 глагольных семем.

Лексико-грамматическими вариантами в семантике данной лексемы являются семема Д1 “знак, метка / ставить знак, метку” (*to put a mark against smb.’s name – поставить ‘галочку’ против чьего-л. имени; two of the pupils were marked absent – два ученика были отмечены как отсутствующие*), семема Д2 “штамп, клеймо / штампователь, ставить клеймо”, семема К1 “след, отпечаток / оставлять след, отпечаток” (*your association with him has left its mark on you - твое общение с ним наложило на тебя отпечаток; his face was marked with smallpox – на его лице были следы оспы*), а также семема Д2 “ отметка, оценка / выставлять оценку” (*he got an excellent mark – он получил отличную оценку; the teacher marked the examination papers – преподаватель выставил отметки за экзаменационные работы*).

Субстантивными семемами в семантике рассматриваемой лексемы являются семема К1 “ориентир, метка” (*the tower was a mark for fliers – башня служила ориентиром для летчиков*), семема Д2 “ отметка, черта” (*the mark on the scale – отметка на шкале*), семема К1 “рубеж, граница (ист.)”, семема К1 “норма, стандарт” (*to be above the mark – быть выше принятой нормы*), семема К1 “цель, мишень” (*to hit the mark – попасть в цель*), È1 “признак, показатель” (*a mark of intelligence – признак ума*), семема К2 “известность, значительность” (*a man of mark – известный /знаменитый человек*), семема Д2 “помета, знак (лингв.)” и семема К2, обозначающая степень стирания зубов у лошади, по которому можно определить ее возраст.

Глагольными семемами в данной семантике являются: семема Д2 “отмечать, обозначать место” (*he marked the passage I was to read – он отметил отрывок, который мне следовало прочесть*), семема К1 “характеризовать, отличать” (*such qualities usually mark a great scientist – подобные качества обычно свойственны (присущи) большим ученым*), семема К1 “отмечать, ознаменовывать” (*to mark the anniversary – отметить годовщину*), семема К1 “выражать, проявлять” (*they marked their approval by clapping – они выразили свое одобрение аплодисментами*), семема К1 “за-

мечать, запоминать” (*mark him well – запомни его хорошенько*), семема К2 “предназначать, предопределять (книжн.)” (*he was marked for greatness by his extraordinary talents – при таких необыкновенных способностях его, несомненно, ждало большое будущее*), а также семемы К2 “опекать, закрывать игрока (футбол)” и “выслеживать дичь”.

Еще одной сверхчастотной моделью лексико-грамматической полисемии в английском языке является полисемия на уровне существительного и прилагательного.

В качестве рассматриваемой модели приведем семанtemу лексемы *feeling*. Данная лексема имеет 11 семем: 7 субстантивных и 4 атрибутивных; лексико-грамматической вариантиности в ее семанtemе не наблюдается.

Субстантивными семемами лексемы *feeling* являются: семема Д1 “ощущение, чувство” (*a feeling of safety – чувство безопасности*), семема Д2 “чувство, эмоция” (*a feeling of pride – чувство гордости*), семема К1 “волнение, возбуждение” (*the speech aroused strong feeling on all sides – речь глубоко взволновала всех присутствующих*), семема К1 “мнение, впечатление” (*he expressed his feelings about the latest discoveries – он выразил свое мнение о последних открытиях*), семема К1 “эмоциональная атмосфера, настроение” (*his new picture is full of feeling – его новая картина написана с большим настроением*) и семема К1 “предчувствие” (*he had a feeling that smth. was going to happen – у него было предчувствие, что что-то должно произойти*).

Атрибутивными семемами лексемы *feeling* являются 3 семемы К1 – “чувствительный, добрый” (*feeling heart – чувствительное /добroe/ сердце*), “прочувствованный” (*feeling speech – прочувствованная речь*), “сочувственный, сочувствующий” (*feeling remark – сочувственное замечание*) и одна семема К2 “остро переживаемый, глубокий (о чувстве)” (*feeling grief – глубокое горе*).

Одной из частотных моделей лексико-грамматической полисемии в русском языке является лексико-грамматическая полисемия на уровне прилагательного и наречия. Проиллюстрируем данную модель на примере лексемы *надутый*. Семанtemа данной лексемы насчитывает 7 семем, 3 из которых имеют лексико-грамматическую сему причастия, а 4 являются атрибутивными.

Сему причастия включают следующие семемы данной лексемы: семема Д1 “наполненный воздухом или другим газом, сделавшийся упругим” (*Футбольный мяч, надутый его отцом, был просто великолепным*); семе-

ма Д2 “нанесенный течением воздуха” (*Во дворе лежал снег, надутый вчерающим ветром*) и семема К2 “обманутый” (*Парень, надутый своими друзьями, горько плакал.*)

Атрибутивная сема содержится в следующих семемах лексемы *надутый*: семеме Д2 “увеличенный в объеме, набухший” (*Она отдернула свою руку от его влажной, с большими надутыми жилами руки.*), а также трех семемах К1 - “высокомерный, надменный” (*Бабушка приходила надутая, важная и гордо разговаривала с Кириной мамой.*), “напыщенный, высокопарный” (*Штаб-ротмистр всех рассмешил надутой речью*) и “с недовольным лицом, обиженный, сердитый” (*Володя, красный и надутый, топтался на месте, видимо не зная, что ответить.*)

В качестве примера еще одной частотной модели лексико-грамматической полисемии в русском языке можно привести лексико-грамматическую полисемию на уровне существительного и прилагательного. Возьмем, к примеру, *милый*, семантема которой включает 3 семемы – одну атрибутивную, одну субстантивную и одну – с лексико-грамматической вариантностью на уровне прилагательного и существительного.

Атрибутивной семемой в семантеме рассматриваемой лексемы является семема Д1 “располагающий к себе, славный, хороший” (*Проходило два-три дня после первого знакомства, и лицо его начинало казаться необыкновенно добрым, милым и даже красивым.*). Субстантивной семемой здесь является семема Д2 “влюбленный” (*Вероятно, ты повздорила с Андреем; но милые бранятся – только мешаются.*) Лексико-грамматическую вариантность на уровне прилагательного и существительного демонстрирует в данной семантеме семема Д2 “близкий сердцу, родной, дорогой” (*Милый папа! Давно не писала тебе; Вы что здесь, милая, ходите? – Кота ищу.*)

Приведенные примеры лексико-грамматической полисемии в не-близкородственных английском и русском языках наглядно демонстрируют универсальность данного явления, его характерность не только для аналитического по строю английского языка, но и для синтетического русского языка. Как видно из указанных примеров, и в русском, и в английском языках возможны случаи как собственно лексико-грамматической полисемии, т.е. существование внутри конкретной семантемы нескольких семантически связанных между собой разнокатегориальных семем, так и лексико-грамматической вариантности, когда семемы имеют одно и то же лексическое значение, но выступают с разными частеречными семами.

Отметим, что в общей сложности явление лексико-грамматической полисемии, как в чистом виде, так и в виде лексико-грамматической вариантиности зафиксировано нами в 1728 лексемах русского языка и 9137 лексемах английского языка.

В силу универсальности как лексической, так и лексико-грамматической полисемии слова, можно сделать вывод о том, что полисемия не только формирует системность внутри лексико-семантической системы языка, но также является системоформирующим фактором и для лексико-грамматической системы, поскольку упорядочивает слова не только по индивидуальным значениям, но и по частям речи. Полисемия, таким образом, пронизывает основные составляющие системы языка – лексику и грамматику и может рассматриваться как некий стержень, организующий здание языковой системы.

С.А.Титова

Наречия-интенсификаторы в русском и английском языках

Существуют разные языковые средства интенсификации высказывания: графические, морфологические, лексические, синтаксические. Понятие “интенсивность” нами трактуется как означающее “количество, степень, меру экспрессивности” (И.И.Туранский, с. 13). Одним из лексических средств интенсификации являются усилительные наречия и их синонимы. В данной статье будут рассмотрены не все усилительные наречия, а только те из них, которые образованы от прилагательных.

Наречия-интенсификаторы как в русском, так и в английском языках можно классифицировать по количественному и качественному признаку (в соответствии с семантикой производящей основы). По количественному признаку, например, усилительные наречия можно разделить на эмфасайзеры (emphasizers), эмплифайеры (amplifiers) и даунтоунеры (downtoners). Первые создают общий эффект усиления, например, в английском: actually, certainly, clearly, definitely, obviously, really, frankly, honestly и т.д.; в русском: действительно, просто, буквально, явно, честно, естественно, практически, чисто и т.д. Второй и третий классы наречий обозначают, в свою очередь, высокую и низкую отметки на шкале интенсивности (см. И.И. Туранский, с.84-85, D. Bolinger, С. 16-17).

В соответствии с семантикой производящей основы наречия- интенсификаторы можно разделить на две группы: наречия, в производящей

основе которых заложены понятия, имеющие положительную коннотацию: wonderfully, excellently, admirably, marvelously, remarkably, charmingly и др. ; радостно, радушно, восторженно, восхищённо, замечательно и др; наречия, объединённые отрицательной коннотацией производящей основы: ghastly, dreadfully, horribly, terribly; страшно, ужасно и т. п.

В целом мы видим, что как в русском, так и в английском языках усиливательные наречия объединяются в одни и те же семантические классы. В обоих языках прослеживается одна и та же тенденция: частичная или полная потеря наречиями - интенсификаторами связи с понятиями, заключенными в основе их лексического значения. Если рассмотреть прилагательные, от которых эти наречия образованы, то можно увидеть, что эти прилагательные, наряду с качественным значением приобретают вторичное, количественное значение, которое может оттеснить качественное значение на второй план, т. е. уже в прилагательных связь с понятиями, лежащими в основе их лексического значения, может быть ослаблена. Например, terrible headache (страшная головная боль) - нет ассоциации с понятием terror / страх. Наречия, образованные от таких прилагательных, носят еще более отвлечененный характер. Они обладают способностью к сочетаемости с более широким кругом слов, что обусловлено их синтаксической природой. Наречие определяет действие (глагол), признак (прилагательное), и признак признака (наречие). Прилагательное определяет только имя существительное.

Наречия, классифицированные по количественному признаку, как правило, лишены образности, нейтральны, выражают только интенсивность.

Наречия, классифицированные в соответствии с семантикой производящей основы, связь с этой основой постепенно утрачивают. При этом они могут утратить и свою коннотативную окраску, становясь нейтральными усилителями. Это способствует расширению лексических связей данных наречий-интенсификаторов. В отличие от прилагательных, от которых они образованы, такие наречия могут сочетаться со словами, имеющими не только отрицательную или нейтральную, но и положительную коннотацию. Так, мы можем сказать : “terribly beautiful / ужасно красиво”, но нельзя сказать * “terrible beauty / ужасная красота”; “I awfully love / страшно люблю”, но не *“an awful love / страшная любовь”. В сочетаниях типа frightfully generous, awfully good наречия кроме степени признака ничего не выражают, они воспринимаются исключительно как выражители высокой интен-

сивности данного признака, как экспрессивные эквиваленты слова “очень”.

Таким образом, для русского языка, как и для английского, характерно стремление к большей степени абстракции, что сближает русский язык с многими европейскими языками.

При сравнении языкового материала был выявлен и ряд отличий, вызванных специфическими особенностями каждого из сравниваемых языков. Во-первых, нельзя забывать о том, что, поскольку мы рассматриваем усилительные наречия в сочетании с теми словами, которые они определяют, то необходимо учитывать наличие грамматических форм, которые отсутствуют в английском языке и наоборот. Так, в английском отсутствуют краткие прилагательные, краткие причастия и деепричастия, а в русском нет герундия. Во-вторых, в русском языке достаточно распространены и употребительны наречные формы типа *категорично, категорически; зло, злобно, зловеще*. Например, “Ничего хорошего”, – зло ответила она [Маринина, с. 253]; “Прямо-таки, не знала она!” – злобно фыркнула Катя [Маринина, с. 105]; “У вас неприятности”, – зловеще произнес толстяк [Маринина, с. 108]; “Нет”, – категорически отрезал Альхименко [Маринина, с. 201]; …категорично заявлял профессор Лозовский [Маринина, с. 230]; “Чушь”, – категорично отрезал Томилин [Маринина, с. 179]. В русском языке не только существует большее, чем в английском, количество аффиксов, но и разные аффиксы могут быть прибавлены к одной и той же основе: зло, злой, злоба, злобный, злобно и др. В английском языке *horror - horrible - horribly* - единственно возможный подобный вариант (*He missed her horribly*)

В русском языке также встречаются формы с редупликацией типа просто-напросто, которые невозможны в английском языке: … Якубов … *просто - напросто* поддерживает скандал, не дает ему затухнуть. (А.Маринина, с.40). В английском языке формы с редупликацией тоже встречаются, хотя и не в классе усилительных наречий, например: *actor-shmactor* – плохой актёр.

Таким образом, русский и английский языки демонстрируют в сфере наречий-интенсификаторов как сходства, так и явные различия.

Туранский И.И. Семантическая категория интенсивности в английском языке. М. : Высшая школа, 1990.

Bolinger D. Degree Words. The Hague-Paris, 1972.

Маринина А. Смерть ради смерти. М. , ЭКСМО, 1997

Л.И.Иванова

Национальная специфика русских прилагательных

Несовпадение сфер употребления лексической единицы в изучаемом языке и ее эквивалента в родном достаточно хорошо известно. Оно обусловлено различием семантических структур слов в разных языках. Многозначность лексических единиц во многом определяет национальную специфику словарного состава и представляет значительную трудность при овладении иностранными языками.

Особый интерес в этом отношении представляют имена прилагательные, существенной стороной семантики которых является широта смысловой структуры, чрезвычайная семантическая мобильность. Не имея строго определенной предметной отнесенности, прилагательные включаются в обозначение действительности через взаимодействие с существительными, обнаруживая при этом большую гибкость и подвижность значений. Особенностью полисемии прилагательных является еще и то, что она развивается главным образом на основе психологических ассоциаций носителей языков (в отличие от существительного и глагола, где преобладают логические основы развития новых значений). Ср.: широкий - коннотативная оценка «хорошо» - широкая жизнь, широкая известность. Английское broad, помимо положительной коннотации, несет и некоторую отрицательную оценку. Отсюда - broad humour (грубый юмор), broad hint (грубый, откровенный намек).

Таким образом, психологические ассоциации носителей различных языков не всегда совпадают, что приводит к развитию далеко расходящихся вторичных значений у полностью эквивалентных в прямом значении лексических единиц.

Т.Р.Аникеева

Национальная специфика фразеологических единиц

Фразеологизмы отражают жизнь общества и в свою очередь сами обусловлены жизнью общества.

Предметом нашего исследования являются фразеологические единицы, связанные понятием *обман* в русском и английском языках. В обоих языках исследуемые фразеологические единицы близки по выражаемым ими значениям, но “построены” на разных ассоциациях, языковых реалиях. Интересно спосопоставить основные источники происхождения фразеологических единиц в исследуемых языках

Основные источники происхождения исследуемых фразеологических образований в английском языке: 1) военная лексика (to mask one's batteries); 2) медицина (to trade on); 3) выражения библейского происхождения (the apple of Sodom); 4) явления природы (to leave smb out in the cold); 5) пища, еда (to look as if butter would not melt in one's mouth); 6) части человеческого тела (to lead smb by the nose); 7) игры в крикет, кости, карты (to catch out, to pack the cards against smb); 8) лексикон борцов (to catch tripping).

Основные источники происхождения аналогичных фразеологических единиц русского языка: 1) названия частей человеческого тела (водить за нос); 2) названия диких и домашних животных (хитрый как лиса); 3) военная лексика (брать на пушку); 4) драгоценности (не все то золото, что блестит); 5) названия цветов (выдавать черное за белое).

Сопоставление показывает большее разнообразие источников возникновения ФЕ со значением *обман* в английском языке, нежели в русском и высокий уровень несовпадения источников в обоих языках. Это означает, что в обозначении концепта *обман* оба языка шли своим путем.

Е.О.Ковыршина

Многокомпонентные фразеосочетания в русском и немецком языках

Изучая многокомпонентные фразеосочетания, образующиеся по модели глагол+ прямое дополнение+ косвенное дополнение (купить кота в мешке, надеть хомут на шею, лаптем щи хлебать), мы рассмотрели лексико-семантические группы глаголов, участвующих в образовании таких сочетаний.

Анализ показал, что самыми многочисленными в русском языке являются фразеосочетания с глаголами владения и изменения имущественной принадлежности, перемещения, воздействия на поверхность объекта.

Наибольшее количество фразеосочетаний зафиксировано у глаголов владения и изменения имущественной принадлежности, где самой частотной оказалась подгруппа *брать* (взять себя в руки, схватить быка за рога), затем подгруппа *дать* (давать волю рукам, дать голову на отсечение) и подгруппа *иметь* (держать язык за зубами, иметь власть над собой).

У глаголов перемещения на первом месте подгруппа глаголов изменения положения в пространстве без изменения места (положить, поставить, вешать - класть себе в карман, поставить на место).

Глаголы воздействия на поверхность объекта представлены такими фразеосочетаниями как бить себя в грудь, вбить себе в голову, смазать пятки салом.

Исследование показало, что в языке, как и в обществе, важными оказываются первоосновы существования и деятельности человека, именно эти сферы являются основой высокой фразеологической активности глаголов.

Заметную группу в материале занимают фразеосочетания с местоимением себе/себя - они составляют почти треть изученных фразеосочетаний (добывать себе хлеб, свернуть себе шею, принять на себя удар). Эти фразеосочетания - показатель эгоцентризма, проявляющегося в языке. Не случайно самой многочисленной подгруппой фразеосочетаний с глаголами владения и изменения имущественной принадлежности является подгруппа *брать* - человеку ближе брать (брать власть в свои руки, поймать синицу за хвост), а не *отдавать* (отдать Богу душу, дорого продать свою жизнь).

Немецкие многокомпонентные сочетания, как и наиболее частотные русские, образуются преимущественно на базе глаголов обладания и изменения имущественной принадлежности и перемещения, но третью по частотности подгруппу образуют глаголы созидания и разрушения.

в английском и русском языках

Имя собственное тесно связано с историей, традициями, бытом и литературой говорящего на том или ином языке народа. Большой интерес представляет сопоставительное изучение собственных имен, используемых в многочисленных фразеологических единицах разных языков.

Рассмотрим характерные тенденции употребления имен собственных в составе ФЕ и в некоторых стилистических приемах в английском и русском языках.

Начнем с имен собственных, источником которых являются литературные художественные и документальные памятники (Библия, мифы и легенды Древней Греции и Древнего Рима, народные сказки и легенды и т.д.):

- Hamlet without the Prince of Denmark – что-либо, лишенное самой своей сути (восходит к В. Шекспиру);
- to outHerod Herod – переиородить самого Ирода (библейская аллюзия);

the sword of Damocles – дамоклов меч (легенды Древней Греции).

В русском языке тоже имеется такая тенденция :

- костюм Адама (библейская аллюзия);
- Иудины сребреники (библейская аллюзия);
- сизифов труд (легенды Древней Греции).

Однако следует отметить, что в русском языке более употребительны в данной группе имена собственные - аллюзии к народным сказкам, пословицам и поговоркам:

- со времен царя Гороха;
- “я тебе покажу кузькину мать!”.

Другая большая категория – это имена собственные , связанные с национальными реалиями (английскими, шотландскими, ирландскими):

- Downing Street – правительство Великобритании;
- Fleet Street – британская пресса;
- Harley Street – врачебная профессия.

В русском языке эта категория получила большее распространение в среде топонимов (географических названий), которые указывают не только на определенное территориальное пространство и его характеристики, но и на ассоциации, связанные с ними:

- “это не насыпь, а целый Монблан” [1];
- “живется в нем скучно и неуютно, как в любой Чухломе или Кашире” <провинциальный город> [1];
- “отовсюду наши сыны и братья на войну идут – от последней колхозной хаты до Кремля” <Кремль во время Великой Отечественной войны олицетворял советское правительство> [2].

Из этого следует, что, как в одном, так и в другом языке, некоторые понятия (например, правительство) нуждаются в “фиксированном” ИС, что свидетельствует о важности места, которое они занимают в жизни того или иного народа. Любопытный факт - то, что со сменой режима государственного правления в нашей стране произошло смещение значений (Кремль ассоциируется теперь с президентом, а Белый Дом – с правительством).

Следующее направление – это ИС, связанные с историческими событиями и личностями:

- Jeddard Justice – правосудие, вершисьное после наказания <городок в Шотландии>;
- Tyburn Blossom – молодой вор <Tyburn – площадь в Лондоне, где до 1783 г. происходили публичные казни>.

Русский язык также охотно использует эту категорию, как говоря об определенной эпохе, так и привнося в описываемые образы определенные качества, характерные для данной исторической личности:

- “корчит из себя какого-то Бонапарта, величественные жесты, генеральский смех, снисходительный тон” <властный человек с манией величия> [1];
- “все этого Грекова боятся, а он с ними, как ровня... не воинское подразделение, а какая-то Парижская коммуна” <либерализм, панибратство> [2].

В связи с этим, хотелось бы обратить внимание на весьма любопытную особенность русского языка, не характерную для английского: в качестве хрононимов (временных ориентиров) здесь очень часто используются имена святых русской православной веры в значении церковных праздников этих святых:

- “По-бывалошному кипели с сеном в Межень, с Петрова до Ильина. Считалось трава – медовая.” [3];
- “на Ивана Постного в огород зайти нельзя – урожая не будет.” [3].

Характерной чертой русского языка 19-го века являлась использова-

ние ИС в качестве фалеронимов (названий наград, орденов и медалей):

- “Коллежский ассесор второй год и Станислава имею” <орден св. Станислава> [1].

Английский язык более мобилен, чем русский, он легче и охотнее заимствует имена собственные из других языков:

- Castles in Spain <воздушные замки> (из французского языка),

хотя иногда все же заимствования из других языков заменяются английским именем:

- Jack in the low cellar <еще не родившийся ребенок> (из голландского языка – “Hans - in - Kelder”).

Интересной и многочисленной категорией являются распространенные имена и фамилии, наделяемые дополнительным смыслом. Взять, к примеру, довольно распространенное английское имя Jack:

- Jack of all Trades – на все руки мастер;
- Jack out of office – безработный;
- Round jack – болванка для шляп.

Для сравнения возьмем русское имя Иван, которому часто отводится роль символа–обобщителя русской нации:

- “тяжело, один за другим ударили разрывы крупнокалиберных советских снарядов – иван был чем-то недоволен” <русская армия, бойцы> [2];
- иван-чай <лекарственная трава>;
- ванька-встанька <популярная некогда игрушка>.

Неудивительно, что, становясь компонентом все большего числа ФЕ и приобретая новые оттенки значений, имя собственное переходит в разряд имен нарицательных, причем, для обоих языков более характерны в этом случае мужские имена.

Кроме того, в русском языке все еще очень важна роль так называемых “говорящих имен”:

- Село Блины-Съедены <бедная захолустная деревушка>.

Имена собственные – большой интересный пласт в системе языка, изучение которого расширяет наши знания об истории, жизни, обычаях народа и его культуре.

1. Чехов А.П. Собр. соч. , т. 1. М., 1983.
2. Гроссман В. “Жизнь и судьба”. М., 1986.

3. Солженицын А.И. “Матренин двор” . М., 1991.

Л. В.Лаенко

Национальная специфика выражения приятных ощущений в английском и русском языках

В языковой картине мира находят отражение не только реалии, окружающие человека в его жизни, но и результаты его мыслительной и психической деятельности. Исследование семантики лексических единиц ориентировано на выявление общих и специфических черт в языковой картине мира.

Предметом исследования послужили качественные английские прилагательные, обозначающие приятные ощущения, чувства, испытываемые человеком в результате воздействия объекта действительности на человека.

Полевой метод описания языка позволяет систематизировать лексические единицы с общим компонентом «приятный» по характеру отражения приятного и представить их положение в поле в зависимости от близости / дальности расположения от ядра.

Методом компонентного анализа были выявлены родо-видовые семантические признаки, по которым анализируемые лексические единицы объединяются в лексико-семантические группы, располагаясь в поле в зависимости от степени общности признака ближе / дальше ядра поля: «приятный, доставляющий удовольствие», «доставляющий удовольствие, удовлетворение», «доставляющий удовольствие, радость видеть, делать», «приятный, в общении», «обладающий очарованием, обаянием», «вызывающий, симпатию / расположение», «вызывающий чувство восторга, восхищения», «вызывающий чувство радости, веселья, счастья, хорошее настроение», «вызывающий чувство привязанности», «приятный, очень приятный из-за хорошего качества».

Контрастивный анализ ЛСП двух неродственных языков позволил выявить национальное своеобразие их структуры, лексического наполнения, семантического содержания.

Анализ функционирования данных единиц в речи позволяет говорить об их национально-специфических сочетаемостных предпочтениях, что весьма важно при изучении английского и русского языков как иностранных, а также выявляет в семантике прилагательного компоненты, несущие информацию о том, почему это приятно: *обаятельный человек* - «с милой

внешностью, приятными манерами, нравится, легко общаться»; *a charming person* - «привлекательный, с хорошими манерами», *an engaging person* - «интересный, весёлый, и этим нравится людям».

В. А.Федоров

Почему говорящие оставляют действующее лицо неопределенным?

Так называемые неопределенно-личные предложения присутствуют во многих языках. Очень часто описание их исчерпывается конструкциями, в которых нет подлежащего, хотя глагол указывает на действие группы лиц (цыплят по осени считают) или конструкциями, в которых место подлежащего занимают специальные средства, не переводимые на другие языки: французское местоимение *ON*, немецкое *MAN*, английское *ONE*.

Между тем конструкций, в которых действующее лицо остается неопределенным, значительно больше. Это, например, пассивные двучленные конструкции, в которых опущено название действующего лица (книга читается, дерево срублено). Это и конструкции, подлежащее которых выражено неопределенными местоимениями - кто-то, кто-либо, любой, каждый, никто, ни один и нек. др.

Наше исследование семантики неопределенного лица русского, польского, немецкого, французского и английского языков позволило создать типологию, включающую различные типы предложений.

Типология показывает, что говорящие оставляют действующее лицо неопределенным, если оно обобщенное (групповое - кто-то из известной группы лиц); всеобщее (все люди) либо несущественное для сообщения, независимо от того, известно оно говорящему или нет и нек. др. Позиция агента в схеме высказывания остается, об этом свидетельствует возможность ее заменить в русском и польском языках местоимением; в немецком и французском она занята специальными служебными словами *-MAN*, *ON*, восходящими к слову со значением *человек, люди*; в английском она заполнена вполне “личными” словами *ONE, THEY*.

Иначе говоря, так называемые неопределенно-личные и обобщенно-личные предложения структурно двусоставны, а пропуск обозначения агента, его пустая позиция всегда логически объяснимы. Из этого следует, что поиски структурных различий, а тем более разграничителей так называемых неопределенно-личных, обобщенно-личных и других типов предложе-

ний бесперспективны. Нет разных структурных типов определенно-личных, неопределенno-личных или обобщенно-личных предложений, а есть разные семантические типы лица, обусловливающие разные парадигмы глагольных форм, выступающих в роли сказуемого в таких предложениях.

Прикладные исследования: язык как средство воздействия

Н. А. Лемяскина

Верbalное поощрение: коммуникативные ожидания ребенка

Младший школьник испытывает большую потребность в общении со взрослыми (родителями, учителем). В общении с ними ребенок стремится получить о себе информацию в оценочных терминах, на основе которой у него формируется самооценка. Исследование (опрос 200 учащихся семи восьми лет школ г. Воронежа) показало, что для младших школьников особенно важна *положительная оценка взрослых*. Дети ждут от взрослых слов поощрения, хорошо запоминают их.

Полученные на вопрос: "Какие слова поощрения вы хотели бы слышать от взрослых?" ответы детей могут быть подразделены на несколько групп (ответы приводятся в порядке убывания частотности):

1. *Общеоценочные формы поощрения*: "молодец", "умница", "хорошая", "хороший", "хорошая девочка", "хороший мальчик", "отлично", "прекрасно", "великолепно", "чудесно", "молодчина", "очень хорошо", "класс".

2. *Речевые акты общей оценки*: "люблю", "любимая", "милый", "милая", "дорогая", "какой ты замечательный", "какой ты молодец", "какой ты хороший", "хороший человек", "ты самый хороший", "ты самый лучший", "ты самая лучшая", "ты лучше всех".

3. *Характеристика отдельного признака внешности, характера или поведения*: "хорошенький", "добрая", "красивый", "красивая", "красавец", "красавица", "какая ты красивая", "какой ты сегодня красивый", "какой ты нарядный".

4. Характеристика высокого уровня знаний: "уже лучше", "молодец, пять", "умный", "умная", "отличник", "отличница", "ты самая умная", "ты самый умный", "грамотный", "молоток, скоро станешь кувалдой".

5. Стандартные формулы речевого этикета: "спасибо", "пожалуйста", "доброе утро", "здравствуйте", "до свидания", "добрый вечер", "благодарю", "добрый день", "поздравляю", "будьте добры", "я вам очень благодарен", "будь любезен", "привет", "пока", "на здоровье", "возьми", "пожалуйста", "садитесь, пожалуйста", "угощайтесь, пожалуйста".

6. Благопожелания: "приятного и сладкого сна", "хорошей тебе учебы", "доброй ночи", приятного аппетита", "приятных сновидений", "приятных снов", "будьте здоровы", "с легким паром", "с добрым утром", "желаю счастья", "желаю всего хорошего".

7. Уменьшительно-ласкательные обращения: Мариночка, Катюша, Олечка, Ольгуня, Олюшка, Танюшечка, Анечка, Аллочка; "молодец, Дина", "дочушка Олюшка", Артурчик, Ванечка, Павлуша, Эдюша, Женечка, Леопольдик (Леня), "вот умничка, детка", "умничка", "доченька", "милочка", "лапушка", "лапочка", "лапотуня", "ладушка", "малышка", "маленькая", "любимчик".

8. Образные эмоциональные обращения: "солнце", "солнышко", "солнышко мое ненаглядное", "солнышко ты мое", "золотко", "золотце", "лапочка моя", "малютка моя", "сладенькая моя", "ягодка ты моля", "радость", "радость ты моя", "цветик", "куколка", "котик", "кисонька", "кошечка", "киска моя", "киса", "котенок", "рыбка", "рыбочка", "рыбка моя", "рыбка ты моя", "рыбка ты моя, золотая", "зайка", "зайчик", "заюшка", "заинька", "заинька ты моя", "зайчик ты мой", "голубка", "ланьыш".

9. Шуточные обращения (шутливое неодобрение дети рассматривают как поощрение): "торопыжка", "фунтик", "слоник ты мой", "медвежонок косолапый", "тигренок", "попрыгунчик", "колобок", "обезьянка", "противный носик", "нос вредный".

Приведенная классификация желательных с точки зрения детей форм поощрений показывает следующее:

1. Дети ждут верабльных поощрений;
2. Дети весьма широко понимают поощрение, включая в него любое выражение положительной оценки или эмоции, ему адресованной.

Это дает взрослым (родителям, учителю) возможность разнообразно, дифференцированно удовлетворять жажду детей в похвале, одобрении. Но взрослые, по мнению детей, (70%), редко их хвалят.

Наиболее ожидаемыми ребенком являются следующие формы поощрений: "молодец" – 75%; "умница" – 45%; "спасибо" – 32; "хорошая", "хороший", "хорошая девочка", "хороший мальчик" – 22%; "отлично" – 17%; "пожалуйста" – 16%; "здравствуйте" – 11%; "прекрасно" 10%; "солнышко" – 8%; "умничка" – 7%. Эти формы надо чаще использовать взрослым при поощрении детей. Вместе с тем, обращает на себя внимание тот факт, что в этом перечне преобладают стандартные формулы речевого этикета, что свидетельствует о том, что детям этих формул не хватает, они их ждут, но, видимо, действительно редко слышат их в свой адрес. Не в этом ли причина незнания детьми речевого этикета, низкой культуры общения детей?

Опрос родителей первоклассников показал, что они больше всего ценят в своих детях "доброту" (35%), "честность" (10%), "нежность и ласку" (8%), "трудолюбие" (7%), "скромность" (5%), "самостоятельность" (5%), "любовь и заботу о близких людях", "желание помочь другим", "способность быстро забывать обиду", "понимание", "юмор", "справедливость", "индивидуальность". Однако хвалят ребенка родители чаще всего за иные качества (ответы родителей): "помощь взрослым" (42%), "хорошие оценки, хорошо выполненные уроки" (42%), "трудолюбие" (35%), "хорошее поведение" (24%), "аккуратность" (19%), "доброту, ласку" (16%), "честность", "прилежание", "старание". Кстати, ответы детей на вопрос «За что вас хвалят взрослые» были такими: хвалят "за пятерки, четверки, хорошие оценки" (76%), "за уборку", "хорошо помытую посуду", "за то, что хожу за хлебом" (5%); "за труд", "за интересный рисунок".

Таким образом, то, что родители ценят в детях, они далеко не всегда оценивают. Можно предполагать, что ребенок со временем перестанет проявлять те качества, за которые не получает желанной вербальной поддержки от взрослых.

Материалы исследования показывают, что коммуникативные ожидания детей не удовлетворены. Взрослые редко их хвалят, слова для поощрения не отличаются разнообразием. Можно предположить, что редкая положительная оценка или ее отсутствие могут привести к формированию заниженной самооценки, неуверенности ребенка в себе, замкнутости, сложностей в общении с окружающими и развитии отрицательных качеств личности. Взрослые должны понимать кважность использования поощрения в воспитании детей, разнообразить словесные формы поощрений. Оценки взрослых должны быть достаточно

систематичны, причем преобладаение отрицательных оценок над положительными недопустимо, так как это создает неблагоприятные условия для психологического и личностного развития ребенка.

Н.Г.Родина

О выборе оценочных прилагательных учителями английских и русских школ при характеристике качеств учащихся

Язык является отражением общественного сознания. В каждом обществе существуют полярные группы одобряемых/неодобряемых обществом явлений, и это находит свое выражение в оценочных единицах. Школьу можно считать моделью общества в миниатюре; на примере небольшой группы оценочных прилагательных, используемых учителями английских и русских школ при характеристике качеств и способностей учащихся, предпринимается попытка сравнить, какие явления оцениваются в этих двух странах как положительные и отрицательные. Все нижеприведенные прилагательные употреблялись в ситуации общения коллег в учительской и относятся к разговорному или формальному стилистическим пластам языка.

Отрицательные характеристики учащихся у английских и русских учителей в основном совпадают: если речь идет о поведении, используются прилагательные “*atrocious*”, “*obnoxious*”, “*horrendous*” в английских школах и “вызывающий”, “отталкивающий”, “ужасный” в русских школах, передающие отношение к описываемому явлению как к неприемлемому, оскорбительному или достойному стыда, несовместимому с теми нормами и ценностями, носителями которых являются учителя.

В отношении положительных характеристик наблюдаются некоторые расхождения. Так русские учителя имеют тенденцию употреблять такие прилагательные как “умненький”, “старательный”, “обязательный” (значение двух последних прилагательных связано как с трудолюбием и усердием, так и с услужливостью и послушанием), в то время как английские учителя давая положительную характеристику учащимся используют прилагательные “bright”, “(highly) motivated”, “(very) determined”. Если и “bright”, и “умненький” (чаще - “умница”) указывают на высокие умственные способности учащихся, что одинаково одобряется учителями обеих стран, то оставшиеся пары прилагательных делают акцент на разных качествах, которые традиционно одобряются английским и русским обществом:

в то время как английские учителя ценят в своих учениках, прежде всего, осознание цели, к которой те стремятся, способность принимать решения и осознавать ответственность за принятое решение, их русские коллеги склонны оценивать как положительные такие качества как трудолюбие, усердие и послушание. Это отражает национально-культурные и педагогические традиции двух стран.

Е.В.Маслова

К вопросу об эффективности текстов частных рекламных объявлений

Частные объявления - рекламные тексты малой формы, обладающие рядом специфических особенностей. Эти особенности обусловлены, на наш взгляд, тремя основными причинами.

Во-первых, эти тексты пишутся, как правило, непрофессионалами.

Во-вторых, сам жанр частных объявлений предопределяет характерное построение отдельных предложений и текста в целом.

В-третьих, создание текста частного объявления сопровождается двумя взаимоисключающими моментами: стремлением к оригинальности и, одновременно, - к унифицированности.

Нами проанализировано 500 частных объявлений (тематика - "услуги"), опубликованных в газетах разных типов: бесплатной информационно-рекламной газете "Ва-Банкъ", газете бесплатных объявлений "Камелот" и городском еженедельнике "Moe!".

Сопоставительный анализ текстов позволил прийти к выводу, что в подавляющем большинстве случаев авторы рекламных объявлений не учитывают специфику газет-рекламоносителей. Другими словами, ими практически совершенно игнорируется социально-демографическая характеристика читательских аудиторий. Экспертный опрос 150 человек, разместивших свои объявления в разделе "Услуги" в указанных выше изданиях, выявил, что 87% из них писали рекламные тексты, не задумываясь о том, на какого читателя они рассчитаны. Целевые аудитории, таким образом, предстают как нечто аморфное и неопределенное. Вместе с тем эти аудитории по некоторым параметрам существенно отличаются друг от друга. "Ва-Банкъ" распространяется бесплатно по квартирам воронежцев и офисам фирм. Регулярно проводимые нами опросы (1995-99 гг.) свидетельствуют о том, что среди читателей "Ва-Банка" достаточно равномерно представлены все социально-демографические группы населения города. Показательно, что

каждый третий воронежец, получающий “Ва-Банк”, просматривает газету полностью, читая, в том числе, и частные объявления. Интересно, что эта группа читателей делится на две весьма различные категории. С одной стороны - деловые люди, руководители фирм и, с другой, - пенсионеры. Аудитория газеты “Мое!” в значительной мере молодежна. Характерно, что постоянно просматривают частные объявления 12% читателей газеты и еще 17% делают это достаточно регулярно. Остальные же лишь “бросают беглый взгляд” на страницы с частными объявлениями. Принципиально иные читатели у газеты “Камелот”: они покупают газету с целью прочесть именно частные объявления по конкретной теме. У такого читателя, как правило, уже сформировалась “установка на покупку”.

Таким образом, частное объявление в газете “Камелот” должно, в первую очередь, просто информировать о наличии товара/услуги, тогда как в “Ва-Банке” и, особенно, в “Мое!” - сначала привлечь внимание читателя, выделив именно это объявление из ряда ему подобных.

Экспертный опрос (по 50 человек для каждой газеты) выявил, что для читателей “Камелота” малозначимо построение текста объявления. Так, например, 71% информантов отметили, что объявления “Квартир ремонт. Тел. 00-00-00” и “Быстро, качественно и недорого бригада опытных мастеров отремонтирует вашу квартиру. Тел. диспетчера 00-00-00” их заинтересовали в равной степени и они позвонят по обоим телефонам. Тогда как для читателей “Ва-Банка” и “Мое!” развернутая форма объявления является более предпочтительной (по мнению 68% и 78% соответственно).

Однако сопоставление объявлений в трех описываемых нами газетах не выявило сколько-нибудь серьезных различий в их композиции и объеме. Поэтому ниже мы остановимся на характеристике текстов частных объявлений в целом, безотносительно того, в какой именно газете они опубликованы.

В целом все проанализированные тексты можно условно разделить на две большие группы.

Первую составляют объявления, ориентированные на читателя со сформированвшейся установкой на поиск конкретной услуги.

Ко второй группе нами отнесены объявления, которые в первую очередь, преследуют цель привлечь внимание читателя. Другими словами, они ориентированы на потребителя, который “еще не знает, что хочет воспользоваться данной услугой”. Тексты объявлений этих двух групп существенно отличаются друг от друга.

Тексты первой группы могут быть определены как “краткие” (состоющие из 3-5 слов) и “сверхкраткие” (состоящие из 1-2 слов). Их композиция предельно проста. Подавляющее большинство таких текстов представляет собой наименование услуги (любое объявление сопровождается дополнительной информацией, которая рассматривается нами за рамками непосредственно текста. Речь идет о справочных данных: номере телефона и/или адресе). Характерной чертой текстов этих двух типов является непрямой порядок слов. Например: “Балконов остекление”, “Ванн реставрация”, “Квартир ремонт”. Это обусловлено не столько желанием составителей текстов, сколько установившимися правилами размещения частных объявлений в газетах. Однако непрямой порядок слов не является общим правилом. Поэтому в одной и той же рубрике одной и той же газеты наряду с объявлением “ТВ импортных и отечественных ремонт” встречается объявление “Ремонт импортных и отечественных ТВ”. По мнению читателей, это в значительной мере затрудняет общее восприятие текстов в рубрике. Особенно негативно оценивают этот момент читатели, которые целенаправленно ищут информацию о конкретной услуге. Опрос 200 человек - читателей газет выявил, что в подобных текстах их интересует прежде всего информация о том, что определенная услуга оказывается. Другими словами, значимым оказывается наименование услуги и справочная информация (координаты для связи). 83% информантов (среди них в равной мере представлена читатели всех трех газет) определили как несущественные дополнения типа: “...Дешево.”, “... Гарантия.”, “... Опыт.” и т.д. Основной причиной этого они называют недоверие к подобным клише.

Группе экспертов (20 человек с разными социально-демографическими характеристиками, отобранные по параметру “регулярное чтение газет с частными объявлениями”) было предложено ответить на вопрос “По какому объявлению Вы бы позвонили в первую очередь?”. Информантам были представлены два текста: “Штукатурные работы. Тел. 00-00-00” и “Штукатурные работы. Быстро, качественно, недорого. Тел. 00-00-00”. Все информанты ответили, что позвонят по обоим объявлениям. Таким образом, подобные тексты имеют практически равный коммуникативный эффект. Второе предложение в тексте “Штукатурные работы. Быстро, качественно, недорого” является избыточным.

Вторую группу составляют “тексты средней длины” (от 6 до 10 слов) и “развернутые тексты” (свыше 10 слов). Несомненно, именно они представляют интерес с точки зрения лингвистического анализа. Среди них могут быть выделены эмоционально нейтральные тексты. Например: “Спе-

циализированная мастерская производит ремонт холодильников на дому. “Гарантия”, “Психотерапевтическая помощь при невротических состояниях во время запоев, алкоголизме. Выведение из этих состояний. Кодирование”, “Математика для школьников, студентов. Контрольные, курсовые по физике, теории механики, сопромату и математике”. Такие тексты составляют около 3/4 в данной группе.

В среднем одно из четырех развернутых объявлений об услугах несет эмоциональную нагрузку, цель которой - вызвать удивление, привлечь внимание уникальностью описываемой в объявлении услуги. Примерами таких текстов могут служить следующие: “Лучшие в Воронеже двери! Металлические двойные с мягкой обивкой, декоративной рейкой или декоративной филенкой. Выбор по каталогу. Изготовим и установим быстро, качественно. Гарантия”, “Милые одинокие женщины! Кто не смог устроить свою личную жизнь до 25 лет и старше, может воспользоваться услугами фирмы “Наташа” в Германии.”.

Можно говорить о двух моделях композиции таких текстов.

Модель 1. Текст начинается с обращения. Такое обращение преследует цель выделить из всей массы читателей целевую группу. Можно говорить о том, что именно тексты, содержащие обращение, максимально ориентированы на “своего читателя”. Особенно это заметно в подборе лексики. Сравним: “Милые дамы!...”, “Вниманию деловых людей!...”, “Тебе надоело жить на зарплату?...”.

Модель 2. Текст начинается с описания уникальности предлагаемой услуги. Например, “Ас тамада! Великолепно проведет ваше торжество...”, “Без выходных! ТВ импортного и отечественного производства квалифицированный ремонт”.

На данной стадии исследования нами не выявлено явных предпочтений читателей в отношении какой-либо из этих двух моделей.

Проведенный анализ текстов частных объявлений позволяет выделить следующие элементы их композиции:

- обращение к потребителю (читателю);
- описание услуги;
- способы и характер оказания услуги;
- справочная информация (телефон для связи, адрес и т.п.);

Обращение в потребителю (читателю) - необязательный элемент, присутствующий только в текстах средней длины и развернутых текстах.

Описание услуги может быть представлено как в максимально сокращенном виде, так и развернутом. К сокращенному тексту относятся

объявления типа “Балконов остекление”, “Видеосъемка”, “Штукатурные работы”. В ряде случаев объявление представлено только подобным кратким описанием услуги и справочной информацией.

Описание услуги может быть развернутым. Например, “Балконы, лоджии: остекление, настил полов, обшивка стен вагонкой. Рама из хвойного бруса”, “Покраска автомобилей всех марок в термокамере”. При этом, как показывает исследование, чем более развернуто описание услуги, тем выше коммуникативный эффект сообщения. Например, каждое следующее из нижеприведенных объявлений оказывалось более привлекательными для 70 читателей-экспертов, чем предшествующее:

Балконов остекление

Балконов и лоджий остекление.

Балконов и лоджий остекление. Рама металлическая.

Балконов и лоджий остекление Рама металлическая, резина. Изготовление решеток.

Нередко в текстах частных объявлений именно в описании услуги встречаются языковые ошибки, иногда курьезные. Например: “Алкоголизм. Прерывание запоя”, “Выведение, прерывание запоя”, “Обществознание в вузы”.

Способ и характер оказания услуги. Даже ограниченный 500 примерами материал позволяет с уверенностью заключить, что именно этот элемент текстов частных объявлений наиболее невыразителен. Его делает таким однотипность лексики и использование “затертых” словосочетаний. Например: “Качественно, недорого”, “Гарантия”, “Квалифицированно, с гарантией”, “Профессионально”. Коммуникативный эффект текста снижается, если объявление начинается с этого элемента. Например, 50 информантам было предложено два варианта текстов: 1) “Быстро, качественно, с гарантией ремонт отечественных ТВ, в т.ч. ламповых. Тел. 00-00-00” и 2) “Ремонт отечественных ТВ, в т.ч. ламповых. Быстро, качественно, с гарантией. Тел. 00-00-00”. 37 из них отдали предпочтение второму варианту текста, еще 4 затруднились в выборе и только 9 отметили, что их внимание в большей мере привлекло объявление, составленное по первому варианту.

Проанализированный фактический материал наглядно демонстрирует, что в настоящее время не существует разработанных методик, позволяющих написать текст частного объявления таким образом, чтобы оно имело максимальный коммуникативный эффект. Создание таких методик - одна из актуальных задач прикладной лингвистики.

К.А. Посадский

Фреймы документов и их прагматическая интерпретация

В настоящее время в сфере коммуникации наблюдается тенденция к упорядочению социальных взаимоотношений на правовой основе путем заключения письменных соглашений между частными лицами и (или) социальными институтами. Такой письменный документ приобретает для сторон соглашения силу закона, а текст соглашения может впоследствии стать предметом спора, а часто и судебного разбирательства. Поэтому актуальными становятся вопросы понимания и интерпретации (в т.ч. прагматической) положений таких соглашений.

Документы подобного рода могут быть описаны в терминах фреймов, набор которых оказывается ограничен. Это следующие фреймы:

предписание: Krasnodar Krai Government shall implement its own legislative policy...;

запрещение: The Company undertakes that it shall not open any accounts with any bank in the Russian Federation during the Security Period...; *разрешение:* The Company shall have the right to terminate this Agreement... .

Фрейм предписания может входить в структуру фрейма разрешения - в случае когда разрешительное положение содержит описание оговоренного соглашением способа выполнения действия: This Agreement may be amended only by mutual written consent of the Parties. Структура фрейма может включать в себя некоторое условие, ограничивающее реализацию предписанного или разрешенного действия или запрета на действие: Should this Contract terminate for any reason, the Contractor's Personnel undertakes to...

Те или иные положения вне текста документа могут быть интерпретированы неоднозначно. Например, разрешения с глаголом *may* могут быть поняты как предсказания. Предписания с глаголами в форме Present Simple – как констатация или описание. Однозначно верное восприятие положений документа обусловливается анализом прагматического контекста. Особо отметим важность анализа языковых средств, способных выполнять функцию индикаторов иллоктивного акта в текстах подобных документов.

Е.К.Московченко

Проблема риторического идеала и эффективность речевого воздействия

Одной из важнейших проблем современной риторики является проблема эффективности воздействия оратора на аудиторию. В связи с этим, поиск средств повышения эффективности речевого воздействия представляет собой конкретную практическую задачу, стоящую перед современными исследователями.

Достижение коммуникативной цели публичного выступления может быть реализовано посредством задействования в выступлении таких аспектов поведения и речи оратора, которые бы вызывали положительную эмоциональную реакцию аудитории, то есть путем задействования так называемых факторов привлекательности публичного выступления.

Определение факторов привлекательности публичного выступления, способствующих достижению коммуникативной цели оратора в аудитории определенного типа может быть осуществлено в два этапа:

- 1) выявление конкретных компонентов выступления, имеющих устойчивую положительную оценку в современной русскоязычной аудитории (то есть факторов реальной привлекательности публичного выступления);
- 2) разработка модели-классификации факторов привлекательности публичного выступления, отражающих “идеальное” с точки зрения определенной аудитории публичное выступление.

Выявленные компоненты, взятые в совокупности, будут отражать общую картину риторических предпочтений, существующую в той или иной современной аудитории. Иными словами, выявляя факторы привлекательности публичного выступления, способствующие достижению коммуникативной цели оратора, мы приходим к описанию реального риторического идеала, существующего в современной русскоязычной аудитории.

Если рассматривать этот идеал как единое целое, то он может быть определен как сложно структурированный феномен, состоящий из трех уровней.

Первым уровнем указанной структуры является уровень базисных факторов, т.е. аспектов публичного выступления, способствующих повышению привлекательности выступления как такового для любого типа аудитории. Так, выделяются макрофакторы личной привлекательности и дискурсивной привлекательности, причем первый из названных включает такие параметры как внешняя привлекательность, социально-психологическая привлекательность и коммуникативно-психологическая

привлекательность, а второй – предметную привлекательность и содержательную привлекательность.

Вторым уровнем структуры риторического идеала является множество конкретных видов (способов) реализации базисных факторов. Они могут быть определены как параметры (и подпараметры) указанных факторов. Если базисные факторы привлекательности публичного выступления актуальны для любого типа аудитории, то предпочтительные параметры их проявления зависят от требований, предъявляемых оратору и его речи аудиторией определенного типа. Так, например, фактор коммуникативно-психологической привлекательности включает такие параметры как 1) коммуникативное превосходство, более значимое в мужской аудитории и 2) личное обаяние, более важное для женской аудитории. Причем первый из указанных параметров (“превосходство”) включает такие подпараметры, как доминирование, уверенность, компетентность, серьезность, а второй (“личное обаяние”) включает такие подпараметры как дружелюбие, искренность, естественность, интеллигентность, эмоциональность, артистичность, контактность. Фактор содержательной привлекательности включает следующие параметры: объективность, убедительность (в большой степени актуальные для аудитории среднего и старшего возраста), образность, эстетичность языковой актуализации (в большей степени значимые для молодежной и женской аудитории), присутствие авторской оценки (особо для молодежной аудитории), а также такие параметры как композиционная четкость и легкость для восприятия, актуальные для различных типов аудитории.

Третий уровень структуры риторического идеала составляют конкретные средства формирования параметров и подпараметров базисных факторов (т.е. единиц второго уровня рассматриваемой структуры). Они представляют собой конкретные компоненты поведения и речи оратора, использование которых создает впечатление присутствия в выступлениях оратора одобряемых аудиторией качеств. В качестве примера рассмотрим ряд средств, формирующих такой параметр содержательной привлекательности как легкость для восприятия.

Легкость для восприятия создается за счет, во-первых, доступности выступления и, во-вторых, за счет наглядности (оба эти качества могут быть представлены как подпараметры рассматриваемого параметра). Средствами формирования доступности выступления являются умеренный темп речи, четкость дикции, немного повышенная громкость голоса, использование разговорного стиля речи как базового (т.е. использование общеупо-

требительной лексики, использование простых и сложносочиненных предложений), четкая словесная формулировка главной мысли выступления, разбиение предлагаемого аудитории материала на ряд смысловых блоков (не более трех); построение отдельных фрагментов рассуждения в виде отрезков, не превышающих по длительности 4-8 сек., использование терминов и аббревиатур с объяснением, приведение не более трех-четырех цифр в одном выступлении, использование приема ритмизации речи (с помощью интонационной акцентуации), использование повтора.

Средствами создания наглядности в выступлении является использование различных типов жестов (изобразительных жестов и жестов, обозначающих законченность мысли после группы предложений), использование примеров, цифр (приведенных в сравнении или сопоставлении), использование сравнений, демонстрация объектов и использование наглядных пособий.

Мы осуществили попытку рассмотрения риторического идеала как целостной совокупности факторов привлекательности публичного выступления. Но если представить данный феномен с позиции конкретных требований, предъявляемых к публичному выступлению представителями аудитории определенного типа , то в подобном ракурсе риторический идеал может быть рассмотрен как множество одобряемых аудиторией компонентов публичного выступления, распадающееся на ряд подмножеств, каждое из которых состоит из аспектов выступления, являющихся эмоционально привлекательными для аудитории определенного типа. Количество таких подмножеств определяется количеством типов аудитории, имеющих характерные специфические требования к ораторской речи. Исследование показывает, что можно дискретно выделить особенности выступления, привлекательные для молодежной аудитории, для аудитории среднего и старшего возраста, для мужской аудитории и для женской аудитории.

На основании сказанного можно сделать вывод о том, , что изучение риторического идеала современной русскоязычной аудитории, во-первых, представляет интерес с позиции расширения теоретической базы риторики как науки и, во-вторых, имеет четкую практическую направленность: создание экспериментально проверенной практической риторической базы для оптимизации публичного выступления и, следовательно, повышения эффективности речевого воздействия оратора на аудиторию. Иными словами, согласно мнению одного из ведущих современных исследователей феномена риторического идеала русскоязычной аудитории профессора А.П. Сквородникова, “Идеал” риторического идеала быть не

только теоретическим конструктом, но и инструментом эффективной речевой деятельности". (Сковородников А.П. О содержании понятия "национальный риторический идеал" применительно к современной российской действительности //Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. - Красноярск. - Ачинск, 1997.- С.31).

М.Е.Новицхина

К изучению проблемы эффективности коммерческой номинации

В последние годы в лингвистике обнаружился интерес к исследованию процесса коммерческой номинации - номинации, дающий потенциальный коммерческий эффект. Коммерческая номинация - это названия фирм, компаний, магазинов, товаров и др. , то есть названия того, что должно привлекать потенциальных покупателей.

Восприятие единиц коммерческой номинации - это сложный процесс взаимодействия коммуникатора и реципиента. Сложность изучения этого процесса заключается в том, что восприятие любого наименования осуществляется неосознанно и не поддается прямому наблюдению.

Нами проанализировано 200 коммерческих наименований магазинов, расклассифицированных по следующим группам: прямая номинация ("Детали", "Сантехника"), наименования-указания на местоположение ("У перекрестка", "На широкой"), наименования-указания на принадлежность ("У дяди Кости", "У Андрея"), литературно-мифологическая номинация ("Красная Шапочка", "Ваше благородие"), цветочная номинация ("Лилия", "Клен"), названия-имена ("Арина", "Гоша"), арифметическая номинация ("666", "2+3"), наименования-указания на внешнюю примету ("Стеклянный", "Зеркальный"), наименования-обращения к адресату ("Все для Вас", "Ваш уют"), наименования -лексические новообразования ("Ланда", "Беконка") и др.

Целями исследования является получение ответов на ряд вопросов:

1. Какие признаки лежат в основе идентификации коммерческого наименования?

2. Возможно ли комплексное, интегральное восприятие коммерческого наименования?

3. Какова роль звукового облика слова в восприятии коммерческой номинации?

4. Влияет ли (и если влияет, то как) на восприятие коммерческого наименования возраст носителя языка, половая принадлежность, уровень его образования, социальное положение, профессия?

5. Каким образом соотносятся коммерческая номинация и рекламное сообщение?

6. Какие коммерческие наименования признаются эффективными носителями языка?

В ходе опроса информантов выявлено, что часть коммерческих наименований воспринимается адекватно (например, “Лорнет”, “Атлант”, “Зеленые глаза”, “Беконка” и др.), часть же признана неэффективными (“Квант” (товары для дома), “Идеал” (продукты), “Кэй” (продукты), “Мрия” (продукты) и др.). Неэффективными оказываются и неблагозвучные наименования типа “Торгарт”, “Воронежшина” и др. Фонетическая благозвучность, очевидно, усиливает коммерческую номинацию, способствует созданию оптимальных условий для ее адекватного восприятия.

Обнаружено, что прямая номинация (типа “Хлеб”, “Молоко”) оказывается недостаточной для потенциального покупателя. Эффективная коммерческая номинация, как правило, выступает в нестандартной форме, способной привлечь покупателя и побудить его к определенному действию - совершению покупки.

Ту же цель - совершение покупки - преследует и рекламное сообщение. Чем отличается оно от коммерческой номинации? Думается, что, обладая несомненным родством - ожидание одного и того же эффекта: материального (совершение покупки) и идеального (изменение в системе знаний, оценок), коммерческая номинация и реклама отличаются акцентированностью (главенство материального - в случае рекламы - и идеального - в случае коммерческого названия).

Е.М.Бебчук

Актуализация образного компонента

лексического значения слова в текстах пресс-рекламы

Основная функция рекламного текста - эффективное воздействие на потребителя. Н.Н.Кохтев, говоря о 10 эффектах рекламы, на первое место ставит эффект словесной наглядности: "У читателя должны появляться зрительно-цветовые, объемные, пространственные, звуковые, вкусовые и другие представления, которые и составят рекламный образ (Н.Н.Кохтев. Реклама: искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов. М, 1997, с. 81).

Структурно-семантический подход к проблеме образности слова исходит из того, что образ может являться компонентом лексического значения. Наглядный образ в определенных контекстах употребления слова может актуализироваться, усиливаться, ослабляться и погашаться. Эффективность рекламного текста повышается при актуализации и усилении образного компонента.

Основным приемом актуализации наглядного образа в структуре значения является лексическая конкретизация, которая представляет собой включение в контекст употребления того или иного слова дополнительного слова, характеризующего отдельные чувственно воспринимаемые признаки соответствующего референта. Лексическая конкретизация особенно важна для создания пресс-рекламы, так как телевидение легко может усилить образность сообщения визуальными средствами.

Для торговой рекламы характерно использование в заголовках субстантивной лексики с высокой степенью первичной (неметафорической) образности. Наглядный образ, представленный в структуре значения таких лексических единиц, актуализируется путем конкретизации через внешние признаки - например, материал, из которого сделан рекламируемый предмет (*окна из пластика, алюминия, дерева. Мебель из натурального дерева. Щебень гранитный. Трубы пластиковые. Окна, двери пластиковые. Дверные блоки из хвойных пород древесины*)

Конкретизация образного компонента может также осуществляться через указание видового признака предмета (Офисная мебель: *шкафы, кресла, стулья*. Отделочные материалы: *пленка самоклеящаяся, паркет ламинированный, панели пластиковые, потолки подвесные*. Станки *металлорежущие, деревообрабатывающие*). Актуализации образного компонента способствует и указание на индивидуальные чувственно воспринимаемые свойства рекламируемого предмета (*Радиотелефоны с 2-6 трубками*).

Пакеты с петлевой и прорубной ручками типа “майка”. Соль йодированная, “Экстра”.

Составители рекламных текстов широко используют лексическую конкретизацию, стараясь дать предельно конкретную информацию о рекламируемом товаре. К сожалению, со стилистической точки зрения этот прием используется не всегда корректно. Так, при перечислении товаров часто можно наблюдать употребление перекрещивающихся понятий, то есть частично совпадающих по объему (*Магазин реализует мягкую мебель, диваны, кресла, письменные столы*). Ошибочным является использование в однородном ряду морфологически не сочетающихся инфинитива и имени существительного.

Таким образом, актуализация образного компонента лексического значения достаточно широко представлена в текстах торговой пресс-рекламы. В то же время она требует от составителей тщательного подхода к ее языковому оформлению.

А.М.Шишлянникова

Использование национально-культурных факторов в современной российской рекламе

Эффективность воздействия рекламы во многом обусловлена соответствием содержания, формы и языка рекламы тем социо-культурным стереотипам, которыми характеризуется потенциальная аудитория /"Реклама", 1994, "5-6, с.46/.

Молодой российской рекламе есть чему поучиться у Запада, но нашей рекламе надо искать и свой, национальный путь развития. Российская реклама постепенно накапливает опыт создания текстов, отвечающих требованиям русской аудитории - с ее национальными традициями, вкусами, мировоззрением, самосознанием.

Одним из способов опоры на национальное самосознание является использование в рекламных текстах фольклорных образов, русской фразеологии в исконном и трансформированном виде, популярных цитат из русской литературы, известных песен, отрывков из известных теле- и кинофильмов. Подобные элементы отмечаются в различных композиционных блоках рекламы - в словесном товарном знаке, заголовочном комплексе, слогане. Так, достаточно широко используются образы русской культуры в товарных знаках:

Очарованный странник - туристическое агентство

Ассоль - брачное агентство
Двенадцать стульев - мебельная фирма
Филиппок - магазин канцтоваров
Тройка - ресторан
Три медведя - ресторан и др.
Русские фразеологизмы широко используются в слоганах и заголовках:

А Васька слушает да есть! - реклама корма для собак
Попей чайку - позабудешь тоску! - реклама чая
Семь бед - один ответ! - реклама лекарства "Колдрекс"
Какой же русский не любит быстрой езды! - реклама "быстрых" компьютеров

Если у вас нету дома - реклама агентства недвижимости и др.

В приведенных примерах, число которых можно продолжить, составители рекламных текстов учитывают психологию российского читателя, апеллируют к его фоновым знаниям, вызывают у потребителя приятные воспоминания, положительные ассоциации, основанные на психологическом механизме "узнавания", создают привлекательный образ фирмы и товара, что способствует продвижению товаров на рынке.

Прикладные исследования: изучение языка и обучение языку

Л.М. Кольцова

Синтаксические теории и пунктуационные нормы

В современной письменной речи наблюдается значительное расхождение между существующими правилами пунктуационного оформления предложения и реальной пунктуационной практикой. Такого рода факты особенно характерны для художественных текстов, причем не только современных.

Интерпретация этих фактов с точки зрения смысловой и стилистической оправданности и пунктуационных норм требует не только умения разграничивать допустимое и недопустимое, но и глубокого знания современной теории пунктуации, понимание ее существа, принципов, тенденций развития современной пунктуационной системы.

Свободное владение пунктуацией не сводится к знанию соответствующих правил. Оно предполагает умение организовывать текст, способность адекватно передавать тонкости содержания и, соответственно, видеть все это в воспринимаемом тексте. Задачи эти достаточно сложны и в школьной практике трудно достижимы, о чем свидетельствует большое количество ошибок во всех видах письменных работ не только школьников, но и студентов. Хотя хорошо известно, что нарушения в пунктуационном оформлении предложения ведут кискажению смысла в гораздо большей степени, чем орфографические ошибки. В то же время уровень владения пунктуацией чрезвычайно низок. Все это обуславливает необходимость более основательного изучения теории и практики пунктуации, изучения, опирающегося на достижения современной лингвистической науки, в частности, на теорию актуального членения предложения, разработанную И.П. Распоповым и рядом других исследователей.

Эта теория обладает большой объяснительной силой для огромного числа тех пунктуационных явлений, которые не находят сколь-нибудь убедительного и адекватного истолкования в рамках конструктивного синтаксиса, на котором основано изучение пунктуации в школе и вузе.

Рамками школьных правил ограничиваются знания о назначении, принципах и правилах использования знаков препинания, которые являются лишь частью, хотя и ядерной, той графической системы, которая репрезентирует смысл текста в письменной речи.

В то же время пунктуационная практика раздвигает эти рамки даже в пределах так называемого “пунктуационного минимума”. Это обнаруживается, например, при оформлении однородных членов предложения.

Правила оформления однородных членов предложения входят в круг строго кодифицированных, обязательных, поскольку “опираются на четкие грамматические основания” (Наумович, с. 56). Но коммуникативные возможности знаков препинания, оформляющих синтаксическую однородность элементов высказывания, их коммуникативная значимость, плохо осознаются, хотя такого рода построения имеют особую коммуникативную глубину. Они позволяют в предельно сжатой форме передать картину или целую цепь событий со многими подробностями, охарактеризовать явления с разных сторон. Относительная самостоятельность элементов сложной речи находит свое выражение в практике современной художественной речи.

В целях выделения используется тире:

Мы же все видели – и молчали (Д. Лихачев. Тревоги совести).

Она принесла с собой “свое” время - и унесла его. (А. Найман. Рассказы об Анне Ахматовой).

Дом уже был подкопан – и разрушается (Д. Лихачев. Тревога совести).

Он, Шахнарович, в санатории четыре месяца сидит – и не допер. (А. Маринина. Игра на чужом поле).

Зато с утра она, совсем больная, всю дорогу лежавшая, сразу встала – и села. (М. Цветаева. Мать и музыка).

В приведенных примерах тире - единственно возможный (и необходимый) знак препинания. По сути дела, никакой синтаксической однородности здесь нет. Каждый выделенный подобным образом элемент вступает в обстоятельственные отношения со всей предшествующей частью высказывания. Знак препинания становится единственным сигналом компрессии смысла. Например, предложения могут быть развернуты и должны пониматься, на наш взгляд, следующим образом:

Несмотря на то, что мы все видели, - мы молчали (уступительные отношения).

Принесенное с собой “свое время” - она унесла (определительные отношения. В контексте эти отношения дополняются причинно-следственным значением).

Дом уже был подкопан, поэтому он разрушается (причинно-следственные отношения).

Хотя он в санатории четыре месяца сидит, - а не допер (уступительные отношения).

Таким образом, в подобных случаях мы имеем дело со сложными в коммуникативном плане предложениями с присущими им далеко не однозначными смысловыми отношениями. И элементы сложной ремы, представленные таким образом, выполняют разные функции.

Пособия и справочники по пунктуации не приводят такого рода построений, хотя их встречаемость в текстах довольно высока.

А.Б. Шапиро, описывая такого рода случаи оформления однородных сказуемых при помощи тире, пишет: “Во второй половине XVIII è ёçðâäêà у писателей первой половины XIX iû встречаем между однородными сказуемыми, при изложении ряда одновременных или следующих одно за другим действий одного лица, сопровождающихся душевным волнением, не запятые, а тире” (Шапиро, с. 152).

В действительности мы наблюдаем здесь случаи многоступенчатого развертывания коммуникативной перспективы. Компоненты сложной ремы

высказывания образуют иерархически организованные смысловые комбинации, что и находит выражение в особом пунктуационном оформлении.

Это один из тех случаев, когда пишущий интуитивно, но в полном соответствии с языковыми законами отступает от противоречащих этим законам правил, которые давно уже нуждаются в пересмотре с позиций новых синтаксических теорий, более адекватно описывающих систему языка.

Наумович А.Н. Современная русская пунктуация. – Мн.: Выш.шк., 1983. – 256 с.

Распопов И.П. Актуальное членение предложения. – Уфа, 1961.
– 163 с.

Шапиро А.Б. Современный русский язык. Пунктуация. Изд. 2-е. – М.: Просвещение, 1974. – 287с.

С.А. Трухина

**Лингвострановеческое значение фразеологии
в обучении немецкому языку**

Обучение языку предполагает страновеческий аспект как один из обязательных компонентов обучения. Лингвострановедение выступает как один из видов страноведения. Рассмотрим лингвострановедческое значение национальной фразеологии.

В любом фразеологизме отражено национальное своеобразие восприятия мира. Но, как ни странно, фразеология редко попадает в поле зрения лингвострановедения, особенно в сфере иностранных языков.

Немецкий язык, по мнению многих лингвистов, более других европейских языков богат образными выражениями фольклорного и исторического происхождения. Наибольшее количество ФЕ дала эпоха средневекового рыцарства, турниры, жизнь горожан в средние века, жизнь и труд крестьян, военное дело. Характерно большое количество ФЕ, связанных с наименованиями денежных единиц (Pfennig, Grosehen, Heller, Dreier, Sechziger, Kreuzer, Taler, Mark).

В немецкие ФЕ вошли имена многих исторических личностей, географические названия, древние обычаи, поверья, приметы. Интересны ФЕ литературного происхождения, фразеологизмы, содержащие образы животного мира. Свинья в немецкой фразеологии - символ благоденствия:

er hat Schwein - ему улыбается счастье, ему везет; «заяц» - «Hase» - не «трусишка», а «умелый, опытный».

Фразеологические единицы немецкого языка - благодатный материал для сообщения студентам лингвострановедческих знаний о стране изучаемого языка, для формирования в их сознании фоновых знаний о стране и народе. Мы реализуем данный подход в спецкурсе по фразеологии для спецгрупп с углубленным изучением немецкого языка на историческом факультете университета.

С.М.Гусева

Развитие русской речи иностранных студентов в процессе интерпретации художественного произведения

Традиционная для российской методики обучения русскому языку как иностранному сознательно-практическая модель работы над художественным текстом требует обогащения упражнениями, учитывающими психологию восприятия речи, в частности, упражнениями, развивающими навыки вероятностного прогнозирования и другие приемы интуитивного способа познания. Благодаря этому несколько изменятся пропорции между объемом языковых и речевых заданий (в пользу последних) и характер языковых упражнений. Упражнения, включающие студента-иностраница в читательский диалог с художественным произведением и требующие активности в наблюдениях и в интерпретации фактов текста, окажутся стимулом для студента сформировать собственные мнения и оценки и использовать их в размышлениях об эстетических, психологических, этических проблемах произведения.

Представляем образец системы упражнений для комплексного развития устной и письменной речи студентов-иностраницев.

Предтекстовые задания имеют целью 1/ снятие таких лексико-грамматических трудностей, которые не требуют прямого обращения к тексту, 2/ активизацию уже имеющихся у студента лексико-грамматических знаний и знаний по проблемам текста.

Например:

1. Назовите действия, противоположные данным:

прийти	полезть к отцу на руки
подойти	спустить ребенка с рук
выбежать	появиться из-за угла
ввести	нагнуть голову

остановиться

отослать сына домой

2. Коротко опишите, в каких примерно ситуациях и какие именно эмоциональные состояния могут выражать следующие жесты, позы, движения:

шёл твёрдым шагом

его лицо помрачнело

шёл сгорбленный

изо всех сил втискивался в

толпу

высоко поднимал голову

её глаза засияли

пожал плечами

осмотрел, нагнув (склонив)

голову

тепло улыбнулась в ответ

нагнулась к плачущему ре-

бёнку

нахмурилась

закрыла лицо руками

3. Какими эмоциональными состояниями могут быть вызваны следующие характеристики речевых действий человека: крикнуть, говорить, визжать, пищать? Какие из этих состояний, на ваш взгляд, лучше скрыть? Сдержать? Подавить?

4. Всегда ли вам удаётся сдержать свои чувства? Когда вам легче делать это? Наедине с собой? Или среди людей, охваченных такими же чувствами?

Притекстовые задания основаны на разных видах чтения и ставят целью понимание (интерпретацию) всего текста и отдельных его деталей. В связи с заданиями на чтение и интерпретацию решается задача овладеть средствами выражения собственного видения и оценки. Языковой материал усваивается в таких заданиях главным образом «фоновым» сознанием и подсознанием, а не в режиме актуализированного «дриллинга».

Например:

1. Прочитайте название текста и первый абзац.

Сила детства

- Убить!.. ЗстрелиТЬ!.. Сейчас застрелить мерзавца!.. Убить!.. Горло перерезать убийце!.. Убить, убить!.. – кричали мужские, женские голоса толпы.

Какие мысли и чувства вызывает в вас соседство слов “детство” и – “убить”, “горло перерезать”? О какого рода событиях, по вашим предположениям, пойдет речь в тексте?

2. Прочитайте ещё 2 абзаца:

Огромная толпа народа вела по улице связанного человека. Человек этот, высокий, прямой, шёл твёрдым шагом, высоко поднимая голову. На

красивом, мужественном лице его было выражение презрения и злобы к окружающим его людям.

Это был один из тех людей, которые в войне народа против власти воюют на стороне власти. Его схватили теперь и вели на казнь.

Какие конфликтные линии вы можете наметить по заголовку и первым абзацам? Обозначьте их противопоставленными в тексте словами. Если будет необходимо с точки зрения логики, подыщите к ним более обобщенное слово.

Какое развитие событий вы предполагаете теперь? Почему?

Какие исторические события (время, страна) отражены, по-вашему, в произведении?

3. Прочитайте следующий фрагмент текста.

“Что же делать! Не всегда сила на нашей стороне. Что же делать? Теперь их власть. Умереть так умереть, видно, так надо”, - думал этот человек и, пожимая плечами, холодно улыбнулся на крики, которые продолжались в толпе.

- Это городовой, он ещё утром стрелял по нас! – кричали в толпе.

Но толпа не останавливалась, и его вели дальше. Когда же пришли на ту улицу, где по мостовой лежали вчерашние, не убранные ещё тела убитых войсками, толпа освирепела.

- Нечего оттягивать! Сейчас тут и застрелить негодяя, куда ещё вонить его? - кричали люди.

Пленный хмурился и только выше поднимал голову. Он, казалось, ненавидел толпу ещё более, чем толпа ненавидела его.

- Перебить всех! Шпионов! Царей! Попов! И этих мерзавцев! Убить, убить сейчас! – взвизгивали женские голоса.

Но руководители толпы решили довести до площади и там разделаться с ним.

Чем, вы думаете, вызвано появление вводного слова “казалось” в описании поведения пленного? Вернувшись ко второму абзацу текста, подумайте, что изменилось в вашем первом понимании состояния пленного теперь, когда вы знаете его мысли - “казалось, ненавидел”?

Какую новую конфликтную линию внесли эти абзацы? Обозначьте её противопоставленными понятиями.

4. С выделением каких конфликтных линий, данных ниже, вы согласитесь? Где, по-вашему, нужно уточнение формулировок?

а) “сила детства” – “жестокая и страшная сила взрослых”;

б) “война народа против власти” - “война власти против народа”;

- в) “народ” – “человек, воюющий на стороне власти”;
 г) “кипящая ненавистью толпа” – “конкретный человек, принимающий для себя смертную казнь как логический конец своего жизненного выбора”.

Какая из конфликтных линий пока только обозначена, но не воплощена в художественном образе? В каком образе воплощена война власти против народа?

Восстановите по деталям текста картину вчерашнего сражения на улице города. Почему, по-вашему, ещё не были убраны тела убитых? В какое время дня происходит действие?

Изменились ли ваши представления о времени и месте описываемых событий?

5. Читайте текст дальше:

До площади было уже недалеко, когда в минуту затишья в задних рядах толпы послышался плачущий детский голосок.

- Батя! Батя! – всхлипывая, кричал шестилетний мальчик, втискиваясь в толпу, чтобы добраться до пленного.

- Батя! Что они с тобой делают? Постой, постой, возьми меня, возьми!..

Крики остановились в той стороне толпы, с которой шёл ребёнок, и толпа, расступаясь перед ним, как перед силой, пропускала ребёнка всё ближе и ближе к отцу.

- А какой миленький! – сказала одна женщина.

- Тебе кого? – сказала другая, нагибаясь к мальчику.

- Батю! Пустите меня к бате! – пищал мальчик.

- Тебе сколько лет, мальчик?

- Что вы с батей хотите делать? – отвечал мальчик.

- Иди домой, мальчик, иди к матери, - сказал мальчику один из мужчин.

Пленный уже слышал голос мальчика, и слышал, что говорили ему. Лицо его стало ещё мрачнее.

- У него нет матери! – крикнул он на слова того, кто отсыпал ребёнка к матери.

Всё ближе и ближе протискиваясь в толпе, мальчик добрался до отца и полез к нему на руки.

В толпе кричали всё то же: “Убить! Повесить! Застрелить мерзавца!”

- Зачем ты из дома ушёл? – сказал отец мальчику.

- Что они с тобой хотят делать? – говорил мальчик.

- Ты вот что сделай, - сказал отец.
- Ну!
- Знаешь Катюшу?
- Соседку? Как не знать.
- Так вот, пойди к ней и там побудь. А я... я приду.
- Без тебя не пойду, - сказал мальчик и заплакал.
- Отчего не пойдёшь?
- Они прибывают тебя.
- Нет же, они ничего, они так.

И пленный спустил с рук мальчика и подошёл к тому человеку, который распоряжался в толпе.

- Прослушайте, - сказал он, - убивайте меня как хотите и где хотите, но только не при нём, - он показал на мальчика. – Развяжите меня на две минуты и держите за руку, а я скажу ему, что мы с вами гуляем, что вы мне приятель, и он уйдёт. А тогда... тогда убивайте как хотите.

Руководитель согласился.

Тогда пленный взял опять мальчика на руки и сказал:

- Будь умник, пойди к Кате.
- А ты что же?
- А ты видишь, я гуляю вот с этим приятелем, мы пройдём ещё немного, а ты иди, а я приду. Иди же, будь умник.

Мальчик уставился на отца, нагнулся головку на одну сторону, потом на другую и задумался.

- Иди, милый, я приду.
- Придёшь?

И ребёнок послушался. Одна женщина вывела его из толпы.

Когда ребёнок скрылся, пленный сказал:

- Теперь я готов, убивайте меня.

Выполните следующие задания:

а) В каком образе предстаёт перед нами “сила детства”?

Проследите отношение ребёнка к отцу. Выпишите слова и словосочетания тематической группы “плакать”.

б) Что нового мы узнали о характере пленного? В какой фразе (фразах) выражается, по вашему мнению, самое главное его человеческое качество?

в) Что из жизни пленного человека становится известным окружающим его людям? Какие изменения в поведении толпы вызывает это новое знание?

г) Выпишите из текста слова и фразы, выражающие злобу и ненависть. Проследите, где эти чувства имеют обобщённый адресат, а где – конкретный.

д) Какие человеческие мысли и чувства скрываются за выделенными глаголами? Проанализируйте каждую ситуацию отдельно.

И ребёнок *послушался*. – Руководитель *согласился*.

- ... Убить, убить!.. – *кричали* мужские, женские голоса толпы.

- Нечего оттягивать! Сейчас тут и застрелить негодяя, куда ещё вводить его? - *кричали* люди.

- У него нет матери! – *крикнул* он на слова того, кто отсыпал ребёнка к матери.

Проследите, какие глаголы речи, кроме “*кричать*”, используются автором. В какой части текста они концентрируются и почему?

е) Какой национальной литературе принадлежит, по-вашему, автор?

6. Каким бы вы *хотели* увидеть конец текста? А каким его можете предположить, опираясь на ваш опыт жизни?

7. Дочитайте текст.

И тут случилось что-то совсем непонятное, неожиданное. Какой-то один и тот же дух проснулся во всех этих за минуту жестоких, безжалостных, ненавидящих людях, и одна женщина сказала:

- А знаете что. Пустить бы его.

- И то, Бог с ним, - сказал ещё кто-то. Отпустить.

- Отпустить, отпустить! – загремела толпа.

И гордый, безжалостный человек, за минуту ненавидевший толпу, зарыдал, закрыл лицо руками и, как виноватый, выбежал из толпы, и никто не остановил его.

Виктор Гюго. Изложил Л.Н.Толстой.

С какими чувствами вы встретили развязку произведения? Отметьте в этой части слова, которые для вас стали ключевыми.

Пополните свои списки лексики словами из последней части. К каким новым выводам подталкивают вас эти дополнения?

Вернувшись ко 2-му предтекстовому заданию, проследите за тем, какие из названных в нём жестов, поз, действий встречаются в тексте? Какие переживания героев произведения скрываются за ними? Всегда ли вы можете с точностью обозначить словами эти переживания? Почему?

Послетеクстовые задания призваны собрать в осознанную концепцию все частные открытия, предположения, оценки. Здесь используется жанр изложения с разнообразными личностными “добавками” и трансфор-

мациями, а также отрабатываются связи этого жанра с сочинением и дискуссией.

Преподаватель, учитывая уровень языковой подготовленности и круг пристрастий учащегося, волен предложить ему целостную систему заданий или сократить её за счёт некоторых предтекстовых или послетекстовых заданий.

Например:

1. Расскажите эту историю от лица человека из толпы:
а) её руководителя; б) женщины, которая сказала: “Пустить бы его”.
2. Представьте себе жизнь главного героя после описанных событий.
3. Какие похожие случаи из жизни вам известны?
4. Каково отношение повествователя (автора) к проблемам, поднятым в произведении?
 - а) В чём видит он вину пленённого, а потом освобождённого человека? Аргументируйте фактами текста.
 - б) Каково отношение повествователя (автора) к стихийной силе толпы? Всегда ли она, по его мнению, права? Аргументируйте свои выводы фактами текста. Разделяете ли вы мнение и оценки автора?
5. В какой, по вашему мнению, фразе выражена идея текста? Афористична ли эта фраза или требует домысливания? Как бы вы сами сформулировали идею прочитанного произведения?
6. Как вы определите жанр прочитанного произведения? (Это документальный очерк? Или рассказ? Или притча?) Приведите ваши аргументы “за” и/или “против”.
7. Кого вы считаете автором этого произведения? – Виктора Гюго? Льва Толстого? Аргументируйте свой ответ “страноведческими” деталями текста.
8. Прочитайте весь текст вслух, стараясь вызвать в слушающих мысли и чувства, подобные пережитым вами при первом чтении.
9. Используйте свои впечатления от произведения в сочинении (или дискуссии). Темы на выбор:
“Детство: сила или бессилие?”
“Выбор жизненного пути: проблемы и расплата”
“Как жить в годину гражданской войны?”

Содержание

От редактории	3
Основные этапы научной деятельности З.Д.Поповой	4
Публикации о З.Д. Поповой	5
Милехина В.И. Сопоставительная русско-немецкая лексикология и фразеология в трудах научной школы профессора З.Д.Поповой	6
Волохина Г.А. Вопросы русской грамматики в трудах научной школы З.Д.Поповой	10
 Концептосфера народа и ее репрезентация в языке 	
Попова З.Д. Когнитивные пропозиции и семантика языка	11
Бабушкин А.П. Картина мира и концептосфера языка	12
Алефиренко Н. Ф. Значение в парадигме языкового сознания	14
Борискина О.О. Криптоклассы как средство языковой категоризации мира	21
Зубкова Л.И. Концепты «Бог» и «царь» в религиозном сознании русских	22
Листрова-Правда Ю.Т. Концепты «мать» и «отец» в русских пословицах и поговорках	23
Субботина А.В. Английские и русские нравственные концепты в афоризмах и пословицах	24
Тришина А.В. Национальная специфика репрезентации концепта «быт» русском языке	27
Соболева И.А. Когнитивно-языковая характеристика лексемы «крыша» в современном газетном дискурсе	28
Стернин И.А. Концепт «белая ворона» в русской концептосфере	31
Голицына Т.Н. Рефлексивные функции русских ментальных предикатов	33
Манаенкова И.Л. «Наивные номинации» и современная концептосфера народа	36
Топорова В.М. Символика спирали в семантическом пространстве языка	37
Хатунцева Г.Ю. «Смерть» в русском и англо-американском языковом сознании	37

ний	41
Ряполова Т.В. Символы миропонимания как отражение национального самосознания	43
Медведева А.В. «Собака» и «пес» в русской фразеологии (к вопросу о символическом значении слова)	44
Фомина З.Е. Цветочная символика в немецком и русском языках	48
Шаманова М.В. Национальная специфика отражения концепта “Общение” в лексико-фразеологической системе русского языка	52
Болхоева А.Б. Репрезентация концепта “гостеприимство” в русском и английском языках	55
Мальцев А.Д. Национальная специфика языковой реализации концепта “деньги” в русском и английском языках	56
Гольдберг В.Б. Гиперо-гипонимическая связь как знак общих закономерностей и национально-специфических особенностей познания	58
Лапотько А.Г. Концепт “береза” в сознании носителей русского языка	62
Юшина К.С. Семантические поля с позиции когнитивной лингвистики	64
Кацевал А.А. Иноязычная лексика в сознании жителей г.Борисоглебска	64
Селезнева Г.Я. Русская фразеология как отражение национального характера	66
Хорошунова И. В. Специфика оценки в русских эпических произведениях	70
Скрипникова Н.Н. Текст как коммуникативно-когнитивное единство	71
Артеменко Е.Б. Фольклорное текстообразование с позиций антропоцентристической лингвистики	72
Доброда С.И. Разновидности образного параллелизма в их обусловленности эволюцией народного менталитета	77
Грищук Е.И. Абстрактные концепты в восприятии школьников	80
Лебедева С.В. Экспериментальное исследование близости значений синонимов-прилагательных	82
Мягкова Е.Ю. К вопросу об этнокультурной специфике эмоциональной нагрузки слова	85
Базилевская В.Б. Формирование синтаксических отношений в концептосфере ребенка	86
Национальное сознание и национальное коммуникативное поведение	
Синельникова Ё.Н. Национально-психологический аспект языковой политики	87

Меликян С.В. Функции молчания в коммуникативном поведении человека	91
Серебрякова Р. В. Особенности восприятия комплиментов в русском общении	94
Стеблецова А.О. Деловой текст и национальный деловой менталитет	95
Стрельникова М.А. Коммуникативное поведение интервьюера и интервьюируемого в русской и американской коммуникативных культурах	100
Куранда Л. В. Национальная обусловленность делового общения	103
Кучеренко С.Н. ответ не на вопрос в английской коммуникативной традиции	103
Лазуренко Е. Ю. Национальные особенности коммуникативного поведения чеченцев	104
Тарабрина В. А. Паралингвистические средства в русской разговорной речи	106
Онишко С. Г. Синтаксические средства корректировки представления о ситуации	109
Егорова М.А, Иванова И.И. Формулы-реакции в английском общении	112
Лежнева И.И. Этикет просьбы в русском и английском коммуникативном поведении	113
Чернышова Е.Б. Особенности использования мимических сигналов шестилетними детьми	117
Национальная специфика языка (внутриязыковые исследования)	
Кретов А.А. Закон возрастающей звучности в славянском слоге и его теоретические последствия	118
Белильцева Ю. В. Термины лидерства и их место в национальной культуре	122
Поталуй В.В. Лексико-семантическая группа “руководитель” в русском языке	125
Трухина С.А. Немецкие исторические фразеологизмы	128
Ходина Н.Т. Сложные субстантивные лексемы со значением “водное пространство” в древнеанглийском языке	130
Меркулова И.А., Кретов А.А. О суффиксально маркированных категориях существительного	133
Яковенко И.В. Некоторые особенности функционирования антропонимов в американской прессе	136
Земскова Л.П. Каузальные конструкции в рекламных текстах	137
Никонов В.М. Коннотативные значения в публицистике Г.П.Федорова	140
Чарыкова О.Н. Языковая личность в художественном тексте	144
Зиброва Р.В. О некоторых особенностях эпистолярного наследия А.С.Пушкина	145
Морозова И. А. Составные номинации эмоций в поэзии И.А. Бунина	146

Штадлер В.(Австрия). Образ женщины в текстах Владимира Жириновского	148
Национальная специфика семантики (контрастивные и сопоставительные исследования)	
Стернин И.А., Флекенштейн К.(ФРГ). Принципы создания контрастивного словаря	152
Репринцева Н.М. Контрастивный анализ семантики наименований дорог в русском и французском языках	158
Цуверкалов А.Е. Лексико - семантическая группа <i>руководитель</i> в русском и французском языках	159
Бахметьева И.А. Русское <i>женщина</i> и английское <i>woman</i>	160
Козельская Н.А., Фан Ханг Фыонг. Опыт контрастивного описания русских цветообозначений	161
Гольдберг В.Б. Национальная специфика семантических связей	164
Ковалёва Л.В. “Духовная” фразеология в русском, немецком и английском языках	165
Белкина З. В. HANS и ИВАН в русских и немецких фразеосочетаниях	166
Косаренко О.Т. Словообразовательные гнезда с корнями вид-, гляд-, зир- в русском и македонском языках	169
Корнева Е.В. Национальная специфика функционально-семантического поля возвратности	171
Назарова И.В. Индивидуально-авторские сравнения в русском и французском поэтическом тексте	172
Попова Н.С. К вопросу о сопоставительном изучении коннотаций	173
Воевудская О.М. Структура лексико-грамматического поля в лексиконе языка	174
Стернина М.А. Полисемия и система языка	175
Титова С.А. Наречия-интенсификаторы в русском и английском языках	179
Иванова Л.И. Национальная специфика русских прилагательных	181
Аникеева Т.Р. Национальная специфика фразеологических единиц	182
Ковыршина Е.О. Многокомпонентные фразеосочетания в русском и немецком языках	183
Милованова Л.Ю. Национальные особенности антропонимики в английском и русском языках	184
Лаенко Л. В. Национальная специфика выражения приятных ощущений в английском и русском языках	186
Федоров В. А. Почему говорящие оставляют действующее лицо неопределенным	

ленным?	187
Прикладные исследования :	
язык как средство воздействия	
Лемяскина Н. А. Вербальное поощрение: коммуникативные ожидания ребенка	188
Родина Н.Г. О выборе оценочных прилагательных учителями английских и русских школ при характеристике качеств учащихся	191
Маслова Е.В. К вопросу об эффективности текстов частных рекламных объявлений	192
Посадский К.А. Фреймы документов и их pragматическая интерпретация	196
Московченко Е.К. Проблема риторического идеала и эффективность речевого воздействия	197
Новичихина М.Е. К изучению проблемы эффективности коммерческой номинации	200
Бебчук Е.М. Актуализация образного компонента лексического значения слова в текстах пресс-рекламы	201
Шишлияникова А.М. Использование национально-культурных факторов в современной российской рекламе	203
Прикладные исследования:	
изучение языка и обучение языку	
Кольцова Л.М. Синтаксические теории и пунктуационные нормы	204
Трухина С.А. Лингвострановеческое значение фразеологии в обучении немецкому языку	206
Гусева С.М. Развитие русской речи иностранных студентов в процессе интерпретации художественного произведения	207