

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

Воронежский государственный университет
Кафедра общего языкознания и стилистики
Центр коммуникативных исследований
Центрально-Черноземное региональное отделение
НМС по иностранным языкам

***Язык
и национальное сознание***

Вып. 25

Продолжающееся научное издание

**Воронеж
2019**

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

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

Редакционная коллегия:

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

*Компьютерная верстка и оригинал-макет –
И.А. Стернин*

© Коллектив авторов, 2019

ISBN 978-5-6041906-6-1

Язык и национальное сознание. - Вып. 25. / Научный ред. И.А. Стернин. – Воронеж: издательство «ООО РИТМ», 2019. – 103 с.

От редколлегии

Предлагаемый вниманию читателей сборник продолжает тематическую серию публикаций «Язык и национальное сознание», выпускаемую совместно кафедрой общего языкознания и стилистики ВГУ, Центром коммуникативных исследований ВГУ и Центрально-Черноземным региональным отделением НМС по иностранным языкам. Данный выпуск является двадцать пятым в серии продолжающихся изданий. Предыдущие выпуски (1-24) вышли в Воронеже в период с 1998 по 2018 гг.

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

В вып. 25 представлены результаты исследований авторов из Воронежа, Белгорода, Липецка, Москвы, Ярославля, Приднестровья, Сенегала, Словакии.

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

Электронный адрес редколлегии: sterninia@mail.ru

Вопросы теории

А.В. Рудакова (Воронеж)

Проект Центра коммуникативных исследований ВГУ «Значение как феномен языкового сознания»

Проект – победитель VIII Международного профессионального конкурса преподавателей вузов Pedagogical Discovery: University – 2018 в номинации «Филологические науки» (2018).

Проект «Значение как феномен языкового сознания (психолингвистическое исследование)» выполняется воронежской психолингвистической ассоциацией на базе ЦКИ Воронежского государственного университета и кафедры общего языкознания и стилистики ВГУ с начала двухтысячных годов (Высочина 2001; Гришук 2002; Попова, Стернин 2007; Фридман 2006 и др.). Промежуточные результаты работы по проекту представлены в (Стернин 2017).

Данный проект базируется на экспериментальных исследованиях, основной целью которых является изучение *понимания* значения слова носителями языка. Особенность концепции проекта в том, что психолингвистика выступает как *метод анализа и описания значения слова* и позволяет приблизить описание семантики слова к психологической реальности, описать психологически реальное значение языковой единицы в единстве его ядра и обширной периферии. Теоретическое обоснование концепции проекта развернуто изложено в монографии «Психолингвистическое значение и его описание» (Стернин, Рудакова 2011).

Для описания обыденного языкового сознания были введены и разграничены термины *психологически реальное значение* и *психолингвистическое значение* (Стернин 2001, 2005), под последним понимается упорядоченное единство всех семантических компонентов, которые реально связаны с данной звуковой оболочкой в сознании носителей языка на определенном этапе развития общества, в определенный временной период.

Основой практического описания семантики в концепции психолингвистического значения выступает *семная семасиология* – семантика отдельного слова описывается с использованием понятия *семы* как упорядоченной семной структуры (Маклакова 2013).

В ходе реализации проекта были разработаны метод семантической интерпретации ассоциативных реакций – *семная интерпретация* (выделение отдельных семем) и *семная интерпретация* (выделение

семантических компонентов), метод обобщения ассоциативных реакций в процессе их семной интерпретации, а также метод интеграции результатов ассоциативных экспериментов (Рудакова 2014; Виноградова, Стернин 2016). Разработан также метаязык семного описания значения по результатам психолингвистических экспериментов.

Сопоставлена эффективность разных психолингвистических методов в выявлении значений и сем исследованных единиц, сделаны основные выводы об эффективности каждого вида экспериментального метода при исследовании семантики слова (Виноградова 2016). Определены существенные особенности психолингвистического значения.

Проект основывается на концепции языкового сознания Московской психолингвистической школы А.А. Леонтьева. В рамках проекта исследуется обыденное языковое сознание – языковое сознание рядового носителя языка, не имеющего филологических знаний (знание рядовым носителем языка значений языковых единиц и особенностей их употребления в конкретных коммуникативных ситуациях: оценочность, эмоциональность, функциональная характеристика).

Разрабатывается трафаретная модель описания психолингвистического значения, которая включает три макрокомпонента: денотативный, коннотативный и метаязыковой (Рудакова, Стернин 2015; Рудакова 2015 и др.).

В проекте изучаются общезыковые, гендерные, возрастные значения, значения имен собственных, синонимия и антонимия лексем (Стернин 2016 и др.).

В рамках проекта создан общий фонд результатов экспериментальных исследований проекта – Банк результатов экспериментальных исследований (БАРЭКСИС): БАРЭКСИС 1 (результаты психолингвистических экспериментов); БАРЭКСИС 2 (рабочие образцы словарных статей психолингвистических словарей разных типов).

Отдельный аспект и практический «выход» проекта – это лексикографическая фиксация психолингвистических значений.

В рамках проекта разрабатывается новое направление в лексикографии – психолингвистическая лексикография, в основе которого лежит понятие психолингвистического словаря как словаря, фиксирующего и описывающего результаты психолингвистических экспериментов. Выделены следующие типы психолингвистических толковых словарей:

- 1) психолингвистический словарь общезыкового сознания;
- 2) дифференциальные психолингвистические словари:
 - психолингвистический гендерный словарь;
 - психолингвистический возрастной словарь;
 - психолингвистический темпоральный словарь;
 - психолингвистический региональный словарь;

3) тематические психолингвистические словари (отдельных групп лексики):

- психолингвистический словарь собственных имен (антропони́мы, топонимы);
- психолингвистический словарь синонимов;
- психолингвистический словарь оппози́тов;
- психолингвистический словарь употребительной разговорной речи и др.

Разработан общий алгоритм создания психолингвистического толкового словаря, структура его словарной статьи. Предложены алгоритмы психолингвистических сопоставительных и дифференцированных словарей.

В настоящий момент опубликованы два выпуска психолингвистического словаря собственных имен (антропони́мы – 100 словарных статей) (Рудакова, Стернин, Коваленко 2018а, 2018б), готовятся к выпуску психолингвистический словарь топонимов (50 словарных статей), психолингвистический словарь употребительной разговорной лексики (100 словарных статей), психолингвистический гендерный словарь, психолингвистический возрастной словарь.

Приведем образец словарной статьи психолингвистического толкового словаря (источник экспериментального материала – БАРЭКСИС 1).

СЕМЬЯ 195

1. Родители и дети

Люди 0,01, объединенные родственными связями 0,17, являющиеся по отношению друг к другу родителями 0,10 или детьми 0,16, мужем 0,03 или женой 0,04, совместно ведут хозяйство 0,09, проявляют по отношению друг к другу чувство любви 0,09, заботу 0,04; живут дружно 0,06; имеют общие интересы 0,02 и проблемы 0,01; бывает большая 0,03, имеет высокую ценность 0,02, включают домашних животных 0,01; вызывает позитивные чувства 0,13.

Менее 0,01: оказывают взаимопомощь, проявляют понимание, уважение; признаются обществом как группа, особенно на Кавказе; бывает полноценная, полная, благополучная, богатая, здоровая, крепкая, вызывает негативные чувства, состоит из родственников, является социальным институтом.

Устойчивые фразы: семья – это ячейка общества 0,01; семейный очаг 0,03; семья – это святое 0,01; *менее 0,01:* семья – это семь Я, семья года, семья – это сила. моя 0,08, своя 0,01,

СИЯ 0,99

Пример употребления: *Все счастливые семьи счастливы одинаково, каждая несчастливая семья несчастна по-своему* (Л.Н. Толстой).

2. Дружная группа близких по интересам людей

(Группа) людей 0,03, связанных общими интересами 0,08, оказывающая друг другу помощь 0,01; дружная 0,05; моя 0,04, большая 0,03; вызывает позитивные эмоции 0,06.

Менее 0,01: связана с решением общих проблем, связана дружбой.

То же, что близкие люди 0,02; родные люди 0,01; менее 0,01: друзья.

СИЯ 0,31

Пример употребления: *Мои близкие друзья – это моя семья.*

3. Солнце и вращающиеся вокруг нее планеты

Менее 0,01: (Система), включающая звезду Солнце (и вращающиеся вокруг нее планеты).

СИЯ 0,005

Пример употребления: *В нашу семью входят девять планет.*

Не актуально -0

Неинтерпретированные реакции 1 (сон)

Исследование позволяет указать некоторые существенные особенности психолингвистического значения, выявившиеся в ходе исследования:

- число выявленных значений лексических единиц значений при психолингвистическом описании оказывается обычно больше, чем в любых толковых словарях;
- объем отдельного значения оказывается обычно больше, чем при описании традиционными методами;
- объективно выявляются неактуальные для языкового сознания значения;
- объективно выявляются новые значения;
- установлено, что для носителя обыденного языкового сознания в языке отсутствует омонимия;
- семантические компоненты в структуре значения существенно различаются по яркости для языкового сознания;
- обнаруживаются ложные значения и ложные семы, присутствующие в языковом сознании носителей языка;
- в структуре психолингвистического значения могут присутствовать антонимичные семантические компоненты;
- в значении выделяются семы, актуализирующие симилиативные и оппозитивные связи исследуемого слова;
- в значении обнаруживаются семы, отражающие коммуникативную реакцию носителей языка на слово-стимул;
- многие лексические единицы содержат в своей семантике отсылки к устойчивым сочетаниям, в том числе прецедентным текстам;

- в значении слова присутствуют метаязыковые семы, характеризующие некоторые языковые признаки лексической единицы (сленг, жаргон, грубое, молодежное, модное слово, прилагательное и под.);
- психолингвистическое описание дает возможность дифференцировать трудно различимые синонимы;
- психолингвистическое описание дает возможность объяснить антонимию многих значений;
- семантика лексических единиц разных частей речи существенно различается по объему и структуре;
- описание психолингвистического значения позволяет проследить глубинные системные связи языковых единиц по значению.

В настоящее время в рамках проекта завершается подготовка докторской диссертации А.В. Рудаковой и кандидатской диссертации Ю.А. Цофиной, а также ряда магистерских диссертаций.

С 2014 г. в рамках проекта выпускается ежегодный сборник научных трудов «Психолингвистика и лексикография» (2014, 2015, 2016, 2017, 2018).

С 2015 г. проводится ежегодная Всероссийская конференция «Значение как феномен языкового сознания носителя языка» (2015, 2016, 2017, 2018).

АСУРЛ 2011 – Ассоциативный словарь употребительной русской лексики: 1080 стимулов / Науч. ред. А.В. Рудакова, И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2011. – 187 с.

Виноградова О.Е. Интегральная методика углубленного описания значения слова (на материале семантического описания слов разных частей речи): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2016. – 26 с.

Виноградова О.Е., Стернин И.А. Психолингвистические методики в описании семантики слова: монография. – Воронеж: Истоки, 2016. – 157 с.

Высочина О.В. Понимание значения иноязычного слова (психолингвистическое исследование): дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2001. – 183 с.

Гришук Е.И. Абстрактная лексика в языковом сознании (экспериментальное исследование языкового сознания старшеклассников): дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2002. – 248 с.

Маклакова Е.А., Стернин И.А. Теоретические проблемы семной семасиологии: монография. – Воронеж: Истоки, 2013. – 277 с.

Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка: монография. – Воронеж: Истоки, 2007. – 250 с.

Рудакова А.В. Теоретические и прикладные проблемы психолингвистической лексикографии. – Воронеж: Истоки, 2014. – 177 с.

Рудакова А.В., Коваленко С.В., Стернин И.А. Психолингвистический толковый словарь русского языка. – Вып. 1. Антропонимы. – Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018а. – 136 с.

Рудакова А.В., Коваленко С.В., Стернин И.А. Психолингвистический толковый словарь русского языка. – Вып. 2. Антропонимы. – Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018б. – 127 с.

Рудакова А.В., Стернин И.А. Алгоритм описания психолингвистического значения слова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015. – №4. – С. 100-108.

Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы. – LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011. – 192 с.

Стернин И.А. Возрастная траектория развития значения слова // Мир русского слова. – 2016. – Вып. 3. – С. 11-14.

Стернин И.А. Концепт, «психологически реальное» и «психолингвистическое значение» // Язык и история. – Глазов, 2005. – С. 179-182.

Стернин И.А. Психолингвистическое значение слова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2001. – № 1. – С. 5-13.

Стернин И.А. К разработке психолингвистического толкового словаря // Вопросы психолингвистики. – №(2)12. – 2010. – С. 57-63.

Фридман Ж.И. Психологически реальное значение слова как феномен языкового сознания: дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2006. – 219 с.

Языковое сознание

Н.В. Барышев, Е.Ю. Морхова

Разговорная лексика в экономической терминологии

Экономическая терминология является одной из наиболее активно развивающихся лексико-семантических подсистем современного языка. Появляющиеся в ней жаргонизмы выполняют одновременно две функции:

- функцию образной номинации, создавая в перечне терминов новые на основе стилистически нейтральных слов,
- экспрессивную функцию путем актуализации в значении стилистически нейтральных слов ярких коннотативных и функционально-стилистических сем.

Целью нашей работы является исследование процесса терминологизации разговорной лексики.

Объектом нашего исследования является разговорная лексика экономической сферы. Для проведения исследования мы определили список слов, которые, имея общеупотребительное значение в русском языке, являются также разговорной лексикой экономической сферы. Источником примером послужили три специальных словаря русской экономической лексики (Батлер и др., Словарь английского жаргона, Финансовый сленг. Краткий словарь). Перечень слов составил 11 лексем: *вход, депо, зомби, котлета, наемник, плюшки, санаторий, фантик, физик, финик, юрик*. Кроме того, мы приводим переводные эквиваленты этих слов в английском языке.

Мы применяем разработанные И.А. Стерниным методику контрастивного анализа (Стернин, с. 42-54), систему коннотативных и функциональных помет, которая подробно раскрывается в работе А.В. Книга (Книга, с. 4-7).

Результаты нашего исследования представляет приводимый в конце работы контрастивный семный толково-переводной русско-английский словарь.

На уровне коннотативного и структурно-языкового компонентов значения все слова демонстрируют полное сходство: 100% лексем отнесены к неоценочным и незмоциональным, все являются разговорными, общераспространенными, современными, употребительными, относящимися к сфере экономики (подробную классификацию содержания микрокомпонентов см. в (Маклакова, с. 135-141).

8 слов (73%) из 11 являются следствием метафорического переноса.

Терминологизация явилась следствием следующих семантических процессов:

- актуализация семы:

Вход – актуализована сема «доступ куда-либо»;

Котлета – актуализованы семы «кусок», «достаточно толстый», «имеющий большую пользу»;

Плюшки – актуализована сема «угощение, которое предоставляется безвозмездно»;

Фантик – актуализована сема «не имеет ценности»;

- усиление семы:

Депо – усилена сема «предприятие, в которое помещают что-либо для хранения»,

Зомби – усилена сема «неживой, но действующий организм»,

Наемник – усилена сема «человек, который выполняет работу за деньги»;

Санаторий – усилена сема «способствует улучшению состояния».

Появление трех слов явилось следствием нескольких процессов: сокращения словосочетания (физик от *физическое лицо*, юрик от *юридическое лицо*, финик от *финансовый директор*), аффиксации с добавлением к корню суффикса –ик, обозначающего агента, и «семантической мимикрии» - внешнего уподобления полученного слова уже имеющемуся в языке слову при абсолютном отсутствии каких-либо общих сем в их значениях.

Каждое слово русского языка вместе с его переводом образуют контрастивную пару. Анализ переводных соответствий в контрастивных парах показал следующее:

- четыре лексемы (зомби, физик, финик, юрик) являются безэквивалентными;

- четыре лексемы (все с пометой *разг.*) переводятся общеупотребительными соответствиями: вход - access, депо - pledge, плюшки - bonus, фантик – bounty;

- три лексемы имеют разговорные соответствия, семный состав значений которых не полностью соответствует словам русского языка: котлета – wad, bread, cabbage, наемник – hired guns, санаторий – fiat.

Основываясь на полученных данных, можно сделать вывод о том, что исследованные лексемы находятся в начале процесса терминологизации и их можно условно именовать разговорными терминами.

Словарь

ВХОД ср. access

- минимальный взнос для открытия вклада
- неоценочное, незмоциональное,
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

ДЕПО ср. pledge

- вклады в банки и сберегательные кассы
- неоценочное, незмоциональное
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

ЗОМБИ = 0

- банк, у которого нарушено нормальное функционирование.
- неоценочное, незмоциональное
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

КОТЛЕТА ср. wad, bread, cabbage

- пачка наличных или крупная сумма денег
- неоценочное, незмоциональное
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

НАЕМНИК ср. hired guns

- наемный работник или работник, осуществляющий функции управления предприятием
- неоценочное, незмоциональное
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

ПЛЮШКИ ср. bonus

- вознаграждение от банка (бонусы, кешбэк, подарки)
- неоценочное, незмоциональное
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

САНАТОРИЙ ср. fiat

- банк, занимающийся санацией
- неоценочное, незмоциональное
- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное, употребительное

ФАНТИК ср. bounty

- вознаграждение банка клиенту не деньгами, а бонусами, монетизация которых ограничена

- неоценочное, незмоциональное

- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное,

употребительное

ФИЗИК = 0

- физическое лицо

- неоценочное, незмоциональное

- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное,

употребительное

ФИНИК = 0

- руководитель финансового департамента

- неоценочное, незмоциональное

- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное,

употребительное

ЮРИК = 0

- юридическое лицо

- неоценочное, незмоциональное

- разговорное, экономическое, общераспространенное, современное,

употребительное

Книга А.В. Русско-английский дифференциальный толково-переводной словарь. Наименования явлений природы. – Воронеж: «Истоки», 2015. – 154 с.

Маклакова Е.А. Семное моделирование семем в сопоставительных исследованиях. Воронеж: ФГБОУ ВО «ВГЛУ», 2018. – 483 с.

Стернин И.А. Контрастивная лингвистика. – М.: Восток-Запад, 2006. – 206 с.

Батлер, Б. Джонсон, Б., Сидуэлл, Г. Финансы. Толковый словарь. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, Издательство «Весь Мир», 2000.

Словарь английского жаргона. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://englsecrets.ru/razgovornik/some-british-slang-words-and-expressions.html>

Финансовый сленг. Краткий словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://comfortfin.ru/2016/02/finansovyy-sleng/>

Н.В. Барышев

Общепотребительная лексика в терминологии черной металлургии

В нашей работе мы применяем методику контрастивного семного анализа к группе терминов черной металлургии, семантическими производящими для которых послужили единицы общепотребительной лексики русского языка. Цель, которую мы намерены достичь, – исследовать роль таких единиц в формировании терминологии, а также терминологизацию общепотребительной лексики русского языка как

один из путей ее семантического развития. Кроме того, мы проанализировали перевод исследуемых терминов на английский язык.

Лексические единицы для исследования были отобраны из двух толковых металлургических словарей русского языка (Лопухов; Металлургический словарь). В итоге был определен перечень из 60 единиц: *апельсиновая корка, баба, берег трещины, боров, «пьяная» бочка, бочка валка, выдра, гармошка, глазок, гляделка, головка печи, головка рельса, гребень валка, гребень калибра, губы среза, двойник, дрессировка, зародыш, звездочка, камин, камин пароиспарительный, кампания печи, карман, кожа аллигатора, козел, колодец нагревательный, колпак печи, коромысло вибрационное, кратер сварочной ванны, крокодилова кожа, ложка пробная, отдых, пень, пирог, подошва, постель, пряжа углеродная, пудра, пушка доменная, пушка электронная, ручей, рыбий рот, свеча, сито, скворечник, стакан, стакан глуходонный, стакан погружной, стакан разливочный, стакан-дозатор, стакан-коллектор, угар, усы, факел, факел плазменный, чушка, шейка валка, шейка фасонного профиля, щетка контактная, юбка.*

Критерий, по которому были отобраны эти единицы, предполагал обязательное наличие у них минимум двух значений: общеупотребительного и терминологического. Перечень также включает в себя термины-словосочетания на основе указанных слов: во-первых, мы сочли нужным рассматривать все семантические производные общеупотребительных слов, а во-вторых, интерес представляет перевод компонентов этих словосочетаний на английский язык.

Все единицы были классифицированы, следуя принципам классификации, предложенным И.А. Стерниным (Стернин 2007, с. 42-54). Результатом стал алфавитный перечень слов и словосочетаний русского языка, снабженных описанием денотативного, коннотативного и структурно-языкового компонентов их значения, а также межъязыковые соответствия этих единиц в английском языке. Таким образом, был получен контрастивный семный толково-переводной русско-английский словарь, принципы составления которого были изложены И.А. Стерниным и Т.А. Чубур (Контрастивная лексикология и лексикография 2006, с. 228-230) и развиты во многих других исследованиях, в частности, в работе А.В. Книги (Книга 2015, с. 4-7).

Анализ приведенного выше перечня лексических единиц показал следующие результаты.

Из всего перечня только два слова (3%) – *губа* и *карман* – входят в первую тысячу слов русского языка по частотности.

Все термины (100%) образованы в результате метафорического переноса.

Основой номинации при терминологизации послужили следующие процессы развития значения (учитывались только входящие в перечень слова, а не образованные на их основе словосочетания):

- актуализация семы: баба – актуализована сема больших размеров, большого веса, «пьяная» бочка – наклоняется, гармошка – зигзаг, глазок – для наблюдения, головка – верхняя небольшая часть, дрессировка – правка, исправление, козел – источник неприятностей, пень – выступает над поверхностью, подошва – находится в самом низу, постель – мягкая, чушка – больших размеров, большого веса;

- усиление семы: апельсиновая корка – усилена сема неровность поверхности, берег – тянется по краю, бочка – выпуклость, гребень – продолговатый выступ, губы – нетвердая окраина, двойник – наличие предмета с такими же свойствами, зародыш – крайне мелкая начальная стадия, камин – через него выходят продукты горения, кампания – многочисленность, карман – место сбоку, со стороны, кожа аллигатора – усилена сема неровность поверхности, колодец – вертикально уходит вниз, колпак – покрывает сверху, коромысло – такой же формы, кратер – такой же формы, крокодилова кожа – усилена сема неровность поверхности, ложка – такой же формы и функции, отдых – пауза в работе, пряжа – крученая из волокон нить, пудра – мелкий порошок, пушка – для мощного выброса, ручей – течет, рыбий рот – усилена сема неровность поверхности, свеча – вертикальное расположение, сито – для просеивания, скворечник – с отверстием, стакан – вертикальная полая емкость с дном, усы – такой же формы, факел – мощное пламя, шейка – узкая часть, щека – боковая плоская часть, юбка – покрывает по окружности;

- актуализация внутренней формы слова: выдра – пробка, которую нужно вынуть («выдрать»), гляделка – устройство для того, чтобы глядеть, звездочка – в форме звезды, угар – происходит сгорание.

По данным исследования, терминологизация, основанная на усилении ядерных или периферийных сем, происходит в 70% случаев, на актуализации сем – в 22%, и только в 8% случаев новые термины образуются в результате актуализации внутренней формы.

Данные о коннотативном и структурно-языковом компонентах значения наглядно свидетельствуют о степени терминологизации общеупотребительной лексики. Так, 100% исследуемых единиц отнесены к неоценочным и неэмоциональным, с точки зрения функциональности они все считаются общераспространенными, современными, употребительными, относящимися к сфере черной металлургии (детальное рассмотрение конкретных характеристик в содержании микрокомпонентов см. в работе Е.А. Маклаковой (Маклакова, с. 135-141)). Различия между единицами проявляются только на уровне стилистического микрокомпонента значения: 63% из них отнесены к межстилевым (бочка, головка, гребень и др.), а 37% - к разговорным (апельсиновая корка – о

неровной поверхности металла, звездочка – о кирпиче, козел – о застывшем металле и под.). Мы считаем это свидетельством того, что большая часть (почти две трети) общепотребительных лексических единиц, прошедших процесс терминологизации в сфере черной металлургии, стали официальными терминами, а треть пока остаются разговорными единицами.

В процессе контрастивного сопоставления контрастивных пар на уровне сем нами установлено, что эти пары относятся к двум неравномерным по наполненности группам: переводные семные эквиваленты и пары, демонстрирующие национальную специфику. Национальной спецификой семы считается ее отличие по типу, статусу или структуре от сходной семы в переводном соответствии (Маклакова 2018, с. 229).

Переводные семные эквиваленты – это 92% лексических единиц русского языка и соответствующие им единицы английского языка, не обнаруживающие семных различий. Всего 4 пары (8%) различаются по отдельным микрокомпонентам, тем самым демонстрируя национальную специфику значения: гляделка (разговорное) – observation hole, peephole, sight hole (все три единицы относятся к межстилевым), пень (разговорное) – underhearth (межстилевое), подошва (разговорное) – grillage (межстилевое), *рыбий рот* является примером безэквивалентной единицы.

При анализе переводных соответствий в контрастивных парах нами установлены следующие типы отношений между ними:

1) полное соответствие в виде переводных семных эквивалентов между одной единицей русского языка и одной единицей английского языка – национальная специфика отсутствует (32%): *бочка валька* – roll barrel, *губы среза* – shear lip, *двойник* – twin, *зародыш* – nucleus, *звездочка* – sprocket, *камин* – hood, *камин пароиспарительный* – evaporating hood, *кампания печи* – furnace campaign, *карман* – pocket, *колодец нагревательный* – soaking pit, *коромысло вибрационное* – pneumatic vibration knock-out, *кратер сварочной ванны* – weld pool crater, *постель* – bed, *пудра* – powder, *пушка доменная* – blast-furnace gun, *пушка электронная* – electron gun, *ручей* – strand, *сито* – sieve, *чушка* – pig;

2) полное соответствие в виде переводных семных эквивалентов между одной единицей русского языка и несколькими единицами английского языка – национальная специфика отсутствует (10%): *глазок* – observation hole, peephole, sight hole, *дрессировка* – skinpass rolling, skinpass temper rolling, *колпак печи* – hood, cover, *ложка пробная* – sample slicker, sample sleeker, *пирог* – cake, clinker, *угар* – scale, loss on ignition (LOI);

3) полное соответствие в виде переводных семных эквивалентов между одной единицей русского языка и одной единицей английского языка с изменением внутренней формы словосочетания – национальная специфика присутствует (1,6%): *пряжа углеродная* – spun carbon;

4) полное соответствие в виде переводных семных эквивалентов между одной единицей русского языка и одной или несколькими единицами английского языка с образным переосмыслением значения – национальная специфика присутствует (43%): *баба* – ram, hammer, dropweight, *берег трещины* – crack edge, *боров* – channel, chimney intake, main flue, *выдра* – holing waste, slug, wad, *гармошка* – cobble, *головка печи* – furnace nose, *головка рельса* – railhead, *гребень валька* – roll collar, *гребень калибра* – groove swell, *козел* – bear, salamander, *отдых* – strain-relief crystallization, *свеча* – bleeder, *скворечник* – pigeon hole, pigeon hole flaw, *стакан* – nozzle, *стакан-дозатор* – metering nozzle, *стакан-коллектор* – receiving nozzle, *стакан глуходонный* – bottle, *стакан погружной* – submerged nozzle, immersed nozzle, long nozzle, *стакан разливочный* – casting nozzle, snorkel, *усы* – whiskers, *факел* – flame, *факел плазменный* – plasma torch, *шейка валька* – roll neck, *шейка фасонного профиля* – shape web, *щека контактная* – contact jaw, *юбка* – hood;

5) полное соответствие в виде переводных семных эквивалентов между одной единицей русского языка и одной или несколькими единицами английского языка – присутствует национальная структурно-языковая специфика (5%): *гляделька* – observation hole, peephole, sight hole, *пень* – underhearth, *подошва* – grillage;

6) полное соответствие в виде переводных семных эквивалентов между одним фразеологизмом русского языка и одним фразеологизмом английского языка с образным переосмыслением значения – национальная специфика присутствует (6,6%): *апельсиновая корка* – orange peel, «*пьяная*» *бочка* – drunk barrel, *кожа аллигатора* – alligator's skin, *крокодилова кожа* – alligator's skin;

7) отсутствие эквивалента – национальная специфика присутствует (1,6%): *рыбий рот*.

Таким образом, при том, что практически все единицы исследуемого перечня демонстрируют полное соответствие в наборе семантических микрокомпонентов или сем, нами отмечены проявления у них национальной специфики семантики в виде образного переосмысления значения, специфики внутренней формы словосочетания, структурно-языковой специфики.

Книга А.В. Русско-английский дифференциальный толково-переводной словарь. Наименования явлений природы. – Воронеж: «Истоки», 2015. – 154 с.

Контрастивная лексикология и лексикография. Монография. Под ред. И.А. Стернина и Т.А. Чубур. Воронеж, Истоки, 2006. – 341 с.

Лопухов Г.А., Цирульников, В.А., Куманин, В.И., и др. Толковый металлургический словарь. Основные термины. Под ред. В.И. Куманина. – М.: Русский язык, 1989. – 446 с.

Маклакова Е.А. Семное моделирование семем в сопоставительных исследованиях. Монография. Воронеж, ФГБОУ ВО «ВГЛУ», 2018. – 483 с.

Металлургический словарь. Составители: Смирнов А.Н., Верзилов А.П., Антонов Б.О. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uas.su/glossary/glossary.php>

Стернин И.А. Контрастивная лингвистика. – М.: Восток-Запад, 2007. – 206 с.

И.В. Князев

Темпоральная траектория развития семантики слов *мандат* и *валютчик*

Семантика слова подвержена темпоральным изменениям – она меняется со временем. Это проявляется в следующих аспектах:

- появление новых значений;
- переход значений в категорию устаревших;
- исчезновение старых значений;
- изменения в составе семантических компонентов значений.

Это явление может быть прослежено на примере общественно-политической лексики – то есть лексики, наиболее подверженной влиянию изменений в обществе.

Для русского языка это может быть, в частности, прослежено на материале имеющихся словарей XX – XXI веков. Например, в словаре Д.И.Ушакова отражена общественная ситуация 30-ых гг. XX века - период строительства социализма и идеологической борьбы с буржуазным наследием, буржуазной идеологией; Толковый словарь языка Совдепии создан в эпоху перестройки и поясняет значения периода развитого социализма; словарь С.А.Кузнецова отражает современное состояние российского языкового сознания.

Сопоставить значения трех временных периодов можно следующим методом:

1. Выписываются единым списком несовпадающие значения всех слов исследуемых временных периодов.
2. Отмечаются совпадающие значения в каждом из словарей.
3. Значения, совмещающие (обобщающие) в словаре несколько значений, разбиваются на отдельные значения и тоже расписываются.
4. Сопоставляются значения по представленности в разных временных периодах, выделяются несовпадающие (характерные только для отдельных периодов).
5. Выявляются устаревшие значения.
6. Выявляются вышедшие из употребления значения.
7. Выявляются появившиеся новые значения.

8. Совпадающие значения разных временных периодов сравниваются по составу семантических компонентов, выявляются появившиеся и ушедшие семантические компоненты.

Покажем темпоральную траекторию развития семантики слов на примерах.

Мандат

Словарь Д.И. Ушакова:

1. Официальный документ, удостоверяющий те или иные полномочия предъявителя.
2. Право на управление бывшей колонией побежденной страны.
3. Поручение (право)

Словарь Совдепии:

1. Документ, удостоверяющий полномочия

Словарь С.А. Кузнецова:

1. Полномочие, поручение.
2. Документ, удостоверяющий полномочия какого-либо лица

	Представленность в языковом сознании 30-ых-80-ых гг. XX в.		Представленность в языковом сознании нулевых - гг. XXI в.
Список словарных значений	В словаре Д.И.Ушакова	В словаре Совдепии	В словаре С.А.Кузнецова
1.Официальный документ, удостоверяющий те или иные полномочия предъявителя.	Официальный документ, удостоверяющий те или иные полномочия предъявителя.	Документ, удостоверяющий полномочия	Документ, удостоверяющий полномочия какого-либо лица
2.Право на управление бывшей колонией побежденной страны.	Право на управление бывшей колонией побежденной страны.		
3.Поручение (право)	Поручение (право)		Полномочие, поручение.

30-ые годы XX века:

Значения 1, 2, 3 являются актуальными

80-ые гг. XX века:

Значение 1 актуально

Значения 2, 3 не актуальны

Нулевые годы 21-ого века:

Значения 1, 3 являются актуальными

Значение 2 не актуально

Таким образом, в 30-ые гг XX века слово **мандат** многозначно, у него фиксируются три значения.

В 80-ые годы слову **мандат** присуще только значение № 2, оно выступает как однозначное, остальные значения неупотребительны.

В современном языке слово **мандат** вновь становится многозначным, актуальны два значения.

Семантика слова демонстрирует яркую динамику развития.

Валютчик

Словарь Д.И. Ушакова:

1. Спекулянт, занимающийся незаконными сделками с иностранной валютой.

Словарь Совдепии:

1. Человек, который занимается незаконными операциями с валютой.

Словарь С.А. Кузнецова:

1. Тот, кто занимается незаконной куплей-продажей валюты.

	Представленность в языковом сознании 30-ых-80-ых гг. XX в.		Представленность в языковом сознании нулевых - гг. XXI в.
Список словарных значений	В словаре Д.И.Ушакова	В словаре Совдепии	В словаре С.А.Кузнецова
Спекулянт, занимающийся незаконными сделками с иностранной валютой.	Спекулянт, занимающийся незаконными сделками с иностранной валютой.	Человек, который занимается незаконными операциями с валютой.	Тот, кто занимается незаконной куплей-продажей валюты.

Таким образом, в 30-е, 80-ые и в современном языке слову **валютчик** присуща однозначность.

Однако в словарях 30-ых и 80-ых лет XX века в значении исследуемого слова выявляется более общая дифференциальная сема - «незаконная сделка (операция)» в то время как в новейшем словаре данная сема представлена в более конкретизированном объеме «незаконная купля-продажа». Таким образом, семантика слова **валютчик** в начале XXI века сузилась, конкретизировалась.

Таким образом, на протяжении временного периода от 30-ых гг XX века до нулевых гг. XXI века можно констатировать существенные изменения в составе значений у слова **мандат** и сужение (конкретизацию) значения слова **валютчик**.

Толковый словарь русского языка / Сост. Д.Н. Ушаков. – Москва: «Огиз», 1935.

Толковый словарь языка Совдепии /Сост. В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина.- Изд-во АСТ, Астрель, 2005.

Кузнецов С.А. Новейший толковый словарь русского языка. – М.-СПб: Норинт, 2008.

Н.С.Мерзликина

Коллективная языковая личность с. Дубровки Терновского р-на Воронежской обл.

Термин «языковая личность» стал известен благодаря работам Ю.Н. Караулова. Языковая личность – это личность во всём многообразии проявлений, выраженных в языке и через язык (Караулов 2008, с.264). Под коллективной языковой личностью мы понимаем определённую группу носителей языка, имеющих сходные речеповеденческие проявления.

Для выявления коллективной языковой личности мы проанализировали речь диалектоносителей с. Дубровки Терновского р-на Воронежской обл. 1924 – 1940 г.г. рождения на фонетических, морфологических и лексических уровнях. Материалом исследования являются тексты, записанные в ходе спровоцированных и неспровоцированных бесед.

Фонетические особенности речи жителей Дубровки свидетельствуют о принадлежности к восточной группе южнорусского наречия, так как в ней мы отмечаем недиссимилятивное аканье, диссимилятивное яканье, переход «х» и «ф» в «хв», отвердение шипящих, различие между «ц» и «ч», губно-губное «в».

В области морфологии отмечаем утрату среднего и мужского рода с заменой его на женский, смешение склонений. Существительные 3-го склонения испытывают тенденцию перехода в 1 склонение. Личные

местоимения 1-2 лица и возвратное местоимение «себя» имеют южнорусские формы.

Наиболее значимым для определения коллективной языковой личности является лексический слой, так как объём исконной лексики, её семантика, наличие тематических групп определяет местные особенности мироощущения конкретного языкового коллектива. На лексическом уровне отразились основные занятия – сельскохозяйственный труд.

1) Земледелие:

Подёвник – трактор, арендуемый на один день //Трахтур был падёвник, в ручну́'у вс'о д'эла́'и //

Копнить – складывать сено в копны //С калхозу пр'ишл'ут' за мно́' – то ка́пн'ит', то бь́рнават' //

Борновать – поверхностно культивировать землю.

Зеленя – озимые // Ј'ај'цы тады не луком крас'ил'и, а зэл'эн'а нарв'эм – и в чугун //

Важно отметить, что больной человек, не способный трудиться, считался «неправильным», «негодным». Труд в сознании жителей села Дубровки – не вынужденная необходимость, а норма жизни.

//Счас уж чуток об'эр'эм'эн'эј'ут, а н'и на што н'игодны́'э //

2) Традиционный быт

Лексика, называющая бытовые реалии, отражает ту этнографическую обстановку, которая свойственна конкретному населённому пункту.

Скло - стекло // В энтој изб'э **скло** нада ставит', ј'а туды н'э хажу // **Шкарпетки** – носки //Када памал'ус'а, када пакричу, сижу вот шкарп'этки важу //

Спорина – каша из пшеницы //Жили в стар'ину –ј'эли **спорину** //

Интересно заметить, что жилия постройка «дом» в говоре названа «избой», а «хата» - это времянка или сарай.

// Васа мој бэдно добрэ жыл, **хата** одна и всо //

Лексема «**хата**» отмечена в воронежских говорах только с 17-го века.

3) Праздники

Веснушки – радостные песни в честь прихода весны // Как март – так на холм б'ижим, **в'эснушки** пај'ом//

Сговор – этап свадебного обряда // Ну как было: ат'эц приш'ол к д'эду да выпили, а потом уж и **запој, сговор** //

Вечера **нанимать** – снимать помещение и устраивать там молодёжные вечера. //Атташим картошэк па в'эдр'э хазај'ки и **в'эч'эра** **нанимај'эм** //

Полы бить – танцевать // Пл'асали вот тута, **палы били**, чу'т н'э праламили //

Прибасывать – петь радостные песни.

Страдать – петь грустные песни / /Сначала, када в цэркву саб'ирал'ис'а, вс'э **страдали**, а патом - **прибасывали** //

Свадьба в коллективном представлении является важнейшим этапом в жизни каждого человека, и поэтому обряд подробно описывается, приводятся сравнения с современным празднованием.

// Эт шас – Тан'к'а сошлас'а, расп'исалас'а с одној косметичк'ој и ничо бол'эј, а мы тада – и калакол'чики зв'энят', и лашадэј' в кавры //

Не менее значимо языковая личность проявляется в рассказах о событиях, намерениях, желаниях, выражении оценки человека, советах, формах прощания, приветствия, извинения.

1) Событие

// Мој д'эд Вас'ка на вајн'э панабралса кој-чэј'у: сразу пришол на улицу да и цалават, а ја јаму – ды ја тэбэ и знат нэ знају. Эт шас тэлэвизэр, всо показывајут', вас науचाјут' //

2) Намерение

// И к в'ач'эрн'э сабиралас'а, да уж добр'э т'омко иттит' буд'а //

3) Необходимость

// Вот п'энзиј'у палучу, коли жива буду, нада с'этку купит', шоб от Нинки отгородицца. У нэј курэј шајка, разв'ратили вс'о у окан//

4) Оценка человека

// Нас'т'ка т'эп'эрча дурнаја стала, вс'о подслухыват' л'уб'а. Вот лозинки у м'эн'э – куды хочут', туды и падајут', а ја при чом? А она концэрт по зајавкам устроила.

5) Приветствие

//Зд'орова была! С праздничком тоб'и, с воскрас'энјэм //

6) Отношение к труду

// Тады вс'э работали, и мат'эр', и бабка Нас'т'ка. Но хот' рубл'оф н'э было, но душа, бат'ушки св'этыј, как на крылјах! На гарод – с п'эсн'эју, за стол садилис'а – с п'эснэју//

7) **Отношение к досугу**

// В јэдэ и пл'аск'э н'эт апаски //

8) **Просьба**

// Ты в Варонижэ гал'ма н'э ходи, ад'эвајси по'тэпл'эј //

9) **Отношение к природе**

// Какаја ж благодат' в Дуброфки у нас! Как на н'эб'эсах, и сур'эпка цват'от, и храм в'эл'эпныј //

10) **Прощание**

//Ступај-ступај, с Богъм, моја унучка. Кланајси там мат'эри, папан'э сваму //

11)

С

амооценка

// Михал Палыч м'эн'э оп'эт в газэт'э нарисавал, была б ја плахаја – н'э нарисавал бы!

Анализ поведенческих жанров позволяет выявить такие черты коллективной языковой личности села Дубровки Терновского р-на Воронежской области как общительность, радушие, трудолюбие.

Жители с любовью относятся к природе родного края, уважают традиции, а также придерживаются морально-нравственных норм и заботятся о близких. В говоре села Дубровки отразилась картина мира в определённую историческую эпоху.

Караулов Ю.Н. Язык и языковая личность. - СПб., 2008.

Уссейну Талл

**Семантика супермногозначного глагола
в современном русском языке
(на примере глагола ИДТИ)**

Большое количество слов в русском языке имеют не одно, а несколько значений. Такие слова называются многозначными (полисемантическими). При этом некоторые глаголы являются супермногозначными, имеют по несколько десятков значений. Актуальным является семантическое изучение таких лексических единиц, чтобы прояснить место, которое они занимают в лексико-семантической системе русского языка.

В данной статье мы опишем семантику глагола ИДТИ методом обобщения словарных дефиниций нескольких толковых словарей, разработанным нами в нашей кандидатской диссертации (Талл Уссейну. Семантика и употребление единиц семантического поля *идти* в русском языке Воронеж, 2011).

Методом обобщения словарных дефиниций лексема ИДТИ может быть представлена как обладающая следующими значениями в русском языке.

ИДТИ

1. Двигаться, передвигаться, ступая ногами.

И. пешком. И. домой. Конь шел вслед за хозяином. Солдаты идут гуськом (один за другим в одну линию). Спой мне песню, как девица за водой поутру шла (Пушкин).

2. Двигаться, перемещаться в пространстве.

Поезд идёт. Баржа идёт по реке. И. под парусом. Груз идёт морем (доставляется по морю). И. на вёслах (перемещаться на лодке с помощью вёсел).

3. Перемещаться массой, потоком, вереницей и т.п.

Облака идут. Лёд по реке идёт. Идёт косяк рыбы.

4. Отправляться, направляться куда-л.

И. на прогулку. И. на войну. И. в кино, И. В бой.

5. Об отправлении транспортного средства.

Электричка идёт в полдень.

6. Следовать, двигаться в каком-л. направлении для достижения чего-л.

И. к намеченной цели. Всегда идти вперёд. И. по пути технического прогресса. Всё идёт к лучшему.

7. Перемещаться, двигаться, будучи направленным куда-л., с какой л. целью.

Письма идут быстро. Документы идут на подпись к директору. В комиссию идут предложения.

8. Доставляться, поступать куда-л.

Древесина идёт на фабрики. Чай идёт с Кавказа.

9. Приступать к каким-л. действиям, вступать куда-л., становиться кем-л.

И. в ученики столяра. И. в науку. Решил и. учиться на инженера. И. в институт. И. добровольцем в армию.

10. Поступать подобно кому-л., следовать кому-л. в чём л.

И. за своим наставником.

11. Поступать, действовать каким-л. образом.

И. наперекор воле родителей. И. против мнения большинства.

12.. Приближаться, появляться.

Сон не идёт.

13. Надвигаться, наступать.
Идёт гроза. Идёт весна. Идёт новая беда - эпидемия.
14. Быть в действии, действовать, работать (о механизме, машине).
Часы идут точно. Машина шла на холостом ходу.
15. Падать, лить (об осадках).
Снег, дождь идёт.
16. Иметь место, происходить, совершаться.
Переговоры идут к концу. Идут наступательные бои. Идут вступительные экзамены. Дело идёт к развязке.
17. Протекать, проходить, длиться, продолжаться.
Идёт тысяча девятьсот девяносто восьмой год. Время идёт быстро..
18. Быть в каком –л. возрасте.
Ребёнку шёл пятый год, когда семья переехала в город.
19. Исполняться, ставиться (о пьесе, спектакле, фильме).
В театре идёт новая пьеса. Этот фильм идёт в нашем кинотеатре. Пьеса идёт второй сезон.
20. Пролегать, быть расположенным где-л., каким-л. образом; простираться.
Шрам идёт через всю щёку. Дорога идёт полем, вниз к реке. Улица идёт через весь город. Горная гряда идёт с севера на юг. Вдоль всего горизонта идут зелёные холмы.
21. Вести куда-л., выходить (о двери, входе).
Дверь идёт в сад. Коридор идёт в прихожую.
22. Выделяться, исходить откуда-л., распространяться.
Из трубы идёт дым. От печки идёт тепло. Идут слухи о новых назначениях. Идут вести о скором возвращении сына из экспедиции.
23. Выделяться, течь.
Из раны идёт кровь. Идёт слюна. Слёзы идут из глаз. Пар идёт из рта.
24. Поступать, подаваться.
Газ идёт. Ток идёт. Вода идёт по трубам.
25. Делать ход в игре (в шахматах, картах).
И. королём. И. с козыря. И. тузом.
26. Получаться, ладиться спориться.
Работа не идёт. Репетиции идут тяжело. Торговля идёт хорошо.
27. Разг. Находить сбыт, спрос, распродаваться.
Товар идёт хорошо. Платья устарелых фасонов идут по сниженным ценам.
28. Причитаться, следовать кому-л. за что-л.; выплачиваться, выдаваться (обычно регулярно, постоянно).
Проценты по вкладу идут. За сверхурочную работу идёт надбавка. Пенсия идёт помимо зарплаты.
29. Предназначаться, использоваться, употребляться для чего-л.

Газеты идут на растопку. Макулатура идёт в переработку. Тряпье идёт на бумагу. Ягоды идут на варенье.

30. Расходоваться, употреблять, тратиться.

На костюм идёт три метра ткани. Все деньги шли на ремонт. Масса времени идёт на подготовку к работе.

31. Быть к лицу, подходить, соответствовать.

Шляпа тебе не идёт. Ей идёт смеяться.

32. Входить, вдвигаться (о чём-л. вбиваемом, надеваемом).

Гвоздь легко идёт в доску. Новый сапог с трудом идёт на ногу. Шкаф застрял в дверях и дальше не шёл,

33. Расти, сосредоточивать свой рост в чём-л.

Картофель идёт в ботву. Мальчик идёт в рост (быстро растёт).

34. Быть готовым или склонным к чему-л. соглашаться, решаться на что-л.

И. на уговоры. И. на риск. И. на верную гибель.

35. Устремляться на приманку (о рыбе, животном).

Шука идёт на живца. Окунь идёт на червя.

36. Вступать в брак (о женщине).

Иди за меня, не пожалеешь.

37. Подвергаться действию, названному существительным.

И. на слом. И. на переплавку. И. в ремонт (ремонтировать). И. в (на) продажу (продаваться). И. в чистку (предназначаться для чистки). И. в (на) переработку (предназначаться для переработки, перерабатываться).

38. Наступление, совершение действия, названного существительным. *И. внаём (наниматься). И. на убыль (убывать). И. на спад (спадать). И. на риск (рисковать).*

39. Начинать делать что-л., пускаться во что-л.

И. в присядку. И. в пляс.

40. Иметь что-л. своим содержанием, предметом; касаться кого-, чего-л. (о разговоре, споре).

Эти разговоры к делу не идут. Речь идёт о правильном использовании оборудования.

Фразеология и устойчивые выражения

Голова идёт кругом (см. Круг).

Иди ты! Разг.-сниж. Убирайся, проваливай.

Идти ва банк. Действовать, рискуя всем.

Идти вразрез с чем.

Идти навстречу кому-чему. Содействовать кому-, чему-л., оказывать помощь. Идти в гору. 1. Приобретать вес, значение; делать карьеру (о человеке). 2. Развиваться в благоприятном направлении, успешно.

Идти в дело (в ход). Находить себе применение, использоваться оказываться в употреблении.

Идти (нога) в ногу с кем- чем. Действовать, поступать, развиваться и т.п. наравне с кем-л. или в соответствии с чем-л.

Идти за гробом. Провожать покойника до кладбища.

Идти к делу. Иметь отношение, касательство к чему-л.

Идти ко дну. Тонуть.

Идти на поклон (с поклоном). Обращаться к просьбой к кому-л., выражая покорность чужой воле.

Идти на понятный (на попятную). Отказаться от данного согласия, прежнего решения.

Идти на хлеба к кому. Идти жить у кого-л. за плату, питаться у кого-л. за плату.

Идти по линии чего. Осуществляться при помощи чего-л.

Идти по ложному пути. Действовать неправильно, ошибочно.

Идти по миру. Обеднев, начать нищенствовать, побираться.

Идти под венец. Жениться, выходить замуж.

Идти под суд. Привлекаться к суду.

Идти пятнами. Неровно краснеть от волнения (о лице, теле).

Идти своей дорогой (своим путём). Действовать самостоятельно, независимо, не поддаваясь чужому влиянию.

Идти своим чередом (см. черёд).

Из головы (из ума) не идти. Быть постоянно в мыслях, в сознании.

Кусок в горло не идёт. О состоянии, когда человек не может есть от волнения, усталости, переживаний.

На ум (в голову) ничего не идёт кому, что. Невозможно или не хочется не о чём думать.

(Ещё) куда не шло. 1. Так и быть, согласен. 2. Ничего, сойдёт.

Недалеко идти. Легко можно позвать, привести. За примером недалеко идти.

Не идёт ни в какое сравнение с кем-чем. Нельзя сравнивать с кем-, чем-л. в силу слишком большого отлчия или явных преимуществ одного перед другим.

Не идти дальше чего. Останавливаться на чём-л.

Не идти в счёт. Не приниматься в расчёт, во внимание.

Речь (дело) идёт о ком-чём. Вопрос касается кого-, чего-л.

Идёт в. зн. частицы. Разг. Ладно, согласен.

Как видим, глагол ИДТИ в русском языке супермногозначный, и у него очень большой фразеологический потенциал – в языке активно функционирует много фразеологических сочетаний с ним как в литературном, так и в разговорной речи.

Все значения глагола в русском языке тесно связаны между собой и производны от основного, прямого значения - *двигаться, переступая ногами.*

Исследование показывает, что частотность глагола ИДТИ в русском языке очень высока, как высока и его словообразовательная и фразеобразовательная активность. Все это позволяет считать глагол ИДТИ одним из наиболее номинативно и коммуникативно важных элементов лексической системы русского языка.

Большой толковый словарь русского языка, главный редактор С.А. Кузнецов 1998, ISBN 5-7711-0015-3;

Le Robert illustré ; Nouvelle édition millésime 2016, comite de rédaction : Berengère Baucher, Estelle Dubernard, Catherine Lucet, Isabelle Nelter, Alain Lucet

ISBN 978-2-32100-645-9 ;

Богатырёва И.В., Крылова Н.Ю. Будем Лингвистами. – Москва: Российский университет дружбы народов, 2007.

Талл Уссейну. Семантика и употребление единиц семантического поля *гость* в русском языке. 10.02.01 – русский язык. Защищена 30 июня 2011 г. Научный руководитель И.А.Стернин.

В.И. Федосова

Наименования лиц, восходящих к общему предку, в русском и английском языках

Нами было проведено контрастивное исследование группы наименований лиц, восходящих к общему предку, в русском и английском языках.

В русском языке в исследуемую группу вошла 21 лексическая единица (*внучатый племянник, внучатая племянница, двоюродная бабушка, двоюродный брат, двоюродная сестра, двоюродный дедушка, двоюродный дядя, дядя, дядечка, дядька, дяденька, племянница, племянничек, племяш, племяшка, племянник, тетя, тетенька, тетушка, троюродная сестра, троюродный брат*).

Отмеченному количеству русских лексических единиц соответствует 19 английских лексем (*aunt, auntie, cousin, cousin-german, a cousin on the sword side, grand-aunt, grand-uncle, great-uncle, grand-nephew, great-nephew, great-niece, half-cousin, maternal uncle, nuncle, nephew, nunky, parallel cousin, second cousin, uncle, welsch uncle*). В общей сложности данные лексемы составили 30 контрастивных пар.

Индекс множественности соответствий рассмотренных русских лексем, под которым вслед за Лукиной мы понимаем количество лексических единиц в языке сопоставления, выступающих в качестве соответствий конкретной лексической единицы языка (Лукина 2008), колеблется от 4 до 0.

Исследование проводилось с помощью сопоставительно – параметрического метода лингвистических исследований (Стернина 2014). Для анализа контрастивных пар нами были использованы следующие формализованные параметры, введенные в рамках данного метода Л.В. Лукиной:

индекс денотативной идентичности лексем – соотношение совпадающих денотативных сем к общему числу сем этой категории, выделенных в контрастивной паре;

индекс коннотативной идентичности лексем – соотношение совпадающих коннотативных сем к общему числу сем этой категории, выделенных в контрастивной паре;

индекс функциональной идентичности лексем – соотношение совпадающих коннотативных сем к общему числу сем этой категории, выделенных в контрастивной паре;

интегральный индекс идентичности лексем – среднее арифметическое индексов денотативной, индексов денотативной, коннотативной и функциональной идентичности (Лукина 2008). Данный индекс характеризует степень семантической эквивалентности лексем в целом

Исследование показало, что в русском языке 15 лексических единиц имеют по одному соответствию в английском языке (*двоюродная бабушка* – *grand-aunt*, *двоюродный дядя* – *welsh uncle*, *троюродная сестра* – *second cousin* и др.), 3 лексемы – по два векторных соответствия (*двоюродный дедушка* – *great-uncle*, *grand-uncle*; *двоюродная сестра* – *cousin*, *cousin-german*; *внучатый племянник* – *great-nephew*, *grand nephew*). Лексема *двоюродный брат* имеет 3 соответствия: *cousin*, *parallel cousin*, *cousin-german*. Лексема *дядя* имеет 4 соответствия: *uncle*, *nuncle*, *nunky*, *maternal uncle*.

Для каждой контрастивной пары были посчитаны все вышеперечисленные индексы. В качестве примера приведем лексему *дядя*, имеющую наибольший индекс множественности соответствий.

Дядя – Uncle

• лицо	• лицо
• мужского пола	• мужского пола
• являющееся братом отца или матери	• являющееся братом отца или матери
• НЕОЦЕНОЧНОЕ	• НЕОЦЕНОЧНОЕ
• НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ	• НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ
• межстилевое	• межстилевое

- общенародное
- современное
- общераспространенное
- высокоупотребительное

- общенародное
- современное
- общераспространенное
- высокоупотребительное

Для данной контрастивной пары все рассматриваемые нами индексы (денотативной, коннотативной и функциональной идентичности) равны 100%. Интегральный индекс идентичности лексем равен 100%.

Дядя – Nuncle

- лицо
- мужского пола
- являющееся братом отца или матери

- лицо
- мужского пола
- являющееся братом отца или матери

- НЕОЦЕНОЧНОЕ
- НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ

- НЕОЦЕНОЧНОЕ
- НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ

- *межстилевое*
- общенародное
- современное
- общераспространенное
- высокоупотребительное

- *разговорное*
- общенародное
- *архаичное*
- *диалектное*
- *редкое*

Для данной контрастивной пары индексы денотативной и коннотативной идентичности равны 100%, а индекс функциональной идентичности – 20%. Интегральный индекс идентичности лексем равен 73%.

Дядя – Nunky

- лицо
- мужского пола
- являющееся братом отца или матери

- лицо
- мужского пола
- являющееся братом отца или матери

- НЕОЦЕНОЧНОЕ
- НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ

- НЕОЦЕНОЧНОЕ
- НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ

- *межстилевое*

- *просторечное*

- | | |
|-------------------------|----------------|
| • общенародное | • общенародное |
| • современное | • архаичное |
| • общераспространенное | • британское |
| • высокоупотребительное | • редкое |

Для данной контрастивной пары индекс денотативной идентичности равен 100%, индекс коннотативной идентичности – 100%, а индекс функциональной идентичности – 20%. Интегральный индекс идентичности рассматриваемых лексем – 73%.

Дядя – Maternal uncle

- | | |
|--|----------------------------|
| • лицо | • лицо |
| • мужского пола | • мужского пола |
| • являющееся братом матери или отца | • являющееся братом матери |
| • НЕОЦЕНОЧНОЕ | • НЕОЦЕНОЧНОЕ |
| • НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ | • НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ |
| • межстилевое | • межстилевое |
| • общенародное | • общенародное |
| • современное | • современное |
| • общераспространенное | • общераспространенное |

Для данной контрастивной пары индекс денотативной идентичности равен 80%, индексы коннотативной и функциональной идентичности равны 100%. Интегральный индекс идентичности лексем составляет 93%.

Одной из задач исследования было определение типа переводного соответствия, для чего была использована разработанная Д.В. Козельской шкала, согласно которой выделяется 6 категорий возможных переводных соответствий. Так, при значении интегрального индекса идентичности 100% соответствие считается эквивалентным, при значении индекса от 76% до 99% – оптимальным, от 51% до 75% – подходящим, от 26% до 50% – приемлемым. При значении индекса меньше 25% соответствия признаются неподходящими. Полное несовпадение индексов денотативной, коннотативной и функциональной идентичности лексем, ведущее к нулевому значению интегрального индекса, свидетельствует об отсутствии соответствия (Козельская, Стернина 2018, с. 3 – 4).

Как показал анализ исследуемой группировки, в ней выявляются эквивалентные, оптимальные и подходящие соответствия.

В качестве примера эквивалентного соответствия приведем контрастивную пару *племянница – niece*, интегральный индекс идентичности которой составил 100%.

Племянница – Niece

• лицо	• лицо
• женского пола	• женского пола
• являющаяся дочерью брата или сестры	• являющаяся дочерью брата или сестры
• НЕОЦЕНОЧНОЕ	• НЕОЦЕНОЧНОЕ
• НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ	• НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ
• <i>межстилевое</i>	• <i>межстилевое</i>
• <i>общенародное</i>	• <i>общенародное</i>
• <i>современное</i>	• <i>современное</i>
• <i>общераспространенное</i>	• <i>общераспространенное</i>
• <i>высокоупотребительное</i>	• <i>высокоупотребительное</i>

Как видно из приведенного примера, у данной контрастивной пары совпадают все семы.

В качестве примера оптимального соответствия приведем контрастивную пару *двоюродный брат – cousin*, интегральный индекс идентичности лексем которой составил 93%.

Двоюродный брат – Cousin

• лицо	• лицо
• мужского пола	• мужского или женского
• находящееся в непрямом родстве	пола • находящееся в непрямом родстве
• являющееся сыном тети или дяди	• являющееся сыном тети или дяди
• НЕОЦЕНОЧНОЕ	• НЕОЦЕНОЧНОЕ
• НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ	• НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ
• <i>межстилевое</i>	• <i>межстилевое</i>
• <i>общенародное</i>	• <i>общенародное</i>
• <i>современное</i>	• <i>современное</i>
• <i>общераспространенное</i>	• <i>общераспространенное</i>

В качестве примера подходящего соответствия приведем контрастивную пару *двоюродный брат* - *cousin-german*. Для данной контрастивной пары интегральный индекс идентичности лексем равен 74%.

Двоюродный брат – Cousin-german

<ul style="list-style-type: none"> • лицо • мужского пола • находящееся в непрямом родстве • являющееся сыном тети или дяди 	<ul style="list-style-type: none"> • лицо • мужского или женского пола • находящееся в непрямом родстве • являющееся сыном или дочерью тети или дяди
<ul style="list-style-type: none"> • НЕОЦЕНОЧНОЕ • НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ 	<ul style="list-style-type: none"> • НЕОЦЕНОЧНОЕ • НЕЭМОЦИОНАЛЬНОЕ
<ul style="list-style-type: none"> • <i>межстилевое</i> • <i>общенародное</i> • <i>современное</i> • <i>общераспространенное</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>юридическое</i> • <i>общенародное</i> • <i>устаревшее</i> • <i>общераспространенное</i>

В целом в исследованной группе выявлено 8 эквивалентных, 12 оптимальных и 10 подходящих соответствий. Зафиксировано также одно отсутствие соответствия: а *cousin on the sword side* (родственник по отцу). Полученные результаты свидетельствуют как о наличии сходства, так и о национальной специфике исследуемых групп.

Лукина Л.В. Национальная специфика семантики слова и проблема межъязыковой семантической эквивалентности (на материале наименований речевых событий в русском и английском языках): дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2008.

Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований: Монография. – Воронеж: «Истоки», 2014.-114 с.

Козельская Д.В. , Стернина М.А. Контрастивный семный словарь наименований школьных педагогических работников и учащихся в русском и английском языках. – Воронеж: «Ритм», 2018.- 88 с.

К вопросу о ложных друзьях переводчика в русском и словацком языках

К качеству перевода в настоящее время предъявляются самые высокие требования в связи с тем, что межкультурная коммуникация принимает глобальный масштаб в современном мире. Сегодня проблема корректного перевода волнует, помимо профессиональных переводчиков, преподавателей иностранных языков, которые также готовят своих студентов к переводческой деятельности. Коммуникация между носителями различных языковых культур должна соответствовать высоким требованиям современности.

Разумеется, что в работе переводчика имеется много трудностей как системного характера (на морфологическом, синтаксическом, лексическом и стилистическом уровнях), так и обусловленных различными историческими, социальными, культурными, экономическими и другими условиями. Одной из проблем, с которой встречаются все переводчики, в том числе и опытные, являются межъязыковые омонимы, т. е. слова с одинаковой (или очень похожей) формой, но отличающиеся по своему значению. Явление межъязыковой омонимии исследуется в лексикологии. В переводоведении межъязыковые омонимы принято называть «ложные друзья переводчика». Они могут находиться в любых двух или более языках.

По определению М. Кесслера и Ж. Дерокины, «ложные друзья переводчика» – это «слова, идентичные по внешнему оформлению в двух или нескольких языках, но имеющие разное значение» (Koessler, с. 13).

По мнению А.В. Фёдорова, ложный эквивалент – это «слово, полностью или частично совпадающее (или близкое к нему) по звуковой или графической форме с иноязычным словом при наличии полной этимологической общности между ними, но имеющее другие значения при известной смысловой близости (отнесенности к одной сфере применения)» (Федоров, с. 191). Р.А. Будагов отмечает: «Ложными друзьями переводчика» обычно именуются межъязыковые омонимы – слова, имеющие при одинаковом звучании разные значения» (Будагов 1974, с. 141)

Мы добавляем, что ложные друзья переводчика, или межъязыковые омонимы – это обычно пара слов в двух языках, похожих по написанию и/или произношению, часто с общим происхождением, но отличающихся по значению. Поэтому эти слова представляют особую сложность, особенно для начинающих переводчиков.

В современных славянских языках в результате совместного развития сохранилось много слов, которые идентичны по своей форме (частично или полностью), но которые в силу дальнейшего самостоятельного развития стали в разной степени расходиться по своему значению. Это зачастую осложняет процесс коммуникации между славянами и способствует возникновению языковой интерференции. (Григорянова, с. 328).

Русский и словацкий языки входят в состав славянских языков и являются родственными языками. Т. Григорянова, ссылаясь на работы других лингвистов, отмечает, что в современных славянских языках насчитывается около 2000 слов древнеславянского происхождения, которые полностью или частично идентичны как в плане выражения, так и в плане содержания. Тем не менее, коммуникация между славянами далеко не беспроблемна.

Таким образом, присутствие «ложных друзей» в родственных языках, в частности в русском и словацком, является вполне естественным. Например, рус. *лицо* и слов. *Líce* (щека); рус. *опекать* и слов. *opekať* (жарить); рус. *база* и слов. *baza* (бузина); рус. *былина* и слов. *Bylina* (травя). Малоопытный переводчик или студент, изучающий русский язык как иностранный, может под влиянием сходства звуков неправильно переводить эти слова, причём будет вполне уверен в правильном выполнении своей задачи. Словакам, которые недостаточно владеют русским языком, может показаться нормальным предложение: «*Ты всегда воняешь*», но русский может обидеться, а словак не поймёт, в чем дело. В данном случае у словаков проявилась ассоциация с близким по звучанию словацким словом *voňat'* (приятно пахнуть), поэтому они бы сделали собеседнику неуместный комплимент. Правильно было бы сказать: «*Ты всегда приятно пахнешь*».

В результате ассоциаций с близкородственным языком бывают различные ситуации, которые направляют начинающего переводчика по неправильному пути, и нарушается лексическая и смысловая сочетаемость слова и возникает стилистическая рассогласованность (Будагов 1971, с. 362-368)

Например, русское слово *виноград*, которое имеет словацкий эквивалент *hrozno*, имеет также и словацкого «ложного друга» – *vinohrad*, которому по значению отвечает русское слово *виноградник*. Поэтому словакам может показаться странным вопрос: «*Хочешь купить виноград?*». Из приведенных примеров следует, что «ложные друзья переводчика» ассоциируются под влиянием сходства в плане выражения, но не совпадают по значению. Следовательно, они могут отрицательно влиять на работу переводчика, который отдает предпочтение формально сходному, но неверному эквиваленту, что зачастую приводит к неправильному пониманию смысла текста. Переводчику кажется, что все переведено

правильно, но на самом деле получается совсем другой смысл, иногда комичный или даже противоположный: *Na poliach horeli kostry*. На *poliach horeli kostry* – в данном случае оказывается неверным перевод слова «костры» близким по звучанию словацким словом «*kostry*», означающим *скелеты (в единственном числе: kostra - скелет)*.

Следует помнить, что «ложные друзья переводчика» в словацком и русском языках насчитывают слова, которые довольно часто встречаются в различных текстах (на уровне слов, словосочетаний или предложений). Поэтому студентам обязательно нужно знакомиться на занятиях по практике русского языка именно с переводом таких слов, потому что их знание отразится на качестве перевода, тем более, если студенты хотят заниматься в будущем переводческой деятельностью на профессиональном уровне.

Эксперимент, проведенный среди словацких студентов, изучающих русский язык, показал, насколько этот вопрос актуален. Эксперимент заключался в заполнении короткой анкеты, в которой перед студентами была поставлена простая задача – перевести пятнадцать предложений с русского языка на словацкий, причём мы составили предложения специально в соответствии с нашими потребностями. Предложения построены таким образом, что смысл не может быть понят из контекста, и «неправильное значение» не является нелогичным и вполне вписывается в контекст. В эксперименте участвовали студенты Университета им. свв. Кирилла и Мефодия в Трнаве (УКМ) и студенты билингвальной гимназии города Миява (ГИМИ), которые с 14 по 21 февраля заполнили вместе 35 анкет.

Некоторые примеры предложений из анкеты:

- *Папа принес домой лук от соседа.*

Правильный перевод на словацкий язык: *Otec priniesol domov cibul'u od suseda*.

Наиболее распространенный пример неправильного перевода: *Otec priniesol domov luk od suseda* (3/35). Словацкое слово *luk* обозначает средневековое оружие, предназначенное для стрельбы стрелами.

- *Они очень опасные враги.*

Правильный перевод на словацкий язык: *Sú to veľmi nebezpeční nepriatelia*.

Наиболее частый пример неправильного перевода: *Sú veľmi nebezpeční vrahovia* (3/35). Русское слово *враг* близкое по звучанию словацкому слову *vrah* (рус. *убийца*). В связи с этим у респондентов при переводе с русского языка на словацкий возникает именно эта ассоциация, вызывающая частые ошибки при переводе.

- *У моего брата красный велосипед.*

Правильный перевод на словацкий язык: *Môj brat má červený bicykel*.

Наиболее частый пример неправильного перевода: *Môj brat má krásny bicykel* (7/35).

Русское слово *красный* можно перепутать с словацким словом *krásny* (рус. *красивый*). Это слово одно из первых, которое студенты встречают при изучении русского языка, и благодаря этому его обычно переводят правильно, хотя на этот раз получилось довольно большое количество неверных переводов.

- В магазине был **чёрствый** хлеб.

Правильный перевод на словацкий язык: *V obchode bol suchý chlieb*.

Наиболее частый пример неправильного перевода: *V obchode bol čerstvý chlieb* (12/35). Одним из самых неправильных переводов у начинающих студентов изучающих русский язык является слово *чёрствый*. В словацком языке находим очень похожее слово *čerstvý* (рус. *свежий*). Возникает ассоциация и частая замена этих слов друг с другом. Надо отметить, что даже некоторые опытные переводчики часто ошибаются в переводе.

- Ты всегда **воняешь**.

Правильный перевод на словацкий язык: *Vždy smrdíš*.

Наиболее частый пример неправильного перевода: *Vždy voniaš* (13/35). В словацком языке существует слово *voňať* перевод которого будет *пахнуть*, но также существует слово *páchnuť* перевод которого будет *вонять*. Именно поэтому эта пара слов *вонять* и *пахнуть* является наиболее частотной при ошибочном переводе текста у студентов, начинающих изучать русский язык.

Надо отметить, что у всех респондентов был хороший словарный запас русского языка, но, тем не менее, они не смогли справиться с переводом межкузыковых омонимов, которые для большинства из них представляли серьезную проблему.

Из анализа ответов можно констатировать, что с задачей лучше справились студенты Университета им. свв. Кирилла и Мефодия в Трнаве, чем студенты гимназии, что вполне логично, так как они, с одной стороны, будущие специалисты-русисты, а с другой стороны, они студенты вуза.

Можно подтвердить, что вопрос межкузыковых омонимов в русском и словацком языках остается актуальным. Тот факт, что русский и словацкий язык принадлежат к близкородственным языкам, показывает, что проблема «ложных друзей переводчика» будет актуальна и в будущем. Множество терминов, предлагаемых исследователями для наименования межкузыковых слов омонимичного характера, свидетельствуют о сложности данного явления и необходимости его дальнейшего изучения.

Koessler M. Les faux amis ou les trahisons du vocabulaire anglais (conseils aux traducteurs) / M. Koessler, J. Derocquigny. P.: Librairie Vuibert, 1928. - 387 p.

Будагов Р. А. Человек и его язык. - М.: Издательство МГУ, 1974. - 262 с.

Федоров А. В. 2002. Основы общей теории и перевода. -СПб.: Филол. фак-т СПбГУ; М.: ФИЛОЛОГИЯ ТРИ, 2002. - 416 с.

Grigorjanova T. K voprosu o rusko-slovackych „ložnych družej perevodčika“. Osnovnye tendencii razvitija russkogo i drugih slavjanskich jazykov v sovremennom mire : sbornik naučnych trudov po materialam meždunarodnoj naučnoj konferencii 15-16 maja 2014 g / Pod obščej redakciej E.M. Markovoj, J. Dognala ; [recenzenti N.B. Korina, O.V. Šatalova]. - 1. vyd. - Brno : Tribun EU, 2014. - ISBN 978-80-263-0595-8, S. 328-334.

Будагов Р.А. 1971. Несколько замечаний о «ложных друзьях переводчика». // Мастерство перевода. – Сб. 8. – М., 1971. – С. 362–368.

Коммуникативное сознание

Л. М. Борисова

Поиск формулировки как репрезентация психолингвистических процессов текстопорождения

Концептосфера человека является, по мнению З.Д. Поповой и И.А. Стернина (2007, с.43), информационной базой человека, обеспечивает ее упорядоченность, обеспечивает структурированность и системность когнитивной картины мира, понимание воспринимаемой человеком действительности. Однако концептосфера не исчерпывает когнитивную картину мира, которая предполагает, кроме системы ментальных единиц-опор, еще и динамические механизмы познания, когнитивные стереотипы восприятия и др. При этом «семантическое пространство языка - это та часть концептосферы, которая получила выражение с помощью языковых знаков, совокупность значений, передаваемых языковыми знаками данного языка» (Попова, И. А.Стернин 2007, с. 44).

И.С.Бороздина (2011, с.65) обращает внимание на то, «что речевая деятельность индивида и общества оказывает воздействие на среду своего существования, упорядочивая ее с помощью значений как когнитивных структур, запечатлевших те или иные способы познания действительности. Язык, формируясь под воздействием среды, отчасти сам формирует представление о ней. Поэтому в отношении язык – сознание - окружающий мир важно не только то, что представляет собой реалья и как она отражается в языке, но и то, как индивид воспринимает и концептуализирует мир, на основе чего выбирает то или иное средство вербализации».

Предметом анализа в данной статье являются речевые действия повествователя, характеризующие, комментирующие или оценивающие уже предпринятые им или планируемые им формулировки.

Комментирующие речевые действия осуществляются относительно предпринятых или планируемых и выносимых на обсуждение номинаций в художественном дискурсе.

Анализ структуры повествования в романе В.Солоухина выявляет активное присутствие подобного рода речевых действий в отношении процесса номинации национально-специфических, культурно-исторических и политических реалий определенной исторической эпохи, что придает особый колорит стилистике повествования и с помощью техники воспроизведения детских воспоминаний повествователя позволяет автору достаточно критично воспроизводить национально – культурную специфику языкового сознания и речевой деятельности. Так, например, словарь Ушакова толкует лексему *уполномоченный* как: 1. причастие страдательное, прош. время: от уполномочить. Делегат, уполномоченный правительством. 2. В значении существительного: уполномоченный, уполномоченная. Доверенное лицо, действующее на основании каких-нибудь полномочий. Уполномоченный по сбору членских взносов.

Словарь С.И.Ожегова толкует лексему *уполномоченный* как «официальное лицо, действующее на основании каких-нибудь полномочий». Напр.: Уполномоченный заготовительной конторы.

Уполномоченный - должностное лицо, наделенное специальными полномочиями для выполнения тех или иных постоянных или временных заданий государственного или общественного характера (Советский юридический словарь.1953).

Эксплицитная оценка использованной повествователем лексики имеет место в следующем примере:

«С некоторых пор появилось в нашем селе *не слыханное никогда* (*а село наше упомянуто где-то в документах еще в двенадцатом веке*), *да никогда не слыханное и на Руси, словечко „уполномоченный“*. И потому я с самого начала узнал о нем, что уполномоченные эти останавливались и жили в нашем доме. Они, пожалуй, и справедливо - двухэтажный, самый просторный дом в селе. Когда-то (а „когда-то“ - это всего лишь несколько лет назад, ну, если не несколько, то не больше десяти лет) существовал в селе староста и существовали десятские, то есть старшие в каждом десятке сельских домов...

Критической оценке подлежат и другие номинации периода детства повествователя:

Но потом вместо старосты и десятских появилось *нечто под названием „селькоко“*. *Никто, конечно, из крестьян не знал, что это такое и как это расшифровать, как даже и я вот сейчас не знаю путем, то ли это сельский комитет коммунистов, то ли это сельский крестьянский комитет*. Помню только, что председателем селькоко сделали (не знаю, за что уж, нормальный был мужик, мужик как мужик) Павла Ивановича

Улитина, отца того Шурки, кстати сказать, который руководил убиением котеночка (Солоухин, с. 38).

«Наверное, селькоко и распоряжалось уполномоченных отправлять в наш дом. Впрочем, может быть, был уже в это время и сельсовет, наверное, был уже сельсовет, и, возможно, он уж распоряжался всем и в самом селе Алепине, и в окрестных пятнадцати деревеньках, а селькоко (если это был действительно сельский комитет коммунистов) распоряжался сельсоветом или кто-то свыше распоряжался сельсоветом посредством этой вот **так называемой ячейки селькоко**. Или кто-то свыше распоряжался крестьянами при помощи и посредством сельсовета и селькоко.

Уполномоченный в нашем доме сменял уполномоченного, я не мог запомнить их всех, а теперь, задним числом, не знаю даже, не могу, **как говорится в наши годы, вычислить**, зачем они приезжали, пока не было объявлено коллективизации. Но одного из них, тоже еще **доколхозного (а может быть, самого предколхозного)**, я запомнил. Он любил играть со мной, **вернее сказать**, дразнить меня, доводя частенько до слез. Запомнился он мне в первую очередь тем, что однажды, прикинув меня на ладони, на вытянутой руке, удивленно воскликнул:

-Э, брат, да в тебе больше пуда! (дополнительная возможность посчитать, сколько же мне тогда было лет)» (Солоухин, с.38).

«Дразнил же он меня тем, что решительно шел ко мне с веревочкой и говорил, что сейчас свяжет меня и куда-то там увезет. Даже фамилию его запомнил – Егоров»(Солоухин, с.39).

«**Надо сказать**, что интуитивно, что ли, ко всем этим уполномоченным мое детское сердечко не лежало, чувствовал я в них своих врагов, ну и во мне - сверкающем глазенками из угла - они, возможно, тоже видели волчонка. (**Кстати сказать**, одно из детских прозвищ моих, которыми награждала меня сестра Катюша. То она звала меня „белым кочаном“ –по голове, да еще с дополнительной макушкой, с таким завитком впереди над правой частью лба, - а то вот волчком. Стихотворение „Волки“, **замечу мимоходом**, было написано мною почти сорок лет спустя.)

И вот уполномоченный Егоров любил дразнить меня. Может быть, я убегал и прятался при этом, не знаю, не помню. Но однажды, зажатый в углу, вдруг набросился на Егорова и, колотя его своими четырехлетними (или меньше?) кулачками, вопил и кричал: „Убью, все равно убью!“ Потеха для всех, наверное, была великая.

А я теперь с грустью думаю, не были ли эти секунды в моей жизни теми секундами, когда я единственный раз был искренен полностью и до конца? А потом потянулись годы и десятилетия *соглашательства, лояльности, а более мудрено выражаясь, коллаборационизма и конформизма...*

Двое других уполномоченных запомнились мне гораздо ярче. Их пребывание в нашем доме оказалось, **как выражаются современные**

философы и богословы, провиденциальным. Да и я уж к этому времени немного подрос. Об этих двух людях я писал уже в своей повести „Капля росы“, но в том описании тоже получилась, естественно, доля лояльности и конформизма. **Все там так было обложено ватой,** чтобы годилось для публикации в журнале „Знамя“, а потом и отдельной книгой» (Солоухин, с.39).

«Сейчас у меня здесь, в Карачарове, где пишутся эти строки, нет под рукой „Капли росы“, поэтому я не буду сверять, **какими словами уже написан там этот эпизод,** может быть, кое в чем повторяюсь, но в чем-то уж, точно знаю,- не повторяюсь. Фамилии людей этих были Иринин и Лосев, а приехали они к нам в село с железным заданием организовать колхозы и в нашем селе, и во всех окрестных пятнадцати деревеньках» (Солоухин, с. 39).

«Нашему селу сначала вроде бы повезло, **назвали в нашем селе колхоз- „Культурник“,** тоже не бог весть что, но все же не „Красный профинтерн“. Но название это оказалось не навек» (Солоухин, с.45).

Эксплицитный подбор подходящей, т. е. наиболее соответствующей интенциям повествователя формулировки репрезентирован в следующих примерах:

«В набат звонили (**называлось „ударить в набат“, „бить набат“**) частыми ударами, и, право, я потом, наслышавшись разных сирен, звонков наземной, боевой тревоги, не слышал уж никогда более *тревожного* и, **я бы сказал, зловещего сигнала,** нежели когда звонил наш набат» (Солоухин, с. 43).

«Второй случай внешне выглядел пустяком рядом с первым (здесь все-таки воровство из отцовского кошелька, вопрос нравственности и морали, проявившаяся черта с далеко идущими, возможно, последствиями и вообще *отвратительный проступок*, **чтобы не сказать – преступление**), а там ... там был именно случай, но в обстановке тех лет он мог кончиться огромной трагедией и, должно быть, очень сильно напугал моего отца» (Солоухин, с.42).

«А однажды, как уже говорилось, попался настоящий заряженный револьвер. Это был очень старый револьвер, допотопной системы (если бы полистать теперь альбом с видами оружия, я, конечно, его узнал бы)...

Не помню также, зачем и при каких обстоятельствах он нам с мальчишками *понадобился* в тот роковой день. **Вернее сказать, должен был понадобиться,** ибо я его взял из тайника, но до школы не донес, а перепрятал в церковной ограде около старой липы в сухих прошлогодних листьях. Когда после уроков мы пришли к этому месту, револьвера на месте не оказалось» (Солоухин, с.42).

«Значит, не на первом ли месте у Алексея Алексеевича была поговорка „тише едешь - дальше будешь“? Вообще же в моей памяти осталось несколько поговорок, которые любил повторять отец, и за каждой из них

стояла целая сфера крестьянской тогдашней жизни. Ну, „тише едешь - дальше будешь“ **это уже и не хрестоматия, это, можно сказать,- общее место.** А вот любил он говорить к месту и к делу: „Хомутами загремели-лошадкам не сон“» (Солоухин, с.36).

Эксплицитные тематизации предлагаемых формулировок, не соответствующих реальной ситуации имеют место в следующих примерах:

«Сам он выпить любил, держал настойки на лимонной корочке, на вишне (чаще всего), на рябине. **Тут я могу ошибиться.** Должна быть настойка и на рябине, потому что невежеской рябины - полон сад, но в глазах у меня рябиновая настойка не стоит, тогда как вишня в освободившемся графинчике хорошо помню, хотя бы по тому, что украдкой эти пьяные вишни доставали и ели» (Солоухин, с. 36).

« По большим праздникам стол для гостей накрывали наверху...А потом отшумит, отгомонит застолье, грязную посуду всю унесут вниз, и наверху опять установится благостная тишина. Дед над Библией, с огромной лупой на черенке, да мы с Катюшей над книгами. **Было бы несправедливостью, если бы я стал утверждать,** что внизу были только горшки да коровье пойло, охапки дров да квашня, а поэзия вся была исключительно наверху» (Солоухин, с. 30).

Комментарии уточняющего характера с целью оптимизации процесса коммуникации представлены в следующих примерах:

«... Место на земле, по которому мы *шли*, а **точнее сказать,** прогуливались, располагало к неторопливому разговору. Это был парк бывшего княжеского имения, а теперь профсоюзного дома отдыха. Но, конечно, это обстоятельство не имело никакого значения для направленности нашего разговора. Точно также мы могли бы идти по полевой тропинке, по дороге в диком лесу или по „царской тропе“ в Ливадии.

Но все же ради точности надо сказать, что это было в парке профсоюзного дома отдыха (в бывшем княжеском парке) в тихий, февральский день» (Солоухин, с.1).

Определенные сложности в процессе номинации сегмента реального мира отражены в нижеприведенном примере:

«Это была не просто гигантская рыба, это была сама воплощенная мечта рыболова, его достигнутый безразмерный идеал, изумрудно-янтарный, сверкающий, ослепительно прекрасный в чистом свете июньского утреннего солнца. И Парфенька, облегченно вздохнув, прошептал:

- Хорро-оша-а-а !..

Других слов не нашлось, да и не было их ни в нашем могучем, ни в других, не очень могучих, но разнообразных языках таких слов, которые могли бы выразить, кроме восхищения и озабоченности, сложное отношение к тому, что (вернее, кто) пока не имеет названия. Лукерья - это так, недоумение озорных ивановцев. А вот можно ли ее

отнести к щукам, неизвестно. **Щукой мы нарекли ее условно** и потому, что Парфенька мечтал поймать щуку, ловил ее на щучью блесну, рыба взяла эту блесну, была поймана, **и вот мы говорим: щука**. А таких тут никогда не было, даже в счастливое время развитого социализма» (Жуков А., с.8)

Таким образом, метакоммуникативный комментарий предпринятых номинаций репрезентирует «информацию о специфическом национальном восприятии мира, межличностных, социально-групповых отношениях, осознании своего „Я“» (Бороздина 2011, с.64). При исследовании подобного рода комментирующих речевых действий, следует учитывать, что художественная картина мира в художественном дискурсе отражает особенности национальной картины мира, которая «опосредована дважды-языком и индивидуально - авторской концептуальной картиной мира» (Попова, Стернин 2007, с.8).

Бороздина, И. С. Лингво-когнитивное моделирование пространственных отношений и объектов: экспериментальное исследование [Текст]/ И. С. Бороздина; Курск. гос. ун-т.-Курск, 2011. -135 с.

Попова З. Д.,. Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. Воронеж: изд-во , «Истоки», 2007. -252 с.

Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и национальная картина мира.- Изд.3., перераб. и доп. Воронеж: , «Истоки», 2007.- 61 с.

Источники

Жуков Анатолий. Судить Адама! Роман в повестях. Роман – газета-7 (1133). Издание государственного комитета СССР по печати. Москва. 1990. 128 с.

Солоухин Владимир. Смех за левым плечем. Роман- газета-10 (1160). Народный журнал. Москва. 1991. 46 с.

Е.В.Вахтерова

Понятие академического дискурса в англоязычной лингвокультуре

Академический дискурс (Academic discourse) относится к способам мышления и использования языка, которые существуют в сфере науки и образования. Учебники, эссе, презентации конференций, диссертации, лекции и научные статьи являются элементами образования и науки, их дискурсивными событиями и продуктами дискурсивной деятельности. Все они могут быть включены в понятие академического дискурса.

Мы полагаем, что академический дискурс в англоязычной лингвокультуре вырастает из методического направления прикладной лингвистики English for Academic purposes (EAP) или английский для академических целей. Поэтому прежде чем приступить к определению

понятия "академический дискурс", рассмотрим, что из себя представляет EAP.

Согласно определению Кена Хайленда, английский для академических целей (EAP) - это подход к языковому обучению, основанный на тесной идентификации конкретных языковых особенностей, дискурсивных практик и коммуникативных навыков целевых академических групп, которых признаёт конкретные потребности и опыт учащихся (Hyland, 2006). Хотя в некоторых работах речь идет о том, что язык относится к местным дисциплинарным и институциональным контекстам и практикам (Starfield 2011, pp. 174-196; Swales, 1998), EAP обычно понимается как текстовый подход, который исследует содержание и структуру письменного и устного дискурса.

EAP появился как область деятельности, так как английский язык укрепился как международный язык научного общения. Огромное количество студентов и ученых во всем мире должны теперь свободно владеть универсальными нормами и стандартами академического письма на английском языке, чтобы понимать свои дисциплины, устанавливать свою карьеру или успешно ориентироваться в своем обучении. Другими словами, участие в формах академического общения, как ученика, так и учителя или исследователя, предполагает новые способы поведения, взаимодействия и мышления о мире. Культурные факторы могут влиять на восприятие, язык, обучение и общение, и эти выводы были поддержаны рядом исследований за последнее десятилетие. Для практикующих EAP это означает, что они стремятся точно идентифицировать и описать конкретные лингвистические предпочтения, особенности дискурса и коммуникативные методы, используемые в конкретных академических контекстах, чтобы их можно было преподавать студентам и передавать ученым, желающим публиковаться на английском языке.

Как отмечают большинство исследователей, в том числе и К. Хайленд, в основе EAP лежат несколько ключевых идей: анализ потребностей (needs analysis), дисциплинарная вариация (disciplinary variation), анализ жанров (genre analysis) и контекстуальный анализ (contextual analysis).

Анализ потребностей относится к методам сбора и оценки информации, имеющей отношение к дизайну курса: это способ определения того, как и что преподавать. Важность анализа потребностей лежит в признании разнообразия как студентов, так и дисциплин и позволяет учителям реагировать на отдельных учащихся. Фактически, «потребность» - это конструкция, которая приносит ценности, убеждения и философию преподавания и обучения учителя, и поэтому включает в себя решения о том, на что следует акцентировать своё внимание, а что исключить. В последнее время масштабы анализа потребностей были еще более расширены, чтобы уделять больше внимания личности ученика и тому, как учащиеся видят себя и кем хотят стать, как внутри, так и вне

академических контекстов (Belcher & Lukkarila 2011, pp. 73-93). Это позволяет темам, содержанию и текстам профессии выступать в качестве транспортных средств для обучения конкретным дискурсам и коммуникативным навыкам.

Основной идеей ЕАР также является дисциплинарная вариация. Мы можем рассматривать дисциплины как сообщества, использующие язык и этот термин помогает нам объединить писателей, тексты и читателей. Дисциплины сочетают в себе понятия академического сообщества (*discourse community*) (Swales, 1990), акцентирующее внимание на текстах и жанровых конвенциях группы, и сообщества практиков (*community of practice*), в котором основное внимание уделяется его деятельности и практике, в том числе производству и использованию текста. Например, исследования показывают, что жанры, которые студенты должны писать, способы их построения, стиль подачи лекций и методы оценки, значительно различаются по дисциплинам (Hyland, 2004; Hyland & Bondi, 2006). Идея дисциплинарной вариации предполагает, что академический дискурс внедряется в конкретные процессы аргументации, принадлежности и консенсуса по дисциплинам, поскольку каждая дисциплина развивает свой собственный способ общения, что отражается в отличительных риторических предпочтениях (Hyland, 2004).

Жанровый анализ послужил полезным инструментом для понимания используемого языка в сообществе и описания конкретных целевых текстов, ожидаемых от учащихся. В ЕАР жанры обычно определяются как организованные, структурированные события с использованием языка, предназначенные для выполнения различных коммуникативных целей конкретными академическими сообществами (Swales, 2004). По сути, жанровый анализ направлен на выявление того, как тексты отражают и создают сообщества, которые их используют. Исследования Джона Свэйлза внесли большой вклад в анализ жанров (Swales, 1998). По его мнению, идея о том, что люди приобретают, используют и модифицируют тексты, выступая в качестве членов академических, профессиональных или социальных групп, предлагает мощный способ описания сообществ и понимания коммуникационных потребностей учащихся в академических контекстах.

Для контекстуального анализа проводятся этнографические исследования. Этот тип исследований важен в трех основных направлениях. Во-первых, он предоставил ценную информацию о целевых контекстах, помогая выявлять дискурсивную практику, связанную с производством, распространением и потреблением текстов (Flowerdew & Miller 1996, pp. 121-140). Во-вторых, этнографические методы также полезны при изучении практики студентов, выявлении того, как они участвуют в их обучении, взаимодействуют со своими учителями и испытывают свое участие в качестве периферийных членов новых

сообществ. В-третьих, этнография используется для освещения вариаций в культурной практике и аргументации в отношении педагогики, относящейся к местным условиям, особенно в тех случаях, когда иностранные студенты учатся в англоязычных странах или где преподаватели работают в зарубежных странах.

Нынешний интерес к академическому дискурсу и, в частности, академическому письму на английском языке, в значительной степени является результатом трех важных событий за последние 20 лет: изменения в высшем образовании, которые привели к большему интересу к важности письменности; рост английского языка как международного языка исследований; и появление теоретических перспектив, которые признают центральность академических дискурсов в построении знаний.

Понятие "академический дискурс" с позиций лингвокультурологического подхода учитывает степень отличий в коммуникативном поведении, речевых правилах, предпочтениях, способах говорения и выборе дискурсивных стратегий определенного социального, культурного и языкового коллектива, контингент которого составляют студенты, а также ученые, преподаватели, аспиранты, исследователи, научные работники.

Многие исследователи выделяют следующие особенности академического дискурса: академические тексты структурированы таким образом, чтобы убедительно воздействовать на читателя; академические тексты представляют собой специфические для дисциплины способы аргументации; различные культуры имеют разные языковые схемы; академическая дискуссия предполагает межличностное общение.

Все академические тексты предназначены для того, чтобы убедить читателей в чем-либо: например, в необходимости знания в исследовательской статье или диссертации, в оценке работы других в обзоре книги, или в понимании и интеллектуальной автономии в студенческом эссе. Для достижения этих целей авторы, как правило, снова и снова используют один и тот же репертуар лингвистических ресурсов для каждого жанра. Схема предшествующих знаний, полученных путем формального обучения и повторного опыта с текстами, позволяет писателям и ораторам выражать себя надлежащим образом и эффективно, опираясь на конвенции для организации сообщений, чтобы их читатели могли узнать их цель и следовать их идеям. Например, исследовательская статья - это жанр, который реструктурирует процессы мышления и исследования, которые он описывает, чтобы создать дискурс для научного создания фактов. В последние годы изучается целый ряд устных и письменных академических жанров. К ним относятся студенческие диссертации (Bunton 2002, pp. 57-74), презентации конференций (Carter-Thomas & Rowley-Jolivet 2001, pp. 19-37) и предложения о предоставлении грантов (Connor & Upton 2004, pp. 235-255). Данные исследования

демонстрируют отличительные различия в академических жанрах, где конкретные цели и аудитория заставляют авторов использовать совершенно разные риторические варианты.

Вторая особенность академического дискурса заключается в том, что академические тексты представляют собой специфические для дисциплины способы аргументации, так называемая дисциплинарная вариация, которая описывалась выше.

Анализ академического дискурса также указал на различия языковых схем в разных культурах (Connor 2002, pp. 493-510). Культура неразрывно связана с языком (Kramsch, 1993), так что культурные факторы могут влиять на восприятие, язык, обучение и общение. Тем не менее, не смотря на культурные отличия, академическое письмо на английском языке имеет тенденцию: более подробно рассказывать о своей структуре и целях с постоянным просмотром и обзором; использовать большое количество цитат; проявлять большую осторожность при подаче заявлений, при этом значительное используя смягчения и хеджинг (hedging); использование различных соединителей предложений. Хотя мы не можем точно предсказать, как люди будут писать на основе предполагаемых культурных особенностей, исследования дискурса показали, что первый язык влияет на способы организации идей и структурирование аргументов при написании на английском языке.

Также особенностью академического дискурса является академический способ аргументации. В последнее время основное внимание уделяется тому, как убеждение в различных жанрах происходит не только путем представления идей, но и путем создания соответствующего авторского «я» и переговоров об отношениях между участниками. Ученые не просто создают тексты, которые правдоподобно представляют собой внешнюю реальность, но используют язык для признания, построения и обсуждения общественных отношений. Анализ дискурса помог показать, как авторы предлагают достоверное представление о себе и своей работе, заявляя о солидарности с читателями, оценивая их материал и признавая альтернативные взгляды.

Академический дискурс является не только теоретической концепцией, но отличается актуальным практическим характером, особенно для представителей других лингвокультур, желающих участвовать в академическом дискурсе на английском языке. Поэтому описание лингвокультурных особенностей этого явления способствует улучшению межкультурной коммуникации в сфере образования и науки.

Belcher, D. & Lukkarila, L. (2011). Identity in the ESP context: putting the learner front and centre in needs analysis. In Belcher, D et al (eds.).

Bunton, D. (2002). Generic moves in PhD thesis introductions. In Flowerdew, J. (ed.).

- Carter-Thomas, S. & Rowley-Jolivet, E. (2001). 'Syntactic differences in oral and written scientific discourse: the role of information structure'. *English for Specific Purposes*.
- Connor, U. (2002). 'New directions in contrastive rhetoric'. *TESOL Quarterly*.
- Connor, U. & Upton, T. (2004). The genre of grant proposals: a corpus linguistic study. In Connor, U. & Upton, T. (eds.) *Discourse in the Professions*. Amsterdam: Benjamins.
- Flowerdew, J., & Miller, L. (1996). Lectures in a second language: notes towards a cultural grammar. *English for Specific Purposes*.
- Hyland, K. (2004) *Disciplinary Discourses*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Hyland, K. (2006). *English for academic purposes: An advanced resource book*. London, England: Routledge.
- Hyland, K., & Bondi, M. (Eds.). (2006). *Academic discourse across disciplines*. Frankfurt, Germany: Peter Lang.
- Kramsch, C. (1993). *Context and Culture in Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Starfield, S. (2011). *Doing critical ethnographic research into academic writing: the theory of the methodology*. In Johns, Paltridge & Belcher, D. (eds.).
- Swales, J. (1990). *Genre analysis*. New York: CUP.
- Swales, J. (1998). *Other floors, other voices: A textography of a small university building*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Swales, J. (2004). *Research genres*. New York: CUP.

И.Г. Кожевникова

Экспериментальное изучение нового концепта «Капитаны России» в коммуникативном сознании участников проекта

В сентябре 2018 г. впервые в Воронежском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова (ВФ РЭУ) стартовал прием на факультет бизнеса по направлению подготовки «Менеджмент». Студенты, поступившие на данный факультет, прошли серьезный отбор в специальных лагерях («Город 404» и др.) и стали участниками интересной программы «Капитаны России».

Благотворительным фондом «Капитаны» в начале года было выделено 60 грантов на обучение выпускников в разных городах России. Каждый абитуриент мог принять участие в конкурсе на получение сертификата в размере 50% от общей стоимости обучения, если он прошел два этапа отбора. В ходе первого подготовительного этапа будущие «капитаны» смогли познакомиться со своими кураторами и преподавателями, другими участниками программы, а также успешно сдать ЕГЭ на определенное количество баллов. Кроме того, в подготовительном лагере желающие стать «капитанами» должны предложить свой оригинальный бизнес-проект «Мой первый бизнес» и защитить его.

Успешная защита проекта давала возможность продолжить обучение в вузах России. Из 400000 человек были отобраны самые активные и

перспективные. Победители получали возможность обучаться в одном из лучших университетов страны – РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Российский экономический университет им.Г.В. Плеханова является старейшим российским вузом, миссия которого состоит в способствовании «развитию России в мировом сообществе путем опережающей подготовки профессионала-лидера для национальной экономики на основе многопрофильного инновационного образования, разработки и внедрения результатов передовых научных исследований» (Программа стратегического развития ФГБОУ ВПО РЭУ им Г.В.Плеханова).

В связи с этим, основной задачей новой образовательной идеи является подготовка предпринимателей и управленцев современной формации, а также создание сообщества молодежи с активной и социально-ответственной жизненной позицией. В систему обучения встроен «бизнес-акселератор», в рамках которого кураторы и менеджеры крупных предприятий помогают будущим управленцам работать над своими проектами, развивать навыки командной работы. Для поддержки будущих бизнес-лидеров страны был создан специальный инвестиционный фонд «Капитаны России».

На сегодняшний день по программе обучаются 450 студентов не только в РЭУ им. Г.В. Плеханова, но и в разных городах России. Уже реализовано более 110 студенческих проектов. Такая система подготовки будущих специалистов дает им возможность планировать и создавать собственный бизнес, привлекать инвестиции и получить достойное место работы.

Из вышеизложенного представляется интересным изучение концепта «Капитаны России» в коммуникативном сознании студентов 1 курса ВФ РЭУ, обучающихся по данной программе, чей возраст от 18 лет.

В статье предлагаются результаты экспериментального исследования нового концепта «Капитаны России». Цель данной работы – выявить основные компоненты концепта в коммуникативном сознании будущих управленцев, а также описать его специфику.

Здесь необходимо отметить, что подобная работа уже проводилась в университете в рамках изучения дисциплины «Русский язык и культура речи». Были опрошены студенты дневного и заочного отделений, обучающиеся по специальности 080301- торговое дело, поступившие на обучение в 2011. Возрастная группа от 17 до 25 лет. Респондентам был предложен тест-опросник «Купец – какой?», результаты которого дали возможность проанализировать и сделать выводы о сходствах и различиях научного и обыденного языкового сознания. Подобное исследование помогло внести определенные коррективы в курс лекций и практических занятий по дисциплинам «Деловое общение и культура речи», «Деловое общение» у студентов – нефилологов с учетом уровня и реального содержания их коммуникативного сознания.

Исходя из современных подходов к мыслительной деятельности человека, считается, что мышление – это процесс оперирования концептами как глобальными единицами структурированного знания: человек мыслит концептами, комбинируя их, формируя новые концепты. В структуре любого языка имеется своя система концептов, исходя из которой, носители языка воспринимают, анализируют и интерпретируют любой поток информации из окружающего мира (Попова, Стернин 2004).

Под коммуникативным сознанием следует понимать совокупность коммуникативных знаний и механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека.

В нашем исследовании мы опираемся на концепцию теоретико-лингвистической научной школы Воронежского государственного университета, в теоретических разработках которой концепт понимается как глобальная мыслительная единица (Попова, Стернин, 2004). В связи с вышеизложенным и в продолжении исследований в рамках когнитивной лингвистики, представляется определенный интерес изучение нового концепта «Капитаны России».

По направлению подготовки «Менеджмент» в учебной программе «капитанов» на первом курсе ВФ РЭУ ведутся две дисциплины «Русский язык» и «Деловые коммуникации». Это дало возможность провести ряд лингвистических исследований, направленных на понимание коммуникативного сознания будущих выпускников. Для достижения поставленной цели в исследовании использовался направленный ассоциативный эксперимент («Капитан России» – какой?) и метод субъективных дефиниций («Купец и бизнесмен – это?»). Концепты, отобранные для экспериментального анализа, отбирались по принципу их актуальности и значимости для формирования коммуникативного сознания будущих управленцев.

В эксперименте приняли участие 25 студентов: 20 юношей и 5 девушек. На первом этапе исследования испытуемым предлагалось в сводной форме мини-сочинения ответить на вопрос об основных признаках концептов «купец» и «бизнесмен». Приведем несколько примеров из мини-сочинений: «Купец – это человек, который думает о перепродаже товара в свою пользу, он получает за это пользу. Купец – это навык продажи. Бизнесмен – это образ мышления для выведения вперед инновационных идей, бизнесмен продумывает, как облегчить повседневную рутину и получает за это выгоду»; «Согласно лингвистическому словарю, купец – человек, занимающийся торговлей в городе. В национальном сознании русских существует негативный стереотип: обязательно обманщик, эксплуататор, невежа. Бизнесмен – это человек, главной целью которого является получение прибыли (регулярное). При этом не указывается причина заработка. Капитан отличается и от купца, и от бизнесмена. Цель капитана – заработок средств для последующего их вложения в развитие

образования, науки и иных сфер жизни общества. Можно сказать, что капитан – это социальный бизнесмен. Он готов помогать людям достигать целей». Аутентичность текстов сохранена.

На следующем этапе исследования применялась методика направленного ассоциативного эксперимента. Респондентам был предложен тест-опросник «Капитан – какой?» и давались 20 качеств, из которых испытуемые должны были выбрать, по их мнению, наиболее характерные. Участники эксперимента могли также самостоятельно добавить те или иные качества «капитана», которые не были указаны в опроснике, но являлись по их мнению важными для описания концепта. В результате получились следующие данные.

«Капитан – какой?» - *умный* - 25, *образованный* - 25, *целеустремленный* - 24, *активный* - 23, *коммуникабельный* - 20, *дипломат* - 18, *волевой* - 15, *смелый* - 13, *рисковый* - 10, *хитрый* - 8, *благотворительный* - 7, *меценат* - 4, *спонсор* - 3, *щедрый* - 2, *хитрый*, *изворотливый*, *циничный*, *жадный*, *плутватый* - 1.

Обработка результатов показала, что ассоциативное поле стимула «капитаны» имеет структуру и делится на зоны ядра и периферии. К ядру поля относятся следующие ассоциаты: *умный*, *целеустремленный*, *образованный*, *активный*, *коммуникабельный*. В ближнюю периферию вошли следующие лексемы: *дипломат*, *волевой*, *смелый*, *благотворительный*, *меценат*, *здоровый*. В дальнюю периферию были включены: *спонсор*, *изворотливый*, *жадный*, *циничный*, *плутватый*, *щедрый*.

Интересно отметить, что гендерная специфика концепта практически не выявляется. В мужском и женском коммуникативном сознании концепт имеет идентичные ассоциаты: *активный*, *коммуникабельный*, *умный*, *целеустремленный*, *здоровый*.

При изучении концептов большинство ассоциативных полей образуют семантический гештальт, который складывается из нескольких зон.

Для анализируемого концепта такие зоны, исходя из полученных результатов, весьма малочисленны. В первую очередь, это зона ментальных характеристик: *умный*, *волевой*, *целеустремленный*, *мотивированный* и зона физического состояния: *здоровый*, *сильный*, *трезвый*, *некурящий*, *спортивный*.

Таким образом, проведенное анкетирование показало, что в коммуникативном сознании студентов-первокурсников, обучающихся по индивидуальной программе «Капитаны России» данный концепт сформировался под влиянием определенных социальных стереотипов, обладающих достаточной стабильностью. Нашли подтверждение ранее полученные данные (исследование 2011 г.), что концепт «купец» в сознании современных носителей языка имеет некоторую отрицательную характеристику. В обоих случаях для участников эксперимента в разные

годы оказались релевантны лексемы, указывающие на наличие у торговых людей России определенных негативных качеств.

Общеизвестно, что с течением времени в значении многих слов происходят изменения, которые осознаются носителями языка лишь по истечении определенного исторического периода и определяются социальными и культурными факторами. Динамика эволюции концептов во многом зависит от носителей языка и, в первую очередь, от людей, владеющих художественным словом. Яркие и незабываемые образы русских купцов вывел в своих произведениях А.Н.Островский. Творчество драматурга, чьи произведения изучаются в школьной программе, несомненно, оказало определенное влияние на понимание и осмысление концепта «купец» молодыми носителями языка.

Исследование нового концепта «Капитаны России» показало, что в коммуникативном сознании респондентов образ будущего управленца близок к образу идеального предпринимателя новой формации, входящего в бизнес-элиту государства. Однако интересно отметить, что в разные годы ассоциаты *щедрый, спонсор, меценат, благотворительность, милосердие, сострадание* практически отсутствуют.

Полученные данные могут учитываться в методике преподавания изучаемых дисциплин по программе «Менеджмент».

Кожевникова И.Г. Динамика концепта «купец» //Язык и национальное сознание. Сборник научных трудов. Вып.18, – Воронеж. «Истоки», 2012.- С. 52.

Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике – Воронеж: «Истоки», 2004.

Попова З.Д. Стернин И.А. Язык и национальное сознание. – Воронеж, 2002.

Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. 3-е издание. – М: Изд-во «Русский язык», 1999.

А.С. Куркина

К проблеме моделирования коммуникативной личности А.П.Чехова

Мы определяем коммуникативную личность как личность, которая характеризуется определенным коммуникативным поведением. Описание конкретного коммуникативного поведения определенной личности и есть описание данной коммуникативной личности. Языковые особенности личности входят в ее коммуникативную личность как отдельный аспект.

Большой интерес представляет описание коммуникативной личности известных в прошлом лиц. Для их описания нужна определенная методика.

В частности, может быть использована методика описания коммуникативного поведения, предложенная в работе И.А. Стернина «Модели описания коммуникативного поведения» (<http://sterninia.ru/index.php/izbrannye-publikatsii/item/242-modeli-opisaniya-kommunikativnogo-povedeniya>). В нашем исследовании используется модифицированная с учетом предмета исследования параметрическая модель описания, примененная к описанию коммуникативной личности писателя А.П. Чехова.

При исследовании коммуникативной личности писателя (не нашего современника) возникает ряд сложностей. Основная трудность заключается в том, что судить о коммуникативной личности человека, давно ушедшего из жизни, приходится лишь по его письмам и по воспоминаниям современников.

А.П.Чехов оставил нам богатое эпистолярное наследие: всего сохранилось около 4400 писем, написанных в течение 29 лет – с 1875 по 1904 год. Для исследования нами были взяты письма, написанные в течение 20 лет: с 1875 г. по 1897 г. включительно.

Кроме писем, составивших основной материал исследования, сохранилось также и большое количество воспоминаний современников. Воспоминания современников А.П. Чехова представляют собой богатый материал для исследования, но при работе с ним возникает ряд трудностей. В связи с тем, что Антон Павлович имел широкий круг знакомств, вращался в разных сферах общества, вступал в общение с людьми разных профессий, классов и сословий, вполне естественно, что Чехов по-разному относился к этим людям, как и они к нему. Однако после смерти писателя все, кто его знал и когда-нибудь с ним общался, поспешили назваться его друзьями и написать свои воспоминания о нем. В связи с этим в некоторых случаях обнаруживается нестыковка текстов воспоминаний разных людей между собой и с текстами чеховских писем. Поэтому для наибольшей достоверности необходимо было сравнивать огромное количество текстового материала с воспоминаниями. Воспоминания современников нами используются как вспомогательный материал, и в описание включаются только те коммуникативные факты, которые представлены в письмах и воспоминаниях непротиворечиво.

Модель описания коммуникативной личности А.П.Чехова основана на эмпирическом материале. Она включает *доминантные признаки* коммуникативной личности писателя – то есть такие, которые представлены в материалах исследования (в текстах и воспоминаниях) 1) наиболее частотно, 2) непротиворечиво.

Эти признаки укладываются в следующие параметры:

Стремление к общению
Коммуникативные предпочтения

Вступление в общение
Искренность и откровенность в общении
Доминантность в общении
Тематика общения
Выход из общения
Уклонение от общения
Самопрезентация
Нравоучительность и морализаторство
Оценочность общения
Общение с мужчинами
Общение с женщинами
Логичность письменного изложения
Реакция на критику
Реакция на похвалу, оказываемые почести
Отношение к публичным выступлениям
Реакция на бытовые проблемы
Реакция на упреки женщин
Обращение с просьбами и поручениями
Использование юмористического регистра общения
Использование языковой игры
Невербальное поведение

Описание по перечисленным параметрам позволило следующим образом охарактеризовать доминантные черты коммуникативной личности А.П.Чехова:

1. Высокая общительность, повышенное стремление к общению - письменному и устному
2. Стремление к использованию юмористического регистра общения в большинстве коммуникативных ситуаций
3. Стремление к нестандартным формам вступления в общение и завершения общения, к нестандартным формам выражения мысли в целом.
4. Этикетная вежливость с элементами неформальных отношений
5. Соединение «высокого» и «низкого» в общении
6. Преобладающий интерес к литературно-культурной, природной и географической тематике общения
7. Высокая коммуникативная оценочность, стремление оценивать (людей, города, народы, природу, погоду, театральную, городскую и курортную публику, критиков и газетчиков, интеллигенцию, литературные произведения и театры)
8. Категоричность высказываемых оценок, преобладание негативных оценок.

9. Высокая доминантность в общении с родными и близкими друзьями, высокая императивность, нравоучительность и морализаторство
10. Высокая требовательность как литературного критика, допускающая категоричные и бранные негативные оценки
11. Стремление высоко оценивать мужчин по уму, таланту, интересу как собеседника и снисходительно оценивать женщин по внешности, интеллектуальным и творческим способностям.
12. Высокая откровенность в обсуждении бытовых вопросов и низкая в характеристике своего душевного состояния
13. Сдержанная реакция на бытовые проблемы
14. Невысокая частотность обращения с просьбами и поручениями, преобладание шуточных, неформальных средств обращения с просьбой
15. Склонность к иронической и уничижительной самопрезентации
16. Резкая негативно-эмоциональная реакция на заочную критику и на неумеренную похвалу, почести.
17. Нелюбовь к публичным выступлениям
18. Допустимость резкого, категорического уклонения от общения с нежелательным собеседником
19. Высокая языковая креативность, широкое использование языковой игры
20. Сдержанное невербальное поведение

Данная модель реализована в системном описании коммуникативной личности А.П.Чехова (Куркина 2018) и может лечь в основу описания коммуникативной личности любых лиц.

Куркина А.С. Коммуникативная личность А.П.Чехова. – Воронеж: издательство «ООО РИТМ», 2018. - 211 с.

Психолингвистическое описание семантики

Н.В.Акованцева

Ассоциативный кластер в языковом сознании

Исследование лексической системности языкового сознания психолингвистическими методами показывает, что эти методы позволяют достаточно достоверно установить группировку лексем в языковом сознании и выявить системные отношения между единицами лексической системы языка.

Ассоциативные эксперименты позволяют выявить ассоциативные поля, образуемые отдельными лексемами в языковом сознании носителей языка.

Поскольку ассоциативные эксперименты могут быть разных типов - в частности, свободный и разные виды направленного ассоциативного эксперимента, ассоциативные поля, полученные разными методами, будут различаться. В связи с этим встает вопрос о том, какой же вид будет иметь ассоциативная группировка лексики, объединяемая одним словом - стимулом.

Наше исследование показывает, что ассоциативные поля, полученные в результате ассоциативных экспериментов разных типов, в соответствии с принципом дополнительности должны быть объединены в единую структуру, которая и будет являться моделью ассоциативной группировки стимула в языковом сознании.

Мы предлагаем назвать такую структуру *ассоциативный кластер*. Отдельные поля, дополняя друг друга в составе кластера, предстают как единое ассоциативное поле, в котором учтены все результаты, полученные разными ассоциативными методиками.

Ассоциативный кластер представляет собой, таким образом, объединенное ассоциативное поле одного стимула..

Кроме того, многочисленные наблюдения показывают, что для языкового сознания при задействовании механизма ассоциирования частеречная принадлежность стимула оказывается практически нерелевантной - однокоренные стимулы дают очень сходные ассоциативные поля. Так, пилотажный эксперимент, проведенный со словами ОТДЫХ и ОТДЫХАТЬ (100 ии), продемонстрировал тенденцию испытуемых давать во многом сходные реакции на оба стимула, игнорируя их частеречную принадлежность, что привело нас к выводу, то при выявлении ассоциативного поля ОТДЫХ необходимо использовать оба стимула, поскольку языковое сознание во многом рассматривает их в смысловом отношении как идентичные.

Таким образом, в ассоциативный кластер могут войти и ассоциативные поля, полученные на однокоренные стимулы.

В нашей работе ассоциативный кластер ОТДЫХ/ОТДЫХАТЬ образуют 10 ассоциативных полей, полученных разными методами.

Нами были проведены свободный и направленный ассоциативные эксперименты со словами-стимулами ОТДЫХ и ОТДЫХАТЬ.

Свободный ассоциативный эксперимент (САЭ)

Испытуемым предлагалось привести любое слово, которое приходит им в голову, когда они слышат слово-стимул. Им были предложены слова ОТДЫХ и ОТДЫХАТЬ; для чистоты эксперимента наряду с исследуемыми лексемами испытуемым предлагался ряд фоновых слов (*время, музыка, дети, пустыня, тюльпан, жить, красивый, дверь*).

Направленный ассоциативный эксперимент (НАЭ)

Испытуемым предлагалась следующая инструкция:

Просим вас принять участие в психолингвистическом эксперименте, который проводится в научных целях. Завершите предложенные вам фразы. Нас интересует ваше личное мнение. Напишите, пожалуйста, не менее 3 слов-реакций.

После пилотажного эксперимента (100 ии) были определены основные смысловые категории, в рамках которых испытуемые чаще всего осмысливают стимулы ОТДЫХ и ОТДЫХАТЬ.

Эти категории оказались таковы: ОТДЫХ – виды (разновидности), признаки, место, участники; ОТДЫХАТЬ – виды (разновидности), место, способ, участники.

Именно к этим категориям и были поставлены направляющие вопросы: ОТДЫХ: виды – *это*, признаки – *какой*, место – *где*, участники – *с кем*; ОТДЫХАТЬ – виды – *что делать*, место – *где*, способ – *как*, участники – *с кем*.

Таким образом, испытуемым для основного эксперимента были предложены следующие формулы:

Отдых – это..., отдых – какой..., отдых – где..., отдых – с кем... ;

Отдыхать – что делать, отдыхать – где, отдыхать – как, отдыхать – с кем.

Участниками основного эксперимента были мужчины и женщины всех возрастных групп (от 15 до 50 и старше), мужского и женского пола. Испытуемыми явились представители таких сфер деятельности как медицина, образование, наука, информационные технологии и связь. В направленном ассоциативном эксперименте приняло участие в общем 706 чел. Направленные реакции на стимул отдых дали 352 ии, на стимул отдыхать – 354.

Общее количество ии, принявших участие в ассоциативных экспериментах, составило 1547 человек. Общее количество полученных реакций по результатам свободного и направленного ассоциативных экспериментов составило 7562. Отказы – 4.

По результатам ассоциативных экспериментов был сформирован ассоциативный кластер ОТДЫХ/ОТДЫХАТЬ. При формировании кластера все реакции воспроизводятся в том виде, в котором их дали испытуемые, лишь объединяются разные морфологические формы слова с суммированием их частотности.

Ассоциативный кластер – это тип лексической группировки в языковом сознании.

Как показывает исследование, объединенное ассоциативное поле (кластер) обнаруживает в своей структуре все основные виды лексических системных связей и, следовательно, выступает как

определенный тип группировки в лексико-фразеологической системе языка.

Ассоциативный кластер выявляет в своем составе частные лексико-фразеологические группировки (синонимические ряды, антонимические пары, лексико-семантические и лексико-фразеологические группы, тематические поля), при этом соответствующие группировки входят в состав ассоциативных полей неполностью, а только своей наиболее *актуальной для языкового сознания* частью.

Таким образом, ассоциативный кластер интегрирует наиболее когнитивно, номинативно и коммуникативно релевантные элементы системы языка.

Ассоциативный кластер имеет полевую структуру и может быть подвергнут полевой структуризации; реакции приводятся по убыванию их частотности в кластере.

Полевая организация ассоциативного кластера ОТДЫХ/ОТДЫХАТЬ, имеет следующий вид.

ОТДЫХ /ОТДЫХАТЬ

1547 ин

Общее число реакций – 7562

Общее число интегрированных единиц – 1152

(интеграция предполагает объединение разных частеречных форм одного слова).

Ядро

В ядро вошли наиболее частотные реакции, имеющие частотный разрыв от ближней периферии (547–125):

с друзьями 547, на море 456, весело 300, дома 288, спать 209, на природе 201, с семьей 172, одному 166, активный 157, с родными 152, хороший 125, расслабляться 125 (всего 12 единиц – 1% единиц поля, 2898 реакций – 38% от всех полученных реакций).

Ближняя периферия

В ближнюю периферию вошли менее частотные по сравнению с ядром ассоциативные реакции, имеющие частотный разрыв с ядром (95–9), (всего 113 единиц – 10% единиц поля, 3078 реакций – 41% от всех полученных реакций):

с родителями 95, с любимым человеком 91, спокойный 87, на пляже 78, с девушкой 76, гулять 70, в лесу 69, летом 66, на даче 64, долго,

развлекаться 58, на реке, за границей 55, приятный 51, красиво 49, интересно 48, смотреть телевизор 46, с близкими людьми 45, заниматься спортом, с компанией, читать 43, загорать 42, на Юге 41, с родственниками 37, с детьми, путешествовать 36, радоваться 35, на улице, лежать, играть в компьютер 34, полезный 33, в горах 32, слушать музыку 31, ничего не делать, играть, смена рода деятельности, в тишине 30, в деревне, пассивный, в клубе, на диване 29, плавать, в кино 27, с удовольствием, с самим собой 26, не работать, купаться 25, с мамой, под солнцем 24, классный, танцевать, в кровати, заниматься любимым делом 22, отпуск, свобода, в кафе, со знакомыми, беззаботно 20, в Сочи, клевый, запоминающийся 19, бездельничать, каникулы, работать, рыбачить, свободное время, с приятелями 18, грустить, с книгой, с мужем, с парнем, общаться, восстанавливать силы 17, на курорте 16, на турбазе, с душой, наслаждаться 15, лениться, на свежем воздухе, разнообразный, с приятными людьми 14, в гостях, везде, думать, есть, отлично, шумный 13, познавательный, за городом, легко, сидеть, тепло, с молодым человеком 12, круто, счастье, в парке, отдыхать, подвижный, с любимыми людьми 11, в театре, забыть о проблемах, на острове, наедине, незабываемый, оздоровительный, прекрасно, с женой, с сестрой 10, общаться с друзьями, в санатории, выходные, не дома, релаксация 9.

Дальняя периферия

К дальней периферии были отнесены реакции (частотность 8-3), (всего 135 единиц – 12% единиц поля, 595 реакций – 8% от всех полученных реакций):

в другой стране, в океане, долгожданный, заниматься хобби, здорово, мечтать, необходимый, покой, прикольный, с мальчиком, экстремальный 8, есть, есть шашлыки, отвлекаться, с братом, с животными 7, в другом городе, в спортзале, время, всегда, любить, на песке, на экскурсии, ни с кем, позитивный, с кошкой, с собакой, увлекательный 6, безбашенный, в бассейне, в Италии, в ресторане, в Турции, вместе, жизнь, комфортно, короткий, на вечеринке, на квартире, на спортивной площадке, офигенный, пить, с внуками, суперский, трудиться, у бабушки 5, в бане, в гамаке, в Европе, в Египте, в лагере, в отеле, в постели, в туалете, вода, делать что хочется, дружно, жаркий, желанный, играть в футбол, качественный, лежать на диване, молча, на дискотеке, на халяву, набираться сил, не ходить в школу, неважно, недолго, петь, пить, пить пиво, плохой, полноценный, размышлять, с девчонками, с дочерью, с коллегами, с папой, с пользой для здоровья, с размахом, смеяться, физический, у водоема, у воды, уединение, умиротворение, часто, энергично 4, бегать, без проблем, безумный, бесконечный, большой, в

Анапе, в городе, в любимом месте, в Париже, в развлекательном комплексе, в России, в саду, в теплых странах, валяться на диване, все время, вязать, гармония, где угодно, дорогой, забавно, заниматься сексом, занятие, интернет, кайфовый, кататься на велосипеде, лучший, на вписке, не думать о работе, не думать об учебе, не учиться, нескучный, ни о чем не думать, праздничный, отрываться, с близкими и родными людьми, с единомышленниками, с любовницей, с тобой, с хорошим человеком, сменить обстановку, существительное, творить, уютный, футбол, шикарный, яркий 3.

К **крайней периферии** были отнесены реакции с частотностью 2-1, 892 единицы – 77% всех единиц поля, 1006 реакций – 13% от всех полученных реакций).

Ассоциативный кластер может быть использован для описания психолингвистического значения слов-стимулов. Для этого он должен быть подвергнут процедуре семантической интерпретации, в процессе которой семантически сходные реакции объединяются в одну с суммированием их частотностей и интерпретируются как актуализация конкретной семы, которая формулируется исследователем на их основе (Стернин, Рудакова 2011). После проведения процедуры семантической интерпретации семы объединяются в отдельные значения (семемы) и формулируются психолингвистические значения слов-стимулов, которые упорядочиваются при описании по яркости каждого значения.

Таким образом, понятие ассоциативного кластера позволяет, с одной стороны, говорить об особом типе лексической группировки в языковом сознании, а, с другой стороны, - о возможности на базе ассоциативного кластера углубленного психолингвистического описания значений слов-стимулов.

Стернин И.А, Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы. – LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH Co.KG: Saarbrücken, 2011. – 192 с.

С.В.Коваленко

Особенности описания семантики имён медийных личностей

Имена собственные в зависимости от принципов, по которым строится их описание, делятся на семантические группы (Коваленко 2018, с. 43).

Рассмотрим семантическую группу «медийные личности». Некоторые имена, включённые в состав этой группы, могут также входить в состав семантической группы «деятели искусства» (например, антропонимы *Киркоров, Пугачёва*). В подобных именах, с одной стороны, актуализированы семы, связанные с творческой деятельностью лиц, а с другой стороны, присутствуют признаки, характерные для семантической группы «медийные личности». В данной работе мы опишем особенности этой семантической группы на примере следующих имён: *Галкин, Киркоров, Малахов, Малышева, Пугачёва*. Для каждого значения имени приведём семы, индекс яркости которых больше или равен 0,01. В скобках рядом с именем указан совокупный индекс яркости, определяющийся как отношение количество реакций, актуализирующих данное значение, к общему количеству реакций.

Галкин (СИЯ 0,79)

Юморист 0,12, ведущий 0,05, пародист 0,05, артист 0,03, певец 0,03; муж Аллы Пугачёвой 0,13, воспитывает детей с Пугачёвой 0,01; молодой 0,05, моложе Аллы Пугачёвой 0,03; по имени Максим 0,05; бесполезный 0,02, странный 0,02, посмеище 0,02; богатый 0,01; глупый 0,01; его фамилия образована от названия птицы 0,01; известный 0,01; неприятный 0,01; несмеишно шутит 0,01; носит очки 0,01; улыбчивый 0,01.

Киркоров (СИЯ 0,92)

Певец 0,33, артист 0,02, король поп-музыки 0,01; высокий 0,07; по имени Филипп 0,05; носит блестящую одежду 0,03, носит яркую одежду 0,03, с необычной причёской 0,03; странный 0,03; бездарный 0,02; бывший муж Пугачёвой 0,02; бьёт женщин 0,02; известный 0,02; пожилой 0,02; эпатажный 0,02, пафосный 0,01; болгарин 0,01; голосистый 0,01; похож на гомосексуалиста 0,01; танцует 0,01.

Малахов

1. (СИЯ 0,72) *Телеведущий 0,28; много разговаривает 0,06, кричит 0,02; известный 0,02, набирает популярность 0,02; надоедливый 0,02, неприятный 0,02, раздражает 0,01, скучный 0,01; по имени Андрей 0,02; ведёт передачи на Первом канале 0,01, ведёт ток-шоу 0,01; глупый 0,01; с длинными волосами 0,01; скандалист 0,01, сплетник 0,01; стильный 0,01; сочувствует Шурыгиной 0,01.*

2. (СИЯ 0,55) *Телеведущий 0,23; ведёт передачи о здоровье 0,06; ведёт глупые передачи 0,01; ведёт передачи на Первом канале 0,01; много разговаривает 0,03; кричит 0,02; известный 0,02; надоедливый 0,02; раздражает 0,01; неприятный 0,01; скучный 0,01.*

Малышева (СИЯ 0,86)

Ведущая телепередач о здоровье 0,23, медик 0,09; странная 0,10; часто говорит фразу «это норма» 0,04, много говорит 0,02; неквалифицированная 0,03; по имени Елена 0,03; глупая 0,02, умная 0,01;

даёт советы 0,02, информирует 0,01; посмешище 0,02; светловолосая 0,02, носит очки 0,01, с необычной причёской 0,01, носит широкие юбки 0,01; отрезает воротник свитера, говоря об обрезании 0,01; пожилая 0,01.

Пугачёва (СИЯ 0,90)

Певица 0,33, народная артистка СССР 0,01; пожилая 0,12; жена Галкина 0,05, растит детей 0,02; имеет пышные рыжие волосы 0,05, полная 0,03; известная 0,04; по имени Алла Борисовна 0,03; отдыхает 0,01, уходит со сцены 0,01; эпатажная 0,01.

Приведённые имена собственные достаточно актуальны для сознания носителей языка, демонстрируют высокий или очень высокий уровень семантической освоенности. Представляется возможным выделить и другие признаки, одинаковые для имён семантической группы «медийные личности».

В первую очередь, в структуре всех значений выделяются семы, актуализирующие деятельность носителя имени, причём эта сема всегда оказывается ядерной. Если носитель имени не является деятелем искусства, то актуализируется сема, связанная со способом появления носителя имени на публике (*ведущий, телеведущий, юморист* и т. д.). Если носитель имени является деятелем искусства, то в структуре значения обязательно присутствует периферийная сема «артист», в то время как ядерная сема актуализирует творческую деятельность лица. Отметим, что для имён, принадлежащих деятелям искусства и не входящих в семантическую группу «медийные личности», нехарактерно появление семы «артист». Данная сема может входить в семантику имени деятеля искусства, если это звание лица, например, «народный артист России».

Ядро значения для имён, относящихся к семантической группе «медийные личности» является сильным (Коваленко, Рудакова 2018, с. 16). На периферии часто находятся семы, связанные с:

1. оценкой степени обыкновенности или необыкновенности носителя имени (*странный*);
2. особенностями внешнего вида, поведения, речи носителя имени (*кричит, много разговаривает, носит блестящую одежду, часто говорит фразу «это норма»*);
3. степенью известности лица (*известный, набирает популярность*);
4. особенностями деятельности носителя имени (*ведёт передачи на Первом канале, ведёт передачи о здоровье, информирует, уходит со сцены*);
5. именем лица (*по имени Алла Борисовна, по имени Елена*);
6. оценкой лица и эмоциями, вызываемыми лицом (*неприятный, раздражает*).

В структуру значений имён, принадлежащих к семантической группе «медийные личности», редко входят семы, связанные с чертами характера

носителя имени. Это даёт основание относить имена *Киркоров*, *Пугачёва* и т. п. к рассматриваемой семантической группе, так как в структуре этих имён слабо представлены семы, связанные с «внутренней» деятельностью лиц (характерные для имён семантической группы «деятели искусства»), доминируют семы, актуализирующие особенности поведения, публичной деятельности, внешнего вида лиц.

Также в структуру значений имён рассматриваемой семантической группы редко входят семы, демонстрирующие позитивное отношение к лицу. Все приведённые имена, кроме имени *Пугачёва*, имеют ярко выраженную отрицательную оценочность.

Галкин

Одобрительное 0,01; неодобрительное 0,05

Позитивно-эмоциональное 0,01; негативно-эмоциональное 0,01

Киркоров

Одобрительное 0,02; неодобрительное 0,08

Неэмоциональное

Малахов

1. Одобрительное 0,03; неодобрительное 0,08

Негативно-эмоциональное 0,04

2. Одобрительное 0,02; неодобрительное 0,08

Негативно-эмоциональное 0,01

Малышева

Одобрительное 0,03; неодобрительное 0,10

Неэмоциональное

Пугачёва

Одобрительное 0,01; неодобрительное 0,01

Неэмоциональное.

Индивидуальные реакции в основном актуализируют особенности деятельности и поведения лица, черты внешности и манеры одеваться.

Таким образом, значения слов, относящихся к семантической группе «медийные личности», имеют следующие особенности:

- 1) имена хорошо семантически освоены;
 - 2) ядро значения образуют семы, указывающие на сферу деятельности лица;
 - 3) периферийные семы в основном связаны с деятельностью лица, особенностями его поведения, внешнего вида, речи, с необычными поступками;
 - 4) индивидуальные семы также характеризуют лицо «извне», почти не указываются черты характера носителя имени;
 - 5) имена чаще всего оцениваются отрицательно.
-

Коваленко С.В. Особенности описания семантики имён политиков // Семантико-когнитивные исследования. Межвузовский сборник научных трудов / Под ред. И.А. Стернина. - Вып. 9. - Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018. - с. 43-51.

Коваленко С.В., Рудакова А.В. О теоретических категориях описания психолингвистических значений собственных имён // Психолингвистика и лексикография: сборник научных трудов / Науч. ред. А.В. Рудакова. - Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018. - Вып. 5. - с.15-21.

А.В.Пантелеева

Возрастные стереотипы мышления в тексте

Выделяют стереотипы поведенческие, гендерные, этнические, возрастные, профессиональные и т.д. Все эти стереотипы едины в одном: они навязаны человеку окружением, рекламой, пропагандой, религией, общественной или политической обстановкой.

Мы провели эксперимент, в ходе которого хотели выяснить, какие существуют у носителей языка возрастные стереотипы.

Для того чтобы выяснить возрастные стереотипы мышления, мы опросили две категории людей. Первую группу составляли люди в возрасте 15-30 лет, вторую – старше 50 лет. При выборе респондентов нас не интересовало социальное положение, профессия, уровень образования. Единственным критерием стал возраст. В каждой группе было по 25 человек. Вопросы были построены по типу: *«Что Вы думаете о... (молодежи, пожилых людях)?»* и задавались двум группам респондентов. Таким образом, мы узнали, что думают люди разных возрастов о себе и о другой группе. Рассмотрим и прокомментируем результаты.

Стереотипы пожилых людей о молодежи

1) **«Молодежь зависима от интернета».** Данный стереотип присущ 100% респондентов.

Выражается во фразах: «вечно с телефонами», «не вылазят из своих интернетов», «головы не поднимают», «на дорогу даже не смотрят, с ног сбивают», «постоянно за компьютером своим», «день и ночь сидят», «что в мире творится, все от игр этих», «света Божьего не видят, только телефоны»)

2) **«Молодые люди не знают, что такое настоящая музыка».** Данный стереотип разделяют 65% опрошенных.

Выражается во фразах: «слушают что попало», «орет что-то там у них», «музыки нет, что-то ухает», «слов не разобрать», «постоянно в наушниках, а там «бух-бух», кошмар просто», «вот в наше время была музыка, мы танцевали...а разве под это потанцуешь?»)»

Конечно, встретить молодого человека, увлекающегося классической музыкой сложно, но далеко не вся современная музыка плоха.

3) **«Молодые люди очень ленивы».** Данный стереотип имеют 80% респондентов.

Выражается во фразах: «ничего не делают», «я в их возрасте уже работала», «родителям не помогают», «сидят на шее», «не хотят учиться», «мой внук даже картошку чистить не умеет»)

4) **«Молодежь любит делать селфи».** 20% респондентов обнаруживают данный стереотип.

Выражается во фразах: «ходят с палками, а те держат телефоны, как только не боятся разбить», «внук сказал, что это модно – фотографировать себя», «девчата идут и останавливаются, везде фотографируются, стыд потеряли»)

5) **«Молодежь и дня не сможет прожить без телефона».** Данный стереотип есть у 100% опрошенных.

Это выражается во фразах: «вечно с телефонами», «головы не поднимают», «на дорогу даже не смотрят, с ног сбивают», «внучке телефон купили два года назад, а ей новый подавай», «они, наверное, даже спят с этими своими телефонами», «о, у тебя тоже телефон в руках, милочка»).

6) **«Молодежь думает только о себе».** Данную мысль выразили 25% опрошенных.

Это выражается в словах: «эгоиста вырастили», «эх, лупить его надо было в детстве, говорила я ...», «отца слушать перестал, только требует», «да мы-то им зачем, они только о себе и думают», «поколение наглецов и эгоистов»)

7) **«Они слишком молоды, чтобы что-то понять в этой жизни».** Эту мысль выразило 20% опрошенных.

Это выражается во фразах: «губы от молока не обсохли, а уже знает он все», «вечно все по-своему делает», «музыкантом хочет стать, а разве это работа? В мое время на заводах работали, а эти...», «ничего не знают», «не могут определиться», «нас надо слушать, мы лучшие знаем», «думают, что знают все»)

8) **«Молодые люди откровенно одеваются».** Эту мысль выразили 65% респондентов.

Это выражается в словах: «о, вчера с соседнего подъезда пошла, все видно», «паренек вчера в рваных штанах шел, все коленки видны, срам», «а вы видели юбки, в наше время все закрыто было, а сейчас напоказ все», «в наше время так одевались только распутницы», «ну у них и мода, все напоказ», «одежда должна прикрывать, а не наоборот»)

9) **«Молодежь не читает книги».** Данный стереотип прозвучал в ответах 30% опрошенных.

Это выражается в словах: «с книгой-то уже не встретишь, с телефонами все», «в библиотеке ни разу не видела молодежь», «внучке подарила книгу на день рождения, так она обиделась, сказала, что не люблю ее», «раньше мы были самой читающей страной, а сейчас...интернет все»)

10) Молодые люди стали распушенными и развязными. Эту мысль выразило 25% опрошенных.

Это выражается в словах: «целовались вчера, средь бела дня», «она на нем так и виснет», «не стыдятся никого», «в магазине видела, как паренек водку брал, молодой совсем, в наше время пили, но стеснялись, прятали, а этот будто даже гордился»)

11) «Подростки много матерятся». Эту мысль выразило 25% опрошенных.

Это выражается во фразах: «как сапожники», «через слово мат», «сделаешь замечание, а они не реагируют, не стыдятся», «не замечают уже»)

Стереотипы пожилых людей о себе

1) «Раньше жилось лучше». Данную мысль выразили 100% опрошенных.

Это выражается во фразах: «Сталина на них нет», «вот раньше...», «в моей молодости спокойнее было», «все были равны, а сейчас...», «сейчас бы полстраны в лагеря, и снова бы жить хорошо начали», «воюют везде, взрывают, страшно, раньше было не так», «тогда мы знали, что нас ждет», «да, колбаса в дефиците была, но было спокойно, не в колбасе счастье»)

2) «Нас теперь никто не слушает». Данная мысль прозвучала в ответах 60% респондентов.

Это выражается в словах: «говорила я ему, а он...вырос уже», «хотел сыну помочь, а тот сказал: «не трогай, хуже сделаешь», «воспитали внука, горе, а не внук, а я говорила, пороть надо, с детства, чтоб человеком вырос, а не тунеядцем», «да что мы понимаем, говорят они, а мы жизнь уже прожили», «молодежь даже слушать нас не хочет, отмахивается»)

3) «Государству до нас нет дела». Данную мысль выразило 50% опрошенных

Это выражается в словах: «да там только о себе думают», «на что жить, если пенсия такая», «кто о нас позаботится, если не государство», «пенсии не повышают, а цены они быстро поднимают», «в подъезде лифт уже год не работает, с трудом поднимаюсь домой, а государству не до этого», «это раньше мы нужны были, пока работали, а сейчас, и говорить нечего», «а на лекарства цены? Как жить, куда государство смотрит»)

4) **«Мы никому не нужны».** Этот стереотип выразили 35% опрошенных.

Это выражается в словах: «дочь пообещала в дом престарелых сдать», «мешаю я им, в собственной квартире», «некогда им со мной старой возиться, только внучка приходит, читать учимся»)

Стереотипы молодежи о пожилых людях

Мы работали с группой, представленной 25 молодыми людьми в возрасте от 15 до 30 лет. Им мы задавали похожие вопросы: «Что вы думаете о пожилых людях?», «Как вы относитесь к пожилым людям?».

1) **«Старики не должны вести активный образ жизни, они должны отдыхать».** Эта мысль прозвучала в ответах 80% опрошенных.

Это выражается во фразах: «старики такие спортивные, этот бегают, те финской ходьбой занимаются», «вот я на пенсии спать буду», «чего ходить туда сюда? Отдыхать надо!», «я бы тоже спала сутками», «нафига бегать туда-сюда, отдыхать надо, а то весь транспорт набит бабками», «больные они, ага, как же»

2) **«Старики постоянно учат».** Данный стереотип выражен в ответах 60% опрошенных.

Это выражается во фразах: «постоянно лезут со своими нравоучениями», «любимая фраза бабушки: «А я тебе говорила!», «всеми тебя учить надо» - мне так дед говорил», «будто знают все на свете», «надоело, у меня своя жизнь, не надо учить вечно», «дед бубнит, недоволен всеми моими действиями», «ненавижу фразу: «Вот я...»)

3) **«Старики нас никогда не понимают и не поймут».** Эту мысль высказали 50% опрошенных.

Это выражается во фразах: «кайф ломают», «забыли, как тусили в молодости», «живут в прошлом», «отстали от жизни», «они уже ничего не понимают», «их время прошло», «жизнь меняется, они не знают ничего о современности», «современные старики - большая редкость».

4) **«Все старики ворчат».** Этот стереотип встретился в высказываниях 25% реципиентов.

Это выражается во фразах: «вечно что-то не нравится», «моя бабушка всегда говорит, даже с собой», «дед бубнит постоянно», «да они сейчас всем недовольны», «сидят около подъезда, недовольные», «сидят, обсуждают».

5) **«Все бабки спешат куда-то по утрам, заполняя автобусы».** Эта мысль встретилась в ответах 15% опрошенных

Это выражается во фразах: «бабки по утрам в автобусе – это адище», «куда едут все эти бабки по утрам?», «бесят бабки старые по утрам».

Нами также было предпринято исследование возрастных тем общения – какие преимущественно темы в общении поднимают пожилые и молодые люди, каковы их коммуникативные интересы.

Для того чтобы определить, какие темы волнуют пожилых людей, мы посетили дом престарелых и побеседовали с его жителями, пообщались с пенсионерами, навестили знакомых стариков. Количество интервьюируемых - 45 человек. В ходе общения мы записали все тексты, выделили темы, на которые наиболее часто общаются пожилые люди. Это оказались такие темы (в порядке убывания их частоты в ответах испытуемых):

- 1) жалобы на маленький размер пенсии;
- 2) внуки и дети;
- 3) неопределенность будущего,
- 4) пагубное влияние телевидения,
- 5) сравнение настоящего с прошлым;
- 6) сожаление о покупке ненужных вещей;
- 7) сожаление о недостаточном общении с детьми;
- 8) неисполненные мечты;
- 9) сожаление о тяжелом труде;
- 10) отрицательная оценка молодежи, религия;
- 11) сожаление, что в свое время родили мало детей (женская тема);
- 10) сожаление о том, что раньше слишком много работали в ущерб семье;
- 11) потерянная дружба;
- 12) воспоминания о прошлых путешествиях;
- 13) сожаление о недостатке образования;
- 14) сожаление о безверии;
- 15) творчество, свободное время.

Среди высказываний молодых людей доминируют другие предпочтительные темы общения. Мы это выяснили, предложив молодым людям от 15 до 30 лет ответить на вопрос: *«Какие темы вы обычно обсуждаете с ровесниками?»*. Опрошенных было 50 человек. Приведем список наиболее часто встречающихся тем:

- 1) Политическая деятельность и политическая жизнь общества. Политиков современности обличают, критикуют и создают собирательные образы чиновников.
- 2) Правоохранительные органы.
- 3) Спортивные события и состояние спорта. Обсуждение последних спортивных мероприятий, спортсменов, их заработной платы.
- 4) Человек и его недостатки. Доминирует обсуждение недостатков, проявление зависти к более успешным.

5) Школьная, студенческая жизнь. Современный человек в сознании русского человека – молодой человек, поэтому все разговоры в основном только о молодых: молодежь предпочитает обсуждать себя.

6) Деньги. Обсуждение курса валют, кредитных ставок и заработной платы.

7) Цифровые технологии, инновации.

8) Техника, автомобили.

9) Внешность, мода

10) Противоположный пол.

Инициативное обсуждение данных тем в текстах позволяет рассматривать их как маркеры соответствующего возраста.

Возрастные стереотипы мышления обнаруживаются в текстах, принадлежащих разным возрастным группам, в виде определенных утверждений.

Выражаемые в тексте утверждения, вербализующие стереотипы молодого поколения:

1) Все пожилые одинаковы

2) Старые люди бедные

3) Все пожилые нездоровы

4) Все пожилые подвержены депрессии

5) Пожилые – обуза для других

6) Пожилые не могут функционировать в обществе

7) Все старые люди одиноки

8) Все старые люди становятся слабоумными

9) Старики нас никогда не понимают и не поймут

10) Все старики ворчат

11) Все бабки спешат куда-то по утрам, заполняя автобусы

12) Старики постоянно учат

13) Старики не должны вести активный образ жизни, они должны отдыхать.

Выражаемые в тексте утверждения, вербализующие стереотипы старшего поколения:

1) Государству до нас нет дела

2) Мы никому не нужны

3) Нас теперь никто не слушает

4) Раньше жилось лучше

5) Молодежь зависима от интернета

6) Молодые люди не знают, что такое настоящая музыка

7) Молодые люди очень ленивы

8) Молодежь любит делать селфи

9) Молодежь и дня не сможет прожить без телефона

10) Молодежь думает только о себе

11) Они слишком молоды, чтобы что-то понять в этой жизни

- 12) Молодые люди слишком откровенно одеваются
- 13) Молодежь не читает книги
- 14) Молодые люди стали распушенными и развязными
- 15) Подростки много матерятся.

Данные утверждения являются маркерами возраста соответствующего автора текста.

Таким образом, инициативные темы общения и вербализованные в текстах стереотипы могут служить маркерами возраста автора того или иного текста, что может быть использовано в лингвокриминалистике при выполнении диагностической экспертизы текста.

И.В. Пономаренко

Оппозиты слова ПРОГРАММА *(по результатам экспериментального исследования)*

Предметом исследования в данной статье являются оппозитивные отношения слова ПРОГРАММА в языковом сознании носителей русского языка.

Исследуемые оппозиты к слову-стимулу получены методом лингвистического интервьюирования (Виноградова, Стернин 2016). В эксперименте приняли участие 100 информантов (ИИ) — представители обоих полов в возрасте от 17 до 66 лет, студенты и лица, имеющие разные профессии. В опросник включены двести наиболее частотных знаменательных слов русского языка (существительных, прилагательных, глаголов), относящихся к частотному ядру русской лексики. Информантам предлагалось подобрать несколько слов с противоположным значением к каждому слову-стимулу.

Полученные ответы обобщены, вычислен индекс яркости оппозитивов (отношение числа одинаковых оппозитивных реакций на лексему-стимул к общему количеству реакций). Все исследуемые лексические единицы с полученными оппозиитами были разделены по итогам исследования на четыре группы: с высоким, средним, низким и незначительным индексами яркости (ИЯ).

Выявление оппозитивных отношений для исследуемого слова вызвало затруднения у 23 испытуемых, от которых были получены отказы.

После вычисления ИЯ оппозитов слово-стимул ПРОГРАММА было отнесено нами к группе с незначительным индексом яркости оппозитивных отношений.

Проанализируем полученные результаты эксперимента (они представлены в следующем виде: слово-стимул, количество информантов, слова-реакции с указанием частотности, количество отказов).

ПРОГРАММА 100 — хаос 7, беспорядок 6, импровизация 6, алгоритм 3, передача 3, спонтанность 3, бессмыслица 2, представление 2, приложение 2, участие 2, анархия, антипрограмма, антихайп, бездействие, беззаботность, бесплановость, беспорядочные действия, бессистемность, бесцельность, вирус, жизнь, задача, игра, иррациональность, калькулятор, код, командная строка, механизм, минимум, незапрограммированность, нелинейность, непредсказуемость, неупорядоченность, оборудование, план, поиск, расписание, рассредоточенность, расхлябанность, сайт, самотек, свобода, свободный порядок действий, скрипт, судьба, театр, телезритель, форум, фотошоп, хаотичность, экспромт 1. Отказ — 23.

Можно отметить высокую долю индивидуальных реакций (41) на слово-стимул.

Проанализируем, вызвано ли это явление многозначностью стимула.

Методом обобщения и унификации словарных дефиниций (Виноградова, Стернин 2016) с использованием толковых словарей русского языка (БТС 2000; Ожегов, Шведова 2006) нами выявлены 11 лексикографических значений слова.

1. Содержание и подробный план предстоящей деятельности, работ и т.д.

Экономическая, социальная программа. Жизненная программа.

2. Изложение содержания и цели деятельности политической партии, организации или отдельного деятеля.

Выступить со своей программой перед избирателями. Внести изменения в программу и устав организации.

3. План, порядок проведения чего-либо.

Программа работы съезда. Включить в программу фестиваля благотворительную акцию.

4. Содержание концертных, цирковых представлений, радио- и телепередач; само такое представление, передача.

Новая цирковая программа. Радиостанция начинает свою вечернюю программу.

5. Листок с перечнем отдельных концертных, цирковых выступлений, имён исполнителей и т.п.

Театральная программа.

6. Небольшое печатное издание, содержащее указание времени трансляции радио- и телепередач.

Купить программу телепередач на следующую неделю.

7. Краткое изложение содержания учебного предмета, курса; брошюра с таким изложением.

Учебные, школьные программы. Программа. для пятого класса.

8. Круг знаний, подлежащих обязательному усвоению учащимися. Усвоить программу. Почитать что-нибудь сверх программы.

9. Тема, сюжет музыкального произведения или произведения изобразительного искусства.

Программа симфонии. Программа картины на библейскую тему.

10. План действий, задание для вычислительной машины или механизмов с программным обеспечением; описание на специальном языке последовательности выполнения такого плана, задания.

Заложить какую-либо программу в станок. Составить какую-либо программу.

11. Канал радио- или телевещания.

Переключить телевизор на вторую программу. По всем программам транслируют футбол.

Произведем семемную интерпретацию полученных оппозигов (Виноградова, Стернин 2016). Нами формулируются обобщенные значения реакций-оппозитов, которые представляют собой обобщение реакций по сходному семантическому признаку.

1. Отсутствие плана, порядка 38 (хаос 7, беспорядок 6, импровизация 6, спонтанность 3, анархия, антипрограмма, бесплановость, беспорядочные действия, бессистемность, иррациональность, незапрограммированность, нелинейность, непредсказуемость, неупорядоченность, рассредоточенность, расхлябанность, самотек, свободный порядок действий, хаотичность, экспромт 1) **в силу отсутствия планирования 6** (бессмыслица 2, беззаботность, бездействие, бесцельность, свобода 1), **возможности планирования 2** (жизнь, судьба 1). СИЯ 46

2. Программные продукты 8 (приложение 2, вирус, игра, сайт, скрипт, форум, фотошоп) **требующие проведения предварительных работ 10** (алгоритм 3, представление 2, задача, код, командная строка, план, поиск 1), **предназначенные для разных видов оборудования 2** (механизм, оборудование 1). СИЯ 20

3. Потребители программ 5 (участие 2, антихайп, театр, телезритель 1)

СИЯ 5

4. Оборудование, не требующее программ для работы 1 (калькулятор 1)

СИЯ 1

5. Симиляры 5 (передача 3, минимум, расписание 1) СИЯ 4

Отсутствие реакции на стимул — 23.

Обобщение оппозитивных реакций позволяет нам отнести полученные противопоставления к следующим лексикографическим значениям слова-стимула:

3. План, порядок проведения чего-либо.

Отсутствие плана, порядка 38 (хаос 7, беспорядок 6, импровизация 6, спонтанность 3, анархия, антипрограмма, бесплановость, беспорядочные

действия, бессистемность, иррациональность, незапрограммированность, нелинейность, непредсказуемость, неупорядоченность, рассредоточенность, расхлябанность, самотек, свободный порядок действий, хаотичность, экспромт 1) **в силу отсутствия необходимости планирования 6** (бессмыслица 2, беззаботность, бездействие, бесцельность, свобода 1), **возможности планирования 2** (жизнь, судьба 1) *СИЯ 46*

4. Содержание концертных, цирковых представлений, радио- и телепередач; само такое представление, передача.

Потребители программ 5 (участие 2, антихайп, театр, телезритель 1) *СИЯ 5*

10. План действий, задание для вычислительной машины или механизмов с программным обеспечением; описание на специальном языке последовательности выполнения такого плана, задания.

Программные продукты 8 (приложение 2, вирус, игра, сайт, скрипт, форум, фотопол) **требующие проведения предварительных работ 10** (алгоритм 3, представление 2, задача, код, командная строка, план, поиск 1), **предназначенные для разных видов оборудования 2** (механизм, оборудование 1), *СИЯ 20*

Новое значение, не находящееся в оппозитивных отношениях ни с одним значением, отраженным в лексикографических дефинициях:

Оборудование, не требующее программ для работы 1 (калькулятор 1) *СИЯ 1*

Выводы из проведенного исследования таковы.

У слова ПРОГРАММА в языковом сознании носителей языка наблюдаются оппозитивные отношения с другими лексемами. При этом в оппозитивные отношения слово вступает только в отдельных своих значениях, которые, таким образом, являются для лексикона системообразующими. Возможны оппозитивные отношения по основаниям, не отраженным в системных значениях слова-стимула.

Наиболее актуальными для установления оппозитивных связей являются 3 из 11 системных значений слова ПРОГРАММА. Именно по этим значениям лексема стимул ПРОГРАММА вступает в реальные оппозитивные отношения с единицами лексической системы русского языка.

При этом остальные значения стимула оппозитивных отношений в системе русского языка не демонстрируют.

Экспериментально выявленные лексемы, актуализирующее конкретное оппозитивное значение, могут образовывать цепочки симиляров. Так, в результате обобщения противопоставлений к значению «план, порядок проведения чего-либо» исследуемого слова, получены ряды симиляров, объединяющие 2, 6 и 38 элементов.

В семантике слова-стимула выявляются многочисленные индивидуальные оппозитивные отношения, число которых значительно превышает количество неединичных оппозитивных реакций, что свидетельствует, с одной стороны, о наличии в языковом сознании носителей языка многочисленных оппозитивных отношений лексем, а, с другой стороны, о значительной доле субъективности оппозитивных отношений в лексической системе, многие из которых не поддаются интерпретации. Это подчеркивает глубинный характер семантики слова-стимула – в семантике слова для отдельного носителя языка практически всегда находится некоторый семантический компонент, часто очевидный только ему одному или обусловленный ситуацией эксперимента, в отношении которого в языковом сознании носителя языка сформировано противопоставление.

Оппозитивные отношения лексем в системе языка, таким образом, во многом определяют системную организацию лексики.

БТС - Большой толковый словарь русского языка. /Под ред. С.А. Кузнецова, - Спб.: Норинт, 2000. - 1536 с.

Виноградова О.Е., Стернин И.А. Психолингвистические методы в описании семантики слова. Монография. - Воронеж: Истоки, 2016. - 160 с.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка имени В. В. Виноградова. - 4-е изд., дополненное. - М.: ООО «А ТЕМП», 2006. - 944 с.

Д.Ю.Просовецкий

Психолингвистическая модель оценочной лексики

Под лингвистическим понятием оценки, как правило, понимается итог оценочной деятельности говорящего, который выражен вербально. Важным фактором оценки является её закреплённость в обыденном языковом сознании. Такое выражение языковыми средствами отношения субъекта к объекту рассматривается как одна из семантических категорий языка. Представленные факты наглядно демонстрируют, что оценка находится на границе между субъективным (*оценочная деятельность говорящего*) и объективным (*закреплена в обыденном языковом сознании*).

Текст (в широком смысле), который содержит оценку в любой её форме, предполагает, пусть и не явно, наличие субъекта, объекта и факт оценочной деятельности субъекта. Иными словами – СУБЪЕКТ оценивает ОБЪЕКТ. Как считается, именно данная особенность придаёт

СУБЪЕКТИВНОСТЬ оценке, тогда как ОБЪЕКТИВНОСТЬ или объективный компонент базируется на собственных свойствах объектов (явлений, предметов и т.п.). Лингвистами описывается проявление данных механизмов в речи следующим образом: в процессе описания или рассуждения об объекте, субъект в одном случае опирается только на его непосредственные свойства, а в другом – на своё отношение к этим свойствам. Данное отношение оценочно и содержит в себе индивидуальную картину мира, культурные особенности и т.п. (Вольф 2002). Однако оценка реально имеет сложную структуру: *«в оценке субъективный и объективный факторы постоянно взаимодействуют, затрагивая субъект и объект оценки»* (Там же). Хотя некоторыми психологами делается вывод, что оценка объективна, а сам процесс оценивания осуществляется независимо от освоения окружающего мира и связан лишь с эмоциональным восприятием (Stevenson 1960; Вилонас 1984).

В высказывании оценка рассматривается как один из видов модальности (Стернин 1985) Таким образом, имеется некоторая оценочная модальность, которую для краткости называют оценкой. Конструкцию оценки можно представить следующим образом: имеется ценностная ориентация говорящего и некоторая обозначаемая реалья или её аспект. Оценка по сути является связью, которая устанавливается между ними на эмоциональном / утилитарном / этическом / ... основании (Телия 1986).

Поскольку оценка представляет собой один из видов модальности, то она имеет структуру, которая состоит из субъекта, предмета и основания оценки, сама же оценка соединяет эти компоненты. В качестве субъекта обычно выступает лицо(-а), присваивающее ценность соответствующему объекту (какому-то событию/предмету/...). Иногда добавляют к лицу, определяющему оценку, лицо, которое необходимо учитывать при определении оценки, то есть лицо относительно которого данному объекту приписывается статус «хорошо - плохо» (Мягкова 1990), либо дополнительно включают в рассмотрение адресата оценки (Stevenson 1974).

При таком подходе проведение каких-либо научных исследований оценки крайне затруднительно, поскольку любое подобное исследование превращается в задачу со многими неизвестными. При таком подходе в каждом оценочном акте необходимо определить: (1) лицо, дающее оценку; (2) лицо, относительно которого предмету приписывается некий статус; (3) основание оценки (рациональные, эмоциональные, ...)

Нами предлагается другая модель оценки. Определим оценку как любую бинарную оппозицию. Такая бинарная оппозиция образует определенную оценочную шкалу. Между полюсами бинарной оппозиции находится зона нейтрального, где свойства элементов оппозиции находятся в равновесии и

ни один из них не превалирует. Границы областей (полюсов и нейтрального) подвижны и могут меняться с течением времени.

Оценочная шкала не несимметрична относительно нейтральной оценки. Таким образом, при выборе любых двух лексем, образующих бинарную оппозицию, автоматически возникает оценочная шкала, где данные лексемы представляют собой границы, между которыми находятся другие элементы – лексемы, упорядоченные по степени сходства с одним из полюсов оппозиции. Неоценочные лексемы не имеют сходства ни с одним из элементов бинарной оппозиции. В данной модели оценка представляет собой связь между лексемой и шкалой оценки. Такую связь можно установить, например, с помощью индекса ассоциативного сходства, который позволяет установить степень ассоциативной близости лексем в обыденном языковом сознании (Просовецкий 2015).

При таком подходе оценка становится *объективной*, поскольку в ней фигурируют только оценочная шкала и сам объект, а конкретный *субъект* в виде кого бы то ни было отсутствует. Исследователь в данном случае только эксплицирует связь, которая была установлена без его участия. Рассмотрим на примере как работает данная модель.

Наиболее часто встречающаяся бинарная оппозиция – «хорошо – плохо». В связи с этим лексемы обычно делят на лексемы с положительной оценкой, отрицательной оценкой и неоценочные. В данном случае «хорошо», «плохо» и «неоценочно» представляют собой три области на шкале оценки, в рамках которых располагаются другие лексемы. Так лексема *замечательно* располагается в области хорошего, лексема *ужасно* в области плохого, а лексема *стол* в области нейтрального. В данном случае может сложиться впечатление, что субъект никуда не исчез, и теперь он устанавливает связь, то есть по сути оценивает. На самом же деле связь уже установлена и закреплена в обыденном языковом сознании, а исследователь только обнаруживает эту связь (подробнее см. Просовецкий 2015) и на этом основании может утверждать, какая оценка содержится в слове.

Говоря об оценке, следует отметить, что сам акт формирования оценки довольно сложный и данный процесс протекает не каждый раз в акте оценивания. Как правило, используются уже готовые оценки (на этом во многом построена пропаганда и манипуляция). Такие оценки мы назовём стереотипными, то есть оценки, обусловленные социальным, культурным и тому подобным пониманием того «*что такое хорошо и что такое плохо*».

Говоря об оценке или неоценочности, каждый раз необходимо понимать, в рамках какой оценочной шкалы указывается, что та или иная лексема неоценочна. Экспериментально установлено, что в подавляющем большинстве случаев это шкала «хорошо-плохо».

- Stevenson C. L. *Ethic and Language* - New-Haven: Yale University Press, 1960. - 338 p.
- Stevenson C. L. *Some Pragmatic Aspects of Meaning* // *Readings in Semantics*. - Champaign, Illinois: University of Illinois Press, 1974. - P. 33-78.
- Вилюнас В.К. Основные проблемы психологической теории эмоций // *Психология эмоций. Тексты*. - Москва: Издательство МГУ, 1984. - С. 3-28.
- Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. - Москва: Едиториал URSS, 2002. - 280 с.
- Мягкова Е.Ю. Эмоциональная нагрузка слова: опыт психолингвистического исследования. - Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1990. - 106 с.
- Просовецкий Д.Ю. Психолингвистический метод выявления оценки, содержащейся в слове // *Вестник ВГУ. Филология. Журналистика*. - Воронеж, 2015. - №3. - С. 78–80.
- Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи, Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1985. - 171 с.
- Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. - Москва: Наука, 1986. - 143 с.

Т.В.Растегаева

Из опыта выявления возрастных особенностей семантики слов, обозначающих родственные отношения (на примере лексемы *СЫН*)

Целью нашего исследования является выявление возрастной специфики семантики слов по методике, изложенной в статье (Растегаева 2016). Проводимые ранее исследования показали, что возрастная специфика семантики слов достаточно ярко выражена. В связи с этим актуальны новые исследования, призванные выявить возрастные особенности семантики.

На настоящем этапе для исследования нами отобраны 150 слов, входящие в частотное ядро русского языка. Среди данных слов особую группу составляют лексемы, служащие для обозначения родственных отношений: отец, жена, мать, мама, сын. Анализ лексемы *отец* показал, что возрастная специфика семантики данного слова в языковом сознании современных носителей русского языка выражена слабо.

Настоящая статья посвящена результатам исследования возрастной семантики другого слова из этой группы – слова *сын*.

Обобщение словарных дефиниций по методу И.А.Стернина и А.В.Рудаковой (Стернин, Рудакова 2011) позволило выделить следующие значения данного слова:

1. Лицо мужского пола по отношению к своим родителям
Старший, младший сын. Взрослый сын. Годиться кому-л. в сыновья
2. О животных
Этот конь - сын призе́ра многих соревнований прошлых лет

3. только мн. Молодое поколение, ближайшие потомки. Что мы оставляем следующему поколению, своим сыновьям?

4. (обычно в обращении). Лицо мужского пола по отношению к лицу духовного звания.

Духовный сын

5. Мужчина как носитель характерных черт своего народа, своего времени, своей среды и т.п.

Смелые (отважные) сыны своей Отчизны. Сыны. своего времени.

При проведении ассоциативных экспериментов со стимулом СЫН отказов зафиксировано не было, что свидетельствует об актуальности данного слова для языкового сознания.

Приведем ассоциативные поля, полученные путем обработки и систематизации бумажных и электронных анкет 200 участников свободного ассоциативного эксперимента:

Молодежь (16-30 лет)

Сын 100: дочь – 29; отец – 8; любимый – 4; ребёнок – 3; мой, моя радость, родной, смириться, умный, хоккей, я – 2; 2 сына, блин, блудный, будущий, верный, гордость, Дима, долгожданный, друга, единственный, желанный, женат, забота, заяц, классно, лучше, мальчик, мамин, маминой подруги, матери, мать, мертвый, муж, надеюсь, наследник, не мой, не надо, нежность, от матери, отца, помощь, послушный, потомок, приёмный, продолжение, родня, семья, след, солнце, старший, третий, часть вас – 1

Взрослые (31+)

Сын 100: дочь – 29; ребенок – 8; родной – 7; любимый – 5; отец – 4; мальчик, мой, сынуля – 3; взрослый, отпрыск – 2; близкий человек, внук; во!; горд, дети, дитя, единственный, забота, имя, маленький, малыш, мать, молодец, надежда, наследник; нет, у меня дочери; ночь, оболтус, опора, поддержка, полка, послушный, продолжение, радость, родить, родня, старший, сынок, трудный, любовь – 1

По результатам семантической интерпретации результатов ассоциативного эксперимента были сформулированы психолингвистические значения слова СЫН в молодежном и взрослом языковом сознании.

Молодежь	Взрослые
----------	----------

<p>1. Любимый, родной или приемный, ребенок мужского пола</p> <p>Любимый 0,04 родной 0,04 (родной, родня) или приемный 0,02 (приемный, не мой) ребёнок 0,03 мужского пола 0,01(мальчик), продолжение рода 0,05 (наследник, потомок, продолжение, часть вас, след); член семьи 0,01 (семья); рожден от матери 0,03 (мамин, матери, от матери), отца 0,01, друга 0,01, маминей подруги 0,01, доставляет радость 0,02 (классно, моя радость), вызывает гордость 0,01, верный 0,01, умный 0,02, послушный 0,01, играет в хоккей 0,02 (хоккей), его долго ждут 0,02 (долгожданный, желанный), он требует заботы 0,01, оказывает помощь 0,01, проявляет нежность 0,01; может быть один 0,01 (единственный), двое 0,01 (2 сына), трое 0,01 (третий), старший 0,01; женат 0,01, может родиться мертвым 0,01, его рождения не хотят 0,01 (не надо), зовут Дима 0,01</p> <p>Противоположно: дочь 0,29; отец 0,08; мать 0,01, муж 0,01</p> <p><i>Устойчивые фразы:</i> мой 0,02, я 0,02; блудный 0,01 (Притча о блудном сыне), будущий 0,01</p> <p>Не интерпретируются: смириться 0,02, блин 0,01, заяц 0,01, надеюсь 0,01, след 0,01, солнце 0,01, лучше 0,01, сынуля 0,03; сынок 0,01</p>	<p>1. Родной, любимый ребенок мужского пола, взрослый или маленький</p> <p>Родной 0,09 (родной, родня, близкий человек) любимый 0,05 ребенок 0,10 (ребенок, дети, дитя), это продолжение рода 0,04 (продолжение, наследник, отпрыск); мужского пола 0,03 (мальчик), взрослый 0,02, маленький 0,02 (маленький, малыш), старший 0,01, доставляет радость 0,01, вызывает гордость 0,01 (горд), единственный 0,01, требует заботы 0,01 (забота), поддерживает 0,01 (поддержка), у него есть имя 0,01 (имя), плод любви 0,01 (любовь), он надежда 0,01, его нет 0,02 (нет, у меня дочери); бывает послушный 0,01, бывает трудный 0,02 (оболтус, трудный), это опора 0,01, его можно родить 0,01, он молодец 0,02 (молодец, во!)</p> <p>Противоположно: дочь 0,29; отец 0,04, внук 0,01; мать 0,01</p> <p><i>Устойчивые фразы:</i> мой 0,03, полка 0,01 (повесть В.Катаева «Сын полка»)</p> <p>Не интерпретируются: - ночь 0,01 .</p>
---	--

СИЯ 0, 84	СИЯ 92
-----------	--------

Проведенное сопоставление позволяет сделать следующие выводы.

В обеих возрастных группах оказалось актуальным лишь первое значение данного слова. В связи с этим мы не можем говорить о возрастной дифференциации на уровне семем. Однако можно отметить некоторые особенности на уровне сем:

1. В языковом сознании взрослых значение СЫН несколько ярче, чем в языковом сознании молодежи: СИЯ 92 против 84;

2. У молодых людей сема *родной* является более яркой, чем у взрослых (0,08 и 0,03 соответственно);

3. Наряду с этим в языковом сознании молодых людей представлена сема *приемный* (0,02), конкретное имя (Дима 0,01) которые отсутствуют в сознании опрошенных взрослых людей;

4. Для взрослых людей актуальны семы *взрослый* (0,03) и *маленький* (0,02), в то время как в языковом сознании молодых людей данные семы выявлены не были.

5. В языковом сознании молодых и взрослых представлены разные прецедентные тексты: *Блудный сын* – у молодежи, *Сын полка* – у взрослых.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что возрастная специфика слова СЫН на уровне семем не выражена, одна семема из пяти совпадает, остальные четыре системных значения отсутствуют как в языковом сознании молодежи, так и в языковом сознании взрослых;

Тем не менее, слово СЫН в ходе эксперимента продемонстрировало возрастную дифференциацию на уровне индекса яркости значения и на уровне сем, что говорит о возрастной дифференциации семантики данного слова в языковом сознании разных возрастных групп.

1. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С. А. Кузнецова. — СПб.: Норинт, 1998.;

2. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. — М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.;

3. Растегаева Т.В. Психолингвистическое исследование возрастной специфики семантики слова / Язык и национальное сознание/ Научный ред. И.А.Стернин. – Вып. 22.-Воронеж: издательство «Истоки», 2016. – С.144-146.

4. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999.;

5. Стернин И.А. Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы: монография / И.А.Стернин, А.В.Рудакова. - Saarbrücken: LAP LAMBERT AcademicPublishing, 2011. - 192 с.

6. Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой / С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова— М., 1949.

Дефиниции психолингвистических значений в дифференциальных психолингвистических словарях

Проект «Значение как феномен языкового сознание» (см. статью А.В.Рудаковой в данном сборнике) имеет конечной целью создание серии психолингвистических толковых словарей. В составе этой серии обязательно будут подготовлены словари дифференциального типа, в частности, гендерный и возрастной. Вопрос о структуре дефиниции в подобных словарях окончательно еще не решен. Предложим свой вариант подобных дефиниций.

Психолингвистический гендерный словарь

Представление значений в статьях гендерного психолингвистического словаря может осуществляться следующим образом.

1. Перед словарной статьей приводятся гендерные ассоциативные поля, полученные по результатам эксперимента.

2. Словарная статья гендерного словаря приводится в форме таблицы, имеющей три колонки – лексикографическая формулировка значения, психолингвистическая формулировка женского значения, психолингвистическая формулировка мужского значения.

3. Все обобщенные лексикографические значения записываются в первой колонке в краткой формулировке.

4. Формулируются психолингвистические гендерные значения как упорядоченная совокупность сем с указанием ИЯ каждой семы.

5. Если в психолингвистическом значении не представлена архисема, она формулируется исследователем для формирования связности дефиниции и приводится курсивом в скобках в начале дефиниции.

6. Семы, характеризующие разные параметры значения, перечисляются через точку с запятой.

7. Приводится совокупный индекс яркости каждого гендерного значения (СИЯ) как сумма ИЯ всех сем, образующих значение.

8. Отдельной строкой в дефинициях указывается противоположное значение (*противоположно*), синонимическое значение, если оно имеется (*то же, что*), с указанием ИЯ данного значения, а также *устойчивые выражения* (с расшифровкой).

9. В конце гендерной словарной статьи указывается количество коммуникативных реакций – то есть таких, которые представляют собой контекстуальное развертывания стимула некоторым словом или словами (*коммуникативные реакции*), количество не интерпретированных реакций (*не интерпретируются*) и количество отказов (*неактуально*).

10. Если по результатам эксперимента не подтверждаются те или иные лексикографические значения, или отсутствует одно из гендерных значений, в соответствующих клетках таблицы ставится прочерк, а СИЯ обозначается как равный нулю (СИЯ 0).

Пример описания:

РЕБЕНОК

200 ни

В результате обработки результатов психолингвистического эксперимента со словом-стимулом *ребенок* были построены ассоциативные поля по убыванию частотности полученных реакций.

Ассоциативные поля

Женщины

РЕБЕНОК 200: будущее 23, счастье 19, игрушка 17, маленький 12, новорожденный 11, девочка 10, долгожданный 10, мальчик 9, нет 9, смех 8, радость 7, большой 6, взрослый 6, жизнь 5, любимый 5, плач 5, хорошо 5, дочь 4, смеется 4, крикливый 3, малыш 3, непослушный 3, семья 3, улыбка 3, беспорядок 2, мешает 2, прицеп 2, шум 2, бантики, дом, играет, класс, продолжение, цветок, 5 лет – 1.

Мужчины

РЕБЕНОК 200: мальчик 17, сынишка 16, девочка 10, избалованный 10, ответственность 10, нет 10, мелкий 8, отрада 8, продолжение рода 8, непослушный 7, плачет 7, будущее 6, вредный 6, долгожданный 6, кричит 6, любовь 6, пеленки 6, рано 6, радость 5, беззащитный 4, беспомощный 4, дочка 4, любимый 4, свой 4, сын 4, семья 3, дом 2, лучший 2, приемный 2, старик 2, стирать пеленки 2, страх 2, мелочь пузатая, неродной, родственник, свет – 1.

Интегрированные лексикографические значения слова *ребенок* были получены методом обобщения словарных дефиниций по словарям Евгеньевой А. П., Ефремовой Т. Ф., Кузнецова С. А., Ожегова С. И., Шведовой Н. Ю. Психолингвистические значения исследуемого слова были сформулированы методом семантической интерпретации (Стернин, Рудакова 2011, с. 139 – 140).

Приведем в сопоставительной таблице гендерные психолингвистические значения слова *ребенок*.

	Женщины 200	Мужчины 200
1. Сын или дочь - независимо от возраста - по отношению к родителям	<p>Член семьи 0,07, например, девочка 0,10, мальчик 0,09; бывает долгожданный 0,10, уже взрослый 0,12; приносит счастье 0,19, приносит радость 0,07, жизнь 0,05, может мешать 0,04, оценивается положительно 0,05, его любят 0,05, является продолжением рода 0,01</p> <p>Устойчивые выражения: цветочек 0,01</p> <p>СИЯ 0,95</p>	<p>Член семьи 0,34, например, мальчик 0,17, девочка 0,10; бывает долгожданный 0,06, приемный 0,03, лучший 0,02; приносит радость 0,14, любовь 0,06; за него несут ответственность 0,10, его любят 0,04, является продолжением рода 0,08, вызывает страх 0,02</p> <p>СИЯ 1, 21</p>
2. Мальчик или девочка в раннем возрасте, до отрочества	<p>Девочка 0,10, мальчик 0,09; бывает маленький 0,15, новорожденный 0,11, непослушный 0,03, пятилетний 0,01; играет 0,18, смеется 0,12, плачет 0,05, кричит 0,03, улыбается 0,03, устраивает беспорядок 0,02, шумит 0,02, имеет бантики 0,01, находится в классе 0,01</p> <p>Противоположно: взрослый 0,06</p> <p>СИЯ 0,102</p>	<p>Мальчик 0,17, непослушный 0,13, девочка 0,10, бывает избалованный 0,10, маленький 0,08, для него стирают пеленки 0,08, плачет 0,07, кричит 0,06, беззащитный 0,04, беспомощный 0,04</p> <p>Противоположно: старик 0,02</p> <p>СИЯ 0,89</p>
3. Взрослый человек, отличающийся ребяческой наивностью и неопытностью	-	-

4. Продолжение рода	Будущее 0,23, продолжение рода 0,01 СИЯ 0,24	Будущее 0,06, продолжение рода 0,08 СИЯ 0,14
	Не интерпретируется 0 Неактуально 0 Устойчивые выражения: <i>нет</i> 0,09	Не интерпретируется 0 Неактуально 0 Устойчивые выражения: <i>нет</i> 0,10, <i>рано</i> 0,06

Психолингвистический возрастной словарь

Принципы представления психолингвистического значения слов в возрастном словаре могут быть те же, что и в гендерном словаре. В данном варианте обобщенные лексикографические значения не приводятся, приводятся только реальные формулировки выявленных психолингвистических значений. В каждом значении приводится пример употребления слова в данном значении.

В таблице представлены ассоциативные поля и совпадающие и не совпадающие психолингвистические значения слова в молодежном и взрослом языковом сознании. Краткие дефиниции совпадающих значений формулируются в опоре на наиболее яркие семы, которые в возрастном сознании молодежи и взрослых могут не совпадать.

Возрастные группы – молодежь (16-30 лет) и взрослые (старше 30 лет).

ЖИЗНЬ

100 ии

Ассоциативные поля

Молодежь

Взрослые

Жизнь 100: прекрасна – 13, смерть – 12, боль – 10, говно, пи, хороша – 3, бесценна, веселая, вечность, долгая, красивая, одна, прекрасная, радость – 2, веселье, видеть, вопреки, движение, до смерти, добро, есть сон, жестянка, жизнь, замечательных людей, здоровая, идеальная, или смерть,	Жизнь 100: прекрасна – 14, смерть – 8, прожить, прошла – 5, коротка, хороша – 4, одна, свет – 3, быт, вперед, дело, жить, игра, короткая, малина – 2, быстрая, век, веселая, вечная, взаймы, возможна, время, главное, долгая, достойное, жестянка, журнал, здорово, как ад, качество, лист, людей, навсегда,
---	--

класс, кончена, коротка, короткая, любя, мечта, моя, нелегка, общество, отрезок, прожить, промелькнула, простая, путь, ремонт, свобода, сложна, счастливая, счастье, существование, течет, тлен, удовольствие, , х**ня, яркая – 1, отказ – 1.	наслаждение, начинается, невозможна, полная чаша, поэт, природа, продлить, прожил, прожита, путь, радость, раздельная, рай, райская, ребенок, слезы, трудная, тяжела, удалась, цвет, хорошая, хорошо – 1.
---	---

Психолингвистические значения

Молодежь	Взрослые
<p>1. Действительность, в которой человек существует, прекрасная или приносящая страдания</p> <p><i>(Действительность, окружающая человека),</i> которая прекрасна 0,20, <i>(приносит)</i> страдания 0,10, приносит радость 0,04, отвратительна 0,05, протекает в обществе 0,01, бывает трудной 0,02 , простой 0,01, яркой 0,01, веселой 0,01, наполненной любовью 0,01; является ценностью 0,02</p> <p>СИЯ 0,48</p> <p><i>Счастливая жизнь.</i></p>	<p>1. Действительность, в которой человек существует, прекрасная или трудная</p> <p><i>(Действительность, окружающая человека),</i> которая прекрасна 0,27, достойная 0,01 , трудная 0,04, отвратительна 0,01, бывает веселой 0,01, доставляет радость 0,01, наслаждение 0,01, это главное для человека 0,01</p> <p>СИЯ 0,37</p> <p><i>Трудная жизнь.</i></p>
<p>2. Физическое существование, противоположное смерти</p> <p><i>(Представляет собой)</i> отрезок,</p>	<p>2. Физическое существование, противоположное смерти, короткое и быстро заканчивающееся</p> <p>Путь <i>(человека)</i> 0,01, который</p>

<p>путь, движение до смерти 0,01, короткая 0,04 или долгая 0,04, течет 0,01, (бывает) здоровая, проживают один раз 0,02</p> <p>То же, что: существование 0,01 Противоположно: смерть – 0,12</p> <p>СИЯ 0,25 <i>Жизнь проживают один раз.</i></p>	<p>начинается 0,01 от природы 0,01, (<i>продолжается</i>) определенное время 0,01, заканчивается 0,07, дается один раз 0,03; бывает коротким 0,07, бывает долгим 0,03, его хочется продлить 0,01</p> <p>Противоположно: смерть – 0,08</p> <p>СИЯ 0,33 <i>Жизнь короткая такая.</i></p>
<p>3. Деятельность (Деятельность) замечательных людей 0,01</p> <p>СИЯ 0,01 <i>Его жизнь – пример для молодежи.</i></p>	-
<p>4. Личный опыт, позволяющий понять, как надо действовать</p> <p>Видеть (жизнь) 0,01</p> <p>СИЯ 0,01 <i>Он жизни не видел.</i></p>	-
<p>5. Чья-либо личная сфера ответственности</p> <p>моя (жизнь) 0,01</p> <p>СИЯ 0,01 <i>Это его жизнь, пусть сам думает</i></p>	-
-	<p>6. Бытовые хлопоты</p> <p>Быт 0,02, дело 0,02, ребенок 0,01, (<i>брат</i>) займы 0,01 СИЯ 0,06 <i>Это же повседневная жизнь.</i></p>

-	7.Совместное сосуществование людей Раздельная (<i>жизнь</i>) 0,01 СИЯ 0,01 <i>Они ведут раздельную жизнь.</i>
Устойчивые выражения: или смерть, прожить, тлен, есть сон, жестянка, красивая, моя, течет, вопреки, мечта 0,01	Устойчивые выражения: удалась, здорово (ТВ передача), прожить, игра, возможна, качество, журнал («Жизнь»), людей, полная чаша 0,01
Не интерпретируется: пи 0,03, жизнь, ремонт, свобода 0,01	Не интерпретируется: поэт, цвет, жить, вперед, лист, навсегда 0,01
Не актуально (отказы)– 1	Не актуально - 0

Таковы возможные варианты построения дефиниций дифференциальных психолингвистических словарей.

Предлагаемый вариант гендерного словаря содержит дополнительную информацию – обобщенные лексикографические значения, что делает словарь более информативным, облегчает сопоставление словарных и психолингвистических значений. Он в принципе тоже может быть дополнен примерами употребления слова в языке.

Вариант возрастного словаря в большей степени отвечает назначению психолингвистического словаря – представить языковое сознание, он предлагает краткие психолингвистические толкования в опоре на наиболее яркие семы и не содержит лишней с точки зрения психолингвистики информации. См. также несколько отличающийся от предложенного нами вариант описания слова в возрастном психолингвистическом словаре Т.В.Растегаевой в данном сборнике.

Практика подготовки психолингвистических словарей позволит уточнить оптимальный вариант словарной дефиниции.

Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы. Монография. – Saarbrücken: LAMBERT Academic Publishing, 2011. – 192 с.

Психолингвистическое значение лексемы *ВОПРОС* в современном русском языковом сознании

Лексикографическое описание значений слов в толковых словарях обычно отражает лишь ядерные семантические компоненты. Возникает потребность в более полном описании значения слова, в единстве ядра и периферии значения. Психолингвистические способы изучения семантики слова позволяют осуществить углубленное описание семантики слова как феномена языкового сознания носителей языка.

В данной статье на примере лексемы *ВОПРОС* будет проиллюстрировано психолингвистическое описание значения. Термин *психолингвистическое значение слова* был впервые введен в научный обиход И.А. Стерниным.

Лексикографические дефиниции трех толковых словарей русского языка (список см. в конце статьи) были обобщены методом, предлагаемым Рудаковой А.В. и Стерниным И.А. (Стернин, Рудакова 2011, Стернин, Рудакова 2017). Ассоциативное поле стимула *ВОПРОС* взято из «Русского ассоциативного словаря» (РАС) под редакцией Ю.Н. Караулова. Далее ассоциаты были распределены по обобщенным значениям. В рамках каждого обобщённого лексикографического значения формулировалось психолингвистическое значение. Семы сопровождаются индексом яркости, вычисляемым как отношение количества ИИ, актуализировавших эту сему, к общему числу участников эксперимента.

ВОПРОС

Обобщение лексикографических дефиниций:

1. Устное или письменное обращение к кому-л., требующее ответа, разъяснения и т.п.; слова спрашивающего

Задать в. Обратиться с вопросом. Ответить на в. экзаменационного билета. Засыпать вопросами. Риторический в. В. на засыпку (разг.; каверзный). Задать в. В. докладчику. Сказать что-н. в ответ на в.

2.терминол. Знак препинания

Знак вопроса (вопросительный знак). Поставить в конце предложения в.

3. Положение, дело, задача и т.п., требующие обсуждения, разрешения; проблема, требующая разрешения

Аграрный, жилищный, национальный в. Большой, вечный, жгучий, проклятый в. Изучить, поднять в. Выступить по какому-л. вопросу. В.

ясен. Оставить в. открытым (нерешённым). Национальный в. В. ребром поставить (заявить о чем-н. со всей решительностью; разг.). Узловые вопросы. Вот в чем вопрос - вот что неясно, что требует размышления, раздумий. Быть или не быть, вот в чем вопрос (афоризм)

В. жизни и смерти (о чём-л. чрезвычайно важном). В. чести

4. Дело, обстоятельство, касающееся кого-, чего-л., зависящее от кого-, чего-л.

Обратиться по личному вопросу. В. чести и достоинства граждан. В. времени (о том, что может осуществиться только через какое-л. время)

5. Предмет, тема специального изучения, научного исследования

Теоретические вопросы кибернетики. Дискуссионные вопросы культуры речи. Статья по вопросам экономики

6.разг. Нечто неясное, до конца неизвестное

Это ещё в. (разг.; ещё ничего не решено, не известно). Поедем или нет - это еще в. Его командировка под большим вопросом. Ставить под вопрос компетентность специалиста. Вопрос вопросов (книжн.) - самая главная проблема. Под (большим) вопросом что-л. (разг.; о том, что не решено, не выяснено)

7. Нечто сомнительное, ненужное

Ставить (брать) под в. что-л. (считать сомнительным или ненужным)

8. разг. Выражение уверенности, согласия

Нет вопросов (разг.; всё ясно). Что за в.! (разг.; ну конечно, да, согласен)

9.разг. в зн. предлога. Относительно, насчёт чего-л.

По вопросу жилья. По вопросу о путёвке. Советоваться по вопросу о поездке. Совещание по вопросу о выполнении плана

10. В составе названий научных журналов и сборников, посвящённых определённой области знания

Вопросы философии. Вопросы языкознания

ВОПРОС

Ассоциативное поле

РАС, 2002

106 ии

Вопрос 106: ответ 34; трудный 6; ребром 4; каверзный; сложный 3; важный; глупый; поставлен; риторический 2; без ответа; века; внезапный; выбор; выстрел; жизни; загнавший в угол; задан; закрыт; занос; знак; знак вопроса; интересный; к делу; к ответу; колкий; кому; косвенный; легкий; мучение; на засыпку; насущный; начистоту; не по теме; невозможен; некорректный; нет ответа; о тебе; огромный; открыт; открыть; проблематичный; прост; простой; прямой; разгадка; раздумье; рассвет; решенный; с подвохом; спорный; странный; страшный; трудности; тупой; учителя; хороший; экзаменационный 1; отказ - 0

Психолингвистическое значение

ВОПРОС

106 ии

1. Обращение к кому-л., требующее ответа

Обращение (*задан 0,01*) к кому-либо 0,01 (*к кому 0,01*), *требующее ответа 0,30* (*ответ 0,30*), *интересный 0,01, по существу 0,01* (*к делу 0,01*), некорректный 0,01 *странный 0,01, тупой 0,01, внезапный 0,01, начистоту 0,01, трудный 0,01 (загнавший в угол 0,01), колкое 0,01, каверзное 0,02, с подвохом 0,01, не по теме 0,01*

СИЯ 0,45

Лектор ответил на вопросы собравшихся.

2.Трудная задача, требующие размышления для решения

(*Задача*), трудная для решения 0,13 (*трудный 0,05, трудности 0,01, сложный 0,02, огромный 0,01, мучение 0,01, проблематичный 0,01, страшный 0,01, спорный 0,01*), требует обязательного решения 0,04 (*ребром 0,04*), важная 0,02 (*важная 0,01, насыщенная 0,01*), требует размышления 0,02 (*выбор 0,01, раздумье 0,01*),

СИЯ 0,21

Этот вопрос нам все равно придется решать.

3. разг. Нечто неясное, до конца неизвестное

(*Нечто*), не имеющее решения 0,03 (*века 0,01, интересный 0,01, без ответа 0,01, нет ответа 0,01*)

СИЯ 0,03

Куда идти работать после университета – это вопрос.

3. Знак препинания

Знак вопроса 0,02 (*знак 0,01, знак вопроса 0,01*)

СИЯ 0,02

Забыл поставить вопрос.

4. Дело, касающееся кого-, чего-л

(*Дело*), касающееся важного дела 0,01 (*жизни 0,01*) , человека 0,01 (*о тебе 0,01*)

СИЯ 0,02

Это вопрос жизни и смерти.

6. Задание, требующее выполнения

(*Требующее выполнение задание*) учителя 0,01, экзаменационное 0,01, на засыпку 0,01, легкое 0,01 (*простой 0,01*), хороший 0,01 простое 0,01 (*прост 0,01*)

СИЯ 0,06

Второй вопрос в билете был несложным.

7. грам. Вопросительное предложение

(Вопросительное высказывание), например, риторический 0,02, косвенный 0,01 прямой 0,01 вопрос

СИЯ 0,04

Это риторический вопрос.

Неинтерпретируемые ассоциации: выстрел, занос, рассвет, невозможен, к ответу, разгадка 0,01

Устойчивые выражения - вопрос жизни и смерти (*жизни 0,01*), вопрос века (*века 0,01*), *открыть 0,01, закрыт 0,01, открыт 0,01, поставлен 0,01, решенный 0,01*

Не актуально – 0 отказов

Индекс освоенности значения -1,00

В ходе распределения ассоциаций по обобщенным лексикографическим значениям выявлено два значения, выявившиеся только в эксперименте и не представленные в словарях:

1. Задание, требующее выполнения;
2. грам. Вопросительное предложение.

Не актуальными для языкового сознания носителей языка оказались лексикографические значения:

1. Предмет, тема специального изучения, научного исследования;
2. разг. Выражение уверенности, согласия;
3. разг. в зн. предлога. Относительно, насчёт чего-л.
4. В составе названий научных журналов и сборников, посвящённых определённой области знания.

Слово *ВОПРОС* хорошо освоено русским языковым сознанием (индекс освоенности значения -1,00).

Дефиниции психолингвистических значений содержат реальные семантические компоненты, ранжируемые по степени их яркости в языковом сознании. Семы с низким уровнем яркости составляют периферию значения.

Из результатов психолингвистического описания становится ясно, что даже обобщенное лексикографическое описание семантики слова по ряду словарей оказывается весьма далеким от реального значения слова в языковом сознании носителей языка.

Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. Справочное издание. — СПб.: Норинт, 2000. — 1536 с.

Русский ассоциативный словарь. <http://www.thesaurus.ru/dict/dict.php>

С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова. Толковый словарь русского языка .4-е изд., доп. — М.: ООО «А ТЕМП», 2006. — 944 с.

Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи. — Воронеж, 1985. — 170 с.

Стернин И. А., Рудакова А. В. Словарные дефиниции и семантический анализ. — Воронеж: «Истоки», 2017. — 34 с.

Стернин И.А, Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы. LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011. -192 с.

Толковый словарь русского языка. Толково-словообразовательный /Под редакцией Т. Ф. Ефремовой.- В 2 т. - М.: Рус.яз., 2000- 1209 с.

Прикладные исследования

М.Е. Новичихина, М.А. Дрогайцева

Субъективная актуальность образа номинируемого СМИ как один из факторов коммуникативной эффективности медианоминации

Объектом исследования в данной работе явился феномен так называемой медианоминации. При этом под медианоминацией будем понимать языковую номинацию средств массовой информации, например: «Тамбовская жизнь» (газета), «In Connect» (журнал) и др. (Новичихина 2013, с. 132-133; Дрогайцева 2017, 117-120).

Совершенно очевидно, что медиаименование призвано сформировать благоприятный образ номинируемого СМИ. Именно поэтому применительно к медиаименованию можно говорить о так называемой коммуникативной эффективности. Коммуникативная эффективность – это возможность достижения максимального коммуникативного эффекта в плане создания этого образа.

Как показывают исследования, основными составляющими коммуникативной эффективности являются: ассоциативное соответствие, информативность, фонетическая привлекательность, мотивированность (Новичихина 2014, с. 131-136; Дрогайцева 2018, с. 46-50).

Под ассоциативным соответствием следует понимать наличие ассоциаций, которые раскрывают компоненты содержания медиаименования. Информативность медиаименования (прозрачность номинации) – это фиксирование языковым сознанием связи между признаками денотата и названием. *Мотивированность* – это основание деятельности субъекта (потенциального читателя номинированного СМИ) при распознавании медиаименования и определении предпочтительности

того или иного наименования. Наконец, фонетическая привлекательность – это характеристика степени благозвучности слова-медиаанзвания.

Однако можно сделать предположение о том, что коммуникативная эффективность медиаанзвания может зависеть и от некоторых дополнительных факторов, которые на сегодняшний день изучены недостаточно.

Более того, в упомянутых выше публикациях основные перечисленные составляющие коммуникативной эффективности трактуются как составляющие одного уровня, одного порядка, как равнозначные составляющие. Между тем, последние проведенные нами исследования свидетельствуют о том, что, скорее всего, это составляющие разноуровневые.

Очевидно, к составляющим более высокого уровня следует отнести так называемую мотивированность. Именно мотивированность (как возможность сформировать определенный мотив потребительского поведения, сформировать скрытое или явное, осознанное желание прочитать текст номинированного СМИ) в конечном счете сигнализируют о коммуникативной эффективности медиаанзвания. В свою очередь, мотивированность может быть обусловлена ассоциативным соответствием, информативностью, фонетической привлекательностью – составляющими более низких уровней. Названные составляющие представляют собой некую «опору» для мотивированности.

При этом можно утверждать, что такая составляющая как фонетическая привлекательность формирует в сознании индивида некий поверхностный, формальный образ именуемого объекта, что, бесспорно, может повлиять на мотивированность (в том случае, если этот образ позитивный и актуальный для адресата). Что же касается других составляющих – ассоциативного соответствия и информативности, то они формируют образ иного уровня (образ глубинный). Важно при этом заметить, что сам по себе этот образ (так же, как и упомянутый выше формальный образ) не определяет однозначно мотивированность. Это связано с тем, что «вычисляемая», «считанная» индивидом (адресатом, читателем, потребителем и т.п.) с образа информация может оказаться не нужной, не востребованной, не актуальной для него. Иными словами, все обсуждаемые составляющие коммуникативной эффективности формируют мотивированность только в ситуации так называемой субъективной актуальности сформированного в индивидуальном сознании образа именуемого объекта. Именно в условиях субъективной актуальности выстроенного образа соответствующее название становится мотивированным и, как результат, коммуникативно эффективным.

Заметим, что представление о наличии различных уровней формирования образа именуемого объекта полностью согласуется с представлением о специфике идентификации лексической единицы

носителем языка, высказанном в ряде работ, выполненных представителями Тверской психолингвистической школы (Залевская 1993; 2011; Сазонова 2000; Тогоева 2000; Федурко 2008; Хватова 2004). При этом вслед за А. А. Залевской будем понимать под идентификацией слова набор процессов, «продуктом которых является субъективное переживание значения того, о чем идет речь, во всем богатстве его качеств и связей и с учетом эмоционально-оценочных нюансов (при взаимодействии осознаваемого и неосознаваемого, вербализуемого и не поддающегося прямой вербализации и т.д.)» (Залевская 1993, с. 8).

Согласно упомянутым выше исследованиям, идентификация слова может осуществляться как на формальном (или формально-семантическом уровне), так и на семантическом уровне. Следует, однако, особо оговорить, что под семантическим уровнем понимается уровень значительно более глубокий, чем тот, что описывается, например, словарной дефиницией. Вероятно, этот уровень следовало бы разделить на собственно семантический и уровень психологической структуры значения, однако такое разграничение не соответствовало бы интуиции носителя языка (не разделяющего лингвистическое и экстралингвистическое), поэтому признано нецелесообразным.

Тот факт, что мотивированность определяется фонетической привлекательностью, ассоциативным соответствием и информативностью названия лишь в условиях субъективной актуальности сформированных глубинного и/или формального образа, свидетельствует, в конечном счете, о высокой доли субъективности коммуникативной эффективности медианазвания. Результаты проведенных исследований (метод свободного ассоциативного эксперимента, метод определения субъективных ожиданий, метод определения субъективных предпочтений, фоносемантический анализ (о реализации названных методов см. подробнее в: (Новичихина 2007)) также свидетельствуют о субъективности коммуникативной эффективности.

Например, результаты реализации ассоциативного эксперимента и метода определения субъективных ожиданий – с одной стороны, и результаты реализации метода определения субъективных предпочтений – с другой – демонстрируют заметное расхождение. Например, ассоциативное соответствие и информативность медианазвания «Вестник руководителя» достаточно высоки, о чем свидетельствуют рассчитанные индекс ассоциативного соответствия (КАС) и индекс информативности (КИ): $КАС_{\text{Вестник руководителя}} = 70\%$, $КИ_{\text{Вестник руководителя}} = 80\%$. Между тем, результаты реализации метода определения субъективных предпочтений показывают, что медианазвание «Вестник руководителя» не является мотивированным, что подтверждается расчетом индекса мотивированности (КМ): $КМ_{\text{Вестник руководителя}} = 7\%$. Следовательно, рассматриваемое медианазвание не может быть признано эффективным.

Совершенно понятно, что номинатор в процессе формирования названия не может ориентироваться на субъективное восприятие одного, отдельно взятого адресата. Кроме того, номинатор не может предопределить однозначно конкретную реакцию на предложенное медианазвание, т.к. могут быть актуализированы различные стороны перцептивного образа, задействованы разные элементы ситуации, которые и обуславливают субъективную актуальность выстроенного образа того или иного медианазвания. Одним из возможных путей преодоления сложившейся ситуации представляется перспектива формирования медианазвания сквозь «призму» контекста.

Определим, что именно понимается под контекстом, поскольку «каждый термин должен функционировать в рамках соответствующего категориального поля» (Залевская 2011, с. 61-64).

Нередко контекст трактуется как «фрагмент текста, включающий избранную для анализа единицу, необходимую и достаточную для определения значения этой единицы, являющегося непротиворечивым по отношению к общему смыслу данного текста» (Лингвистический энциклопедический словарь 1990, с. 238). Несколько иной акцент на сути именуемого наблюдается в определении контекста, которое дается в словаре Н.В.Васильевой, где уточняется: «В расширенном смысле контекст – это фон функционирования некоторой сущности, релевантный для ее понимания» (Васильева и др., 1995). В нашей работе понятие «контекст» рассматривается именно в этом, втором, значении. Заметим, что под фоном мы подразумеваем не пространство, на котором расположено медианазвание, так называемый задний план, а дополнительные представления потенциального читателя, ассоциируемые с медианазванием. Фон медианазвания образуется в результате продуктивной умственной деятельности потенциального читателя. Таким образом, говоря о контексте медианазвания, мы выходим за рамки собственно лингвистики в область экстралингвистики.

Видится возможным сформировать контекст медианазвания; тогда потенциальный читатель, услышав медианазвание, будет фиксировать внимание не только и не столько на слове-названии, сколько на той действительности, которая «всплывает» из контекста, заложенного номинатором в медианазвание. Совершенно очевидно, что контекст медианазвания, сформированный номинатором, и контекст, возникший в сознании потенциального читателя – это два разных фона, которые лишь при правильных действиях номинатора будут иметь максимальную зону пересечения. Площадь полученной зоны пересечения и определяет в конечном итоге субъективный коммуникативный эффект медианазвания. Иными словами, контекст медианазвания должен быть декодирован в соответствии с замыслом номинатора и понятен потенциальному читателю. В противном случае медианазвание окажется «пустым».

Очевидно, что выполнение сценария построения «нужного» контекста может быть осуществлено с опорой на результаты экспериментальных исследований, направленных на выявление как глубинного, так и формального образов возможных «претендентов» на медианазвание. Именно результаты реализации метода ассоциативного эксперимента, метода выявления зрительных образов, метода выявления субъективных ожиданий, метода фоносемантического анализа и др. позволяют выйти на то, что лежит за словом в лексиконе испытуемого. Анализируя данные таких экспериментов, можно сгенерировать некую частотную реакцию потенциального читателя в соответствии с установкой номинатора. Тогда в качестве контекста медианазвания выступит некоторая проекция, на которую перенесен субъективный актуальный образ именуемого издания. Сила воздействия такого контекста – в его способности непосредственно задевать чувства потенциального читателя. Таким образом, именно контекст определяет субъективную актуальность образа номинируемого СМИ, усиливая либо ослабляя мотивированность медианазвания.

Васильева Н. В. Краткий словарь лингвистических терминов / Н. В. Васильева и др. – Москва: Рус. яз., 1995. – 175 с.

Дрогайцева М. А. К вопросу о классификации современных медианазваний / М. А. Дрогайцева // Вестник Воронежского гос. ун-та. – Воронеж, 2017. – № 3. – С. 117-120.

Дрогайцева М. А. Экспериментальное исследование коммуникативной эффективности современной медианоминации / М. А. Дрогайцева // Гуманитарно-педагогическое образование. – Севастополь, 2018. – Т. 4, № 2. – С. 46-50.

Залевская А. А. Актуальные подходы к психолингвистическому исследованию лексики / А. А. Залевская // Проблемы психолингвистики: слово и текст. – Тверь, 1993. – С. 5-18.

Залевская А. А. Идентификация слова: процесс и продукт / А. А. Залевская // Вестник Тверского государственного университета. – Сер. «Филология». – 2011. – № 28. – Вып. 4. – С. 190-203.

Залевская А. А. Значение слова через призму эксперимента / А. А. Залевская. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. – 240 с.

Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва: «Сов. энциклопедия», 1990. – 685 с.

Новичихина М.Е. Из опыта экспериментального исследования коммерческих названий // Вопросы психолингвистики. – М., 2007. - № 5. – С. 67 – 75.

Новичихина М. Е. Медианоминация и медийное имя: дифференциация понятий / М. Е. Новичихина // Культура общения и ее формирование. – Вып. 27. – Воронеж, 2013. – С. 132-133.

Новичихина М. Е. Медианоминация как элемент периферийной зоны коммерческой номинации / М. Е. Новичихина // VIII Севастопольские Кирилло-Мефодиевские чтения: сборник научных работ. – Севастополь, 2014. – С. 131-136.

Сазонова Т. Ю. Интеграция опор в процессе идентификации слова / Т. Ю. Сазонова // Язык, сознание, коммуникация: сборник статей. – Москва, 2000. – С. 66-69.

Тогоева С. И. Психолингвистические проблемы неологии / С. И. Тогоева. – Тверь, 2000. – 155 с.

Федурко Ю. В. Идентификация незнакомого слова как синергетический процесс: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю. В. Федурко. – Тверь, 2008. – 15 с.

Хватова С. С. Этнокультурная специфика идентификации прецедентных имен носителями языка: дис. ... канд. филол. наук / С. С. Хватова. – Вып. 11. – Тверь, 2004. – 149 с.

М.Н.Юдкина

Анализ скрытого смысла в рекламном ролике

В настоящее время реклама имеет огромное влияние на общество. Влияние осуществляется во многом за счет скрытых смыслов в тексте рекламного ролика с целью воздействия на целевую аудиторию. Как правило, компании, авторы рекламных видео роликов, создают рекламу со скрытым смыслом исключительно в коммерческих целях – чтобы нужная им аудитория приобрела тот или иной товар или услугу.

Сегодня все сложнее подвести аудиторию к решению потратить средства на товар или услугу. Так, если автор рекламного видеоролика создает достаточно примитивную рекламу, суть которой «Наш товар/услуга – № 1 на рынке, приходите, сделаем скидку», например, активные пользователи интернета не обратят внимание на подобного рода рекламу. Причиной тому является тот факт, что рекламный текст не содержит *скрытого смысла*, некого *подтекста*, который ожидают продвинутые пользователи.

Скрытый смысл – это неявный смысл, открывающийся реципиенту текста не сразу, а в результате некоторой осуществляемой им мыслительной операции, в результате определенной интерпретации реципиентом воспринятых им языковых единиц, высказываний, текстовых фрагментов (Стернин 2018, с.83). Термин *имплицитный* является синонимом термину *скрытый*, и широко используется, например, в лингвокриминалистике. То или иное выражение может содержать имплицитную семантику, а может содержать эксплицитную информацию – это утверждения, которые несут информацию, непосредственно вытекающую из словарных значений, употребленных в высказывании слов, то есть такие, содержание которых можно установить из поверхностной формы высказывания, непосредственно, не проводя дополнительных смысловых преобразований (Баранов 2007, с. 41).

Имплицитная информация воспринимается по определенным ментальным схемам понимания, их еще называют *рецептивными схемами*. Рецептивные схемы языкового сознания основаны на сформировавшемся в сознании этноса или отдельной социальной группы на базе когнитивного и языкового опыта носителей языка понятии *равнозначности информации*.

некая информация, переданная определенным эксплицитным способом, рассматривается языковым сознанием как равнозначная другой информации, которая в данном конкретном случае не выражена вербально, эксплицитно (Стернин 2011, с.14). Понятие рецептивных схем разработано А.Н. Барановым.

Как отмечает И.А. Стернин, механизм понимания скрытого смысла языковых высказываний и целых текстов у носителей языка надо специально развивать (Стернин 2011, с.8). Так, в процессе анализа рекламных роликов на предмет выявления скрытых смыслов, представляется возможным выявить новые рецептивные схемы, ранее не описанные в научных работах, что составляет научную новизну проводимого исследования. Это поможет дополнить механизм понимания скрытого смысла, а также исключить произвольные интерпретации в ходе лингвистических экспертных исследований, что является практической значимостью исследования.

Следующие рецептивные схемы являются наиболее часто встречаются в рекламных роликах:

1. *Напоминание кому-либо, что некто имеет инструмент, средство, оружие, равнозначно призыву к их использованию.*
2. *Сообщение о полной доступности чего-либо равнозначно призыву приобрести это, воспользоваться этим.*
3. *Категорическое утверждение о наличии некоторого права равнозначно призыву воспользоваться этим правом.*
4. *Утверждение о возможности чего-либо для каждого равнозначно призыву к каждому реализовать эту возможность.*
5. *Утверждение о легкости изготовления, приобретения чего-либо равнозначно призыву изготовить, приобрести это.*
6. *Утверждение о необходимости что-либо уметь делать равнозначно призыву научиться это делать.*
7. *Утверждение о необходимости соблюдения некоторого правила равнозначно призыву соблюдать это правило.*
8. *Вопрос о предполагаемой длительности или времени завершения какого-либо совершаемого кем-либо в настоящее время действия или занятия равнозначен призыву скорее завершить данное действие или занятие.*
9. *Вопрос о дальнейшей возможности переносить то или иное негативное явление равнозначен призыву предпринять действия, направленные на устранение этого явления.*

Рассмотрим рецептивные схемы, выявляющиеся в трех современных рекламных роликах.

Ролик Почта-банка

Почта банк, официальное лицо Сергей Гармаш: «Каждый может зайти на сайт Почта банка и получить предварительное одобрение кредита наличными всего под 12,9 % годовых за 1 минуту. Банк, с которым все хорошо, Почта банк».

Ссылка на видео: <https://www.youtube.com/watch?v=TAOONrxd4Q>

В данном тексте есть три фрагмента, которые содержат скрытые смыслы. Эти фрагменты таковы:

1. *«Каждый может зайти на сайт Почта банка и получить предварительное одобрение кредита наличными...»*

Данный фрагмент воспринимается реципиентами по рецептивной схеме:

Утверждение о простоте возможности получения чего-либо для каждого равнозначно призыву к каждому реализовать эту возможность.

2. *...всего под 12,9 % годовых*

Фрагмент воспринимается реципиентами по рецептивной схеме:

Утверждение о материальной выгодности какой-либо услуги равнозначно призыву воспользоваться данной услугой.

3. *....получить одобрение кредита за 1 минуту.*

Фрагмент воспринимается реципиентами по рецептивной схеме:

Утверждение о скорости получения определенной услуги равнозначно призыву воспользоваться данной услугой.

Таким образом, в контексте данного рекламного ролика выражены скрытым образом следующие смыслы:

1. услугами Почта-банка воспользоваться очень просто;
2. услуги Почта-банка материально выгодны;
3. услуги в Почта-банке можно получить очень быстро.

Обобщение скрытых смыслов данного ролика формирует обобщенный скрытый смысл ролика – **скрытый призыв воспользоваться услугами Почта-банка.**

Таким образом, в тексте ролика трижды выражен скрытый призыв воспользоваться услугами Почта-банка.

Ролик Промсвязьбанка

Голос за кадром: «На что только не идет малый бизнес, чтобы получить кредит в крупном банке. К чему такие сложности? Одобрять предпринимателям кредиты онлайн, Промсвязьбанк переворачивает это представление».

Далее девушка демонстрирует молодому человеку возможности услуг Промсвязьбанка: «Смотри, всего 3 клика на твоём смартфоне: нажимаешь

кнопку, выбираешь сумму, получаешь деньги». Ссылка на видео: <https://www.youtube.com/watch?v=H0KBuD26eGE>

В данном тексте есть три фрагмента, которые содержат скрытые смыслы:

1) *«На что только не идет малый бизнес, чтобы получить кредит в крупном банке. К чему такие сложности? Одобривая предпринимателям кредиты онлайн, Промсвязьбанк переворачивает это представление».*

Прямой смысл фрагмента:

Малому бизнесу трудно получить кредит в крупном банке, Промсвязьбанк изменяет ситуацию.

Данный фрагмент содержит скрытые смыслы, которые воспринимаются реципиентами по следующим рецептивным схемам:

утверждение, что малому бизнесу в крупном банке приходится преодолевать многочисленные сложности при получении кредита равнозначно утверждению, что услугами крупных банков малому бизнесу пользоваться неудобно.

утверждение, что некоторый банк одобряет кредиты онлайн, равнозначно утверждению, в этом банке получить кредит просто.

2) *«Смотри, всего 3 клика на твоём смартфоне: нажимаешь кнопку, выбираешь сумму, получаешь деньги».*

Прямой смысл: совершив на смартфоне всего три операции, можно получить деньги.

Фрагмент воспринимается реципиентами по рецептивной схеме:

утверждение о быстроте получения определенной услуги равнозначно легкости ее получения.

В контексте данного рекламного ролика выражены скрытым образом следующие смыслы:

услугами крупных банков малому бизнесу пользоваться неудобно, оформлять кредиты онлайн в Промсвязьбанке удобно, кредит в Промсвязьбанке при помощи смартфона можно получить легко.

Обобщение выявленных смыслов формирует при восприятии ролика следующий скрытый смысл: **призыв к малому бизнесу не пользоваться услугами крупных банков, а воспользоваться услугами Промсвязьбанка**, который выражен в ролике три раза.

Ролик торговой сети «ЛЕНТА»

1. Торговая сеть Лента, голос за кадром: «Кто сказал, что на новогоднем столе нет места открытию? Рискните приготовить нечто неизведанное. Не ждите чуда от обычных салатов. Волшебство создаете вы. Лента». Ссылка на видео: <https://www.youtube.com/watch?v=exgnq-mK0-Q>

Прямой смысл – на новогоднем столе нужны новые блюда, *приготовьте что-нибудь необычное.*

В данном тексте есть фрагмент, который содержит скрытый смысл.

Фрагмент *Не ждите чуда от обычных салатов. Волшебство создаете вы. Лента*».

Прямой смысл – обычные салаты вас не удивят, проявите инициативу сами и удивите всех.

Утверждение, что обычные салаты уже никого не удивят, а удивить можете только вы сами, равнозначно утверждению о том, что надо проявить инициативу и приготовить что-то необычное.

Завершающий фрагмент – *Лента*, указывающий на автора предложения, несет скрытую информацию о том, равнозначную утверждению, что все необходимое для вашего творчества есть в Ленте.

В контексте данного рекламного ролика выражены скрытым образом следующие смыслы:

На Новый год надо проявить инициативу и готовить что-то новое и необычное, все необходимое для вашего творчества есть в Ленте.

Таким образом, в данном рекламном ролике содержится скрытый смысл – призыв приобрести товар для новогоднего творчества в Ленте.

Анализируя рекламные ролики, мы видим, что авторы создают все более сложные для интерпретации скрытые смыслы, что, в свою очередь, создает все новые рецептивные схемы. Выявленные рецептивные схемы могут служить механизмом идентификации скрытого смысла.

Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста. – М.: Флинта-Наука, 2007.- 592 с.
Солженицын А.И. Россия в обвале. – Москва: Русский путь, 2006. - 208с.
Стернин И.А. Анализ скрытых смыслов в тексте. – Воронеж: «Истоки», 2011. - 66 с.
Стернин И.А. Основы лингвокриминалистики : учеб. Пособие. Воронежский государственный университет; Центр коммуникативных исследований ВГУ; Воронежская ассоциация экспертов-лингвистов. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2018. - 304 с.

Содержание

От редколлегии

3

Вопросы теории

Рудакова А.В. (Воронеж) Проект Центра коммуникативных исследований ВГУ «Значение как феномен языкового сознания»	4
--	---

Языковое сознание

Барышев Н.В., Морхова Е.Ю. (Липецк) Разговорная лексика в экономической терминологии	9
Барышев Н.В. (Липецк) Общеупотребительная лексика в терминологии черной металлургии	12
Князев И.В. (Воронеж) Темпоральная траектория развития семантики слов <i>мандат</i> и <i>валютчик</i>	17
Мерзликина Н.С. (Воронеж) Коллективная языковая личность с. Дубровки Терновского р-на Воронежской обл.	20
Талл Уссейну (Сенегал, Дакар) Семантика супермногозначного глагола в современном русском языке (<i>на примере глагола ИДТИ</i>)	23
Федосова В.И. (Воронеж) Наименования лиц, восходящих к общему предку, в русском и английском языках	28
Цинтула Игорь (Словакия) К вопросу о ложных друзьях переводчика в русском и словацком языках	34

Коммуникативное сознание

Борисова Л. М. (Воронеж) Поиск формулировки как репрезентация психолингвистических процессов текстопорождения	38
Вахтерова Е.В. (Приднестровье) Понятие академического дискурса в англоязычной лингвокультуре	43
Кожевникова И.Г. (Воронеж) Экспериментальное изучение нового концепта «Капитаны России» в коммуникативном сознании участников проекта	48
Куркина А.С. (Воронеж) К проблеме моделирования коммуникативной личности А.П.Чехова	52

Психолингвистическое описание семантики

Акованцева Н.В. (Воронеж) Ассоциативный кластер в	55
---	----

языковом сознании	
Коваленко С.В.(Воронеж) Особенности описания семантики имён медийных личностей	60
Пантелеева А.В. (Белгород) Возрастные стереотипы мышления в тексте	64
Пономаренко И.В. (Воронеж) Оппозиты слова ПРОГРАММА (по результатам экспериментального исследования)	70
Просовецкий Д.Ю. (Воронеж) Психолингвистическая модель оценочной лексики	74
Растегаева Т.В. (Воронеж) Из опыта выявления возрастных особенностей семантики слов, обозначающих родственные отношения (на примере лексемы <i>сын</i>)	77
Стернин И.А.(Воронеж) Дефиниции психолингвистических значений в дифференциальных психолингвистических словарях	81
Ульянова М.А. (Воронеж) (Воронеж) Психолингвистическое значение лексемы ВОПРОС в современном русском языковом сознании	88

Прикладные исследования

Новичихина М.Е., Дрогайцева М.А. (Воронеж) Субъективная актуальность образа номинируемого СМИ как один из факторов коммуникативной эффективности медианоминации	92
Юдкина М.Н. (Ярославль) Анализ скрытого смысла в рекламном ролике	97

Содержание	102
-------------------	-----



ООО «Издательство РИТМ»

Подписано в печать 03.12.2018. Формат 60х84 1/16
Бумага офсетная Ballet. Гарнитура Times New Roman.

Печать цифровая. Усл. печ. л. 6,0
Тираж 500 экз. Заказ № 2018-12-04-001

Текст и иллюстрации предоставлены автором. Текст печатается в авторской редакции.

г. Воронеж, Солнечная, д. 17, офис 20
<http://www.i-ritm.ru>
Тел.: 8(473) 290-24-53