

Воронежский государственный университет
Научная школа в области общего и русского языкознания профессоров
З.Д. Поповой и И.А. Стернина
Кафедра общего языкознания и стилистики
Кафедра английского языка естественно-научных факультетов
Центр коммуникативных исследований им. проф. И.А. Стернина

ЯЗЫК И НАЦИОНАЛЬНОЕ СОЗНАНИЕ

Сборник научных трудов

Выпуск 31



Воронеж
Издательско-полиграфический центр
«Научная книга»
2025

УДК 81`1(08)
ББК 81.0я43
Я41

Языковое сознание

А.П. Бабушкин (Воронеж)

«Театр абсурда» в русской, немецкой и английской фразеологии: «игра» формы и содержания

Аннотация: Статья посвящена анализу русских, немецких и английских идиом с абсурдным денотативным значением.

Ключевые слова: «театр абсурда», русские, немецкие и английские фразеологические единицы, код, понимание.

Abstract: The paper analyzes Russian, German and English idioms with absurd denotational meaning.

Key words: «theatre of the absurd», Russian, German, English phraseological units, code, understanding.

Под выражением «*театр абсурда*» (от лат. *absurdus* – нелепый, глупый) понимается особое направление в западноевропейской драматургии и театре, берущее свое начало в 50-х годах прошлого века. В отличие от обычных пьес, в диалогах, звучащих со сцены «*театра абсурда*», постоянно нарушается логика, поэтому зрители, привыкшие к традиционным театральным представлениям, оказываются сбитыми с толку и испытывают дискомфорт, чтобы, по задумке авторов пьес, написанных в этом ключе, они избавились бы в своем восприятии от избитых шаблонов и по-новому взглянули на окружающий мир (Эсслин 2010).

Своеобразный «*театр абсурда*» наблюдается и в глагольных русских, немецких и английских фразеологизмах – совокупности идиом, план выражения которых (т.е. их материальная оболочка) представляет собой действия – нелепые, вздорные, лишённые здравого смысла. Конечно, во всех языках такие идиомы выступают в качестве **кода** для обозначения вполне разумных актов и понимаются «как надо», если носители языка с этим кодом знакомы.

Цель настоящей работы заключается в демонстрации подобных случаев на материале фразеологизмов разных языков, причем сопутствующая задача усматривается в подтверждении той мысли, что люди, говорящие как на близких, так и на далеких друг от друга языках, осознают алогичность употребляемых ими выражений указанного выше плана и особым образом дают об этом знать. Мы говорим о глагольных фразеологизмах, чтобы воспринимать каждый из них в виде юмористически маркированного мини-спектакля на подмостках «театра абсурда».

В русском языке имеется фразеосочетание *взять ноги в руки* в значении «поспешить, поторопиться»:

Пар в университете у тебя сегодня нет, и ты мог бы поспать пару часиков, но надо, чтобы ты сейчас взял ноги в руки и подскочил в одну кафешку неподалеку от тебя. (К. Ширяев Книга желтой росы)

Издание выходит с 1998 года

Рецензенты:

проф. Е.А. Маклакова, проф. В.М. Топорова

Редакционная коллегия:

д.ф.н., доц. А.В. Рудакова, д.ф.н., проф. М.А. Стернина (научные редакторы);
к.ф.н., доц. Н.А. Козельская, к.ф.н., доц. М.С. Саломатина

Я41 **Язык и национальное сознание** : сборник научных трудов / ред. кол.: А.В. Рудакова, М.А. Стернина (науч. ред.) [и др.]. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2025. – Вып. 31. – 214 с. – ISBN 978-5-4446-2010-6. – Текст : непосредственный.

Тридцать первый выпуск продолжающегося межвузовского научного издания «Язык и национальное сознание», издаваемый Научной школой в области общего и русского языкознания профессоров Зинаиды Даниловны Поповой и Иосифа Абрамовича Стернина, отражает результаты исследований в области теории и практики описания языкового и коммуникативного сознания носителей языка. В сборнике представлены статьи как воронежских ученых, так и исследователей из других вузов России и Республики Беларусь, работающих в рамках проблематики и концепции Школы.

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

УДК 81`1(08)
ББК 81.0я43

- © ВГУ, 2025
- © Научная школа в области общего и русского языкознания профессоров З.Д. Поповой и И.А. Стернина, 2025
- © Кафедра общего языкознания и стилистики, 2025
- © Кафедра английского языка естественно-научных факультетов, 2025
- © Центр коммуникативных исследований им.проф. И.А. Стернина, 2025
- © Оформление.
Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2025

ISBN 978-5-4446-2010-6

«Взять ноги в руки» самому себе можно лишь в положении «сидя», но никак не в процессе стремительного движения. Невозможность такого действия очевидна:

Пришлось брать ноги в руки и мчаться на третий этаж. Хотя, если бы на самом деле взяла ноги в руки, я бы не смогла, не то что бежать. (Е. Уайт. Дорогая, ты рискуешь. Я почти уже злюсь)

Вторая часть высказывания выявляет абсурдность дословного прочтения его первой части, включающий в свой состав известный фразеологизм.

Знакомое выражение *вешать лапшу на уши* значит «обманывать, вводить в заблуждение»:

Продавец, быстро смекнув, что имеет дело не с дилетантом, которому можно вешать лапшу на уши, мгновенно перестроился на деловой тон и стал давать необходимые пояснения (Ю. Шестёра. Аляска, сэр!).

Имеется несколько этимологических догадок относительно происхождения данного выражения, в частности, слова *лапша* – это кусок ткани, лоскут, которым якобы закрывали уши жертве ограбления, дабы усыпить его бдительность, сделать глухим. (Честно говоря, такая интерпретация не выдерживает критики. – А.Б.).

Другая точка зрения сводит *лапшу* к каким-то образом реорганизованному глаголу *облапошить*, т.е. одурачить кого-то, обвести вокруг пальца (Бирх 2005, с. 376). Однако эти догадки остаются уделом ученых.

Для «рядовых» носителей русского языка слово *лапша* однозначно относится к продуктам питания в виде тонких полосок теста, которые варят в бульоне или молоке.

В этой связи интересно вспомнить, что идиомы немецкого языка *die Angel auswerfen* – «пытаться поймать на удочку/на крючок кого-либо», *j-n an der Nase herumfuhren* – «водить кого-то за нос» и *das Kind mit dem Bade ausschütten* – «выплеснуть ребенка вместе с водой» проиллюстрированы на обложке «Немецко-русского словаря живых идиом» гравюрами немецкого историка и философа Себастьяна Франка (1499 – 1542).

Вверху обложки комически прорисованная фигура ловит на удочку какого-то бюргера, по центру – грудной ребенок летит из ушата вместе с водой, в которой его купали, внизу – женщина ведет на поводке, вероятно, своего кавалера, зацепив его за нос (Добровольский 1977).

В духе таких рисунков можно изобразить и картину с развешиванием лапши на уши, ибо «денотативный след» невольно сопровождает алогичный фразеологизм, на каком бы языке он не был представлен.

Обратимся к русскому фразеосочетанию *ломиться в открытую дверь* – «настойчиво утверждать то, что всем непосредственно очевидно, против чего никто не спорит»:

Да что тут ломиться в открытую дверь – проездой при продуманном использовании всегда выгоден. (Ф.Фурман. В одиночку по Европе: опыт независимых путешественников).

Нелепость ситуации «ломиться в открытую дверь» в принципе сводится на «нет», когда выражение используется в вербальном сценарии, приближенном к «правде жизни»:

Мы, перебегая из одной квартиры в другую, бросали взоры в сторону детсадовского забора, и в ужасе толкаясь, ломились в открытые двери какой-нибудь из квартир. (Е. Матвеев. Автобиографическая сюита)

Но здесь любопытно другое – буквальное значение словосочетания подспудно пересекается с фразеологическим.

Было выявлено, что свободное сочетание слов, вне контекста, формально совпадающее с той или иной идиомой, делегируется сознанием не к своему букальному значению, а к фразеологически связанному (Eysenck 1994, p. 205).

Таким образом, в данной иллюстрации улавливается «эхо» «театра абсурда», невзирая на то, что «копия» представлена в словарном окружении, а не в одинарном формате.

Следующим пунктом анализа является ФЕ *ходить на голове* – «бурно шалить, проказничать, делать всё, что хочется»:

Директор школы тоже преподавал химию, и дети на его уроках буквально засыпали, кроме 7-Б, который вечно ходил на головах. (В. Коробкин. Банановые мысли)

Найден вариант этого же выражения с совершенно другим подтекстом:

Я тогда поинтересовался, как можно ходить на голове, и папа начал мне объяснять, что такое поговорки. (В. Проскурин. Ураган мысли).

Из примера становится ясно, что ребенок смущен услышанным или прочитанным, потому что он не овладел переносным смыслом устойчивого образного выражения, но полученное разъяснение превратило странную для него фразу в факт словесной игры.

Конечно же, *носить воду решетом* значит «заниматься бессмысленной, бесполезной работой, никчемными беседами»:

Ну, матушка, с тобой говорить, что воду решетом носить, – молвил с досадой Василий Борисович. (П. Мельников — Печерский. В лесах)

Как и в предыдущем случае, понимание того, что прямое значение идиомы – это особый прием кодирования несомого ею смысла, расставляет всё по своим местам:

Как это можно носить воду решетом? – сказал он и сам себе ответил. (В. Максимова. Летние приключения)

К разряду рассматриваемых выражений относятся и другие русские фразеологизмы, типа: *переливать из пустого в порожнее, пробивать лбом стену, лезть в бутылку, сесть в галошу, молчать в тряпочку* и многие другие.

Проследим аналогичное явление в примерах, почерпнутых из английского языка.

Англо-русский фразеологический словарь А.В. Кунина (Кунин 1984) предлагает такие варианты: *beat a dead horse* (букв.) – «бить, стегать мертвую лошадь».

Зачем, спрашивается, издеваться над бедным животным? Оказывается, что выражение *beat and dead horse* значит «заниматься бесполезным делом, зря тратить силы, попросту стараться» (примерно то же, что и русское «носить воду решетом»:

Stop beating a dead horse, you've made up your mind to continue this ridiculous marriage. (O'Hara. From the terrace)

Заметим, что одинаковые смыслы объективируются в сознании носителей английского и русского языков в виде несовпадающих образов, материализуемых в том, и в другом случае алогичными фразеосочетаниями.

Того же плана – идиома *throw the house out of the window* – (букв.) «выбросить дом из окна»:

They say things and do things and even think things, that you'd fear must throw the house out of the window, and wreck the home for everyone. (E. Fhillpots. Welcome Fair)

To throw the house out the window следует читать, как «перевернуть всё вверх дном, полностью разрушить устоявшийся порядок».

Выражение *marry over the broom-stick* (букв. «пожениться вокруг метловицы – рукоятки метлы, палки, к которой она прикреплена») понимается как «сойтись, не совершая брачного обряда, повенчаться вокруг ракитового куста»:

This woman in Gerrard Street had been married very young over the broomstick (as we say), to a trampling man, and was a perfect fury in the point of jealousy. (Ch. Dickens. Great Expectations)

Обратим внимание на то, что после отмеченного выше выражения автор в скобках констатирует: *as we say*, что в переводе звучит: «как говорится». Тем самым писатель дает указание не воспринимать сказанное буквально.

Число примеров на материале английского языка можно умножить, включая в этот список идиомы, типа: *tie a can on somebody* (букв. «привязать к кому-то банку») в значении «выгнать кого-либо», *burn the candle at both ends* («жечь свечу с обоих концов») – «прожить жизнь, безрассудно растрачивая силы и здоровье», *make a silk purse out of a sow's ear* («изготовить шелковый кошелек из уха свиньи») – «перевоспитать кого-то», *put the cart before the horse* («ставить телегу перед лошады») – «сделать всё шиворот-навыворот» и т.д.

Представленные идиомы действительно воспринимаются как сцены из «театра абсурда», и лишь крайне редко можно найти в их «внешнем облике» крупную здоровую смысловую, «завуалированный намек» на истинное значение образного оборота речи.

Изученный материал позволяет прийти к следующим выводам:

1. По плану выражения абсурдные фразеологизмы являются универсальными, так как содержатся во многих языках мира.

2. Глагольный фразеологизм, подводимый под рубрику абсурда, представляет собой код, шифрующий значение устойчивого образного выражения.

3. Носитель языка, не владеющий этим кодом, тем не менее, осознает, что алогичный оборот носит кодовый характер, поскольку он воспитан на вере в логичность мира, находящего свое отражение в языке.

4. При знании кода происходит конвертизация абсурдного выражения во вполне логичный смысловой подтекст, но «след» денотативного значения ФЕ полностью не стирается в сознании носителей языка, и иногда остается «ниточка» выводимой связи между алогичной идиомой и ее декодированным значением.

Литература

1. Eysenck M.W. The Blackwell Dictionary of Cognitive Psychology. – Cambridge. Massachusetts: Blackwell Reference, 1994.
2. Бирих А.К., Мокиенко В.М., Степанова Л.И. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь. – Изд. 3. – М.: Астрель: АСТ: ЛЮКС, 2005.
3. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – Изд. 4, перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1984.
4. Эсселин М. Театр абсурда / Пер. с англ. Г.В. Коваленко. – СПб.: Балтийские сезоны, 2010.

Лексикографические источники

1. Добровольский Д.О. Немецко-русский словарь живых идиом. – М.: Метатекст, 1997.
2. Словарь образных выражений русского языка / Под ред. В.Н. Телия. – М.: «Отечество», 1995.
3. Фелицына В.П., Мокиенко В.М. Русские фразеологизмы: лингвострановедческий словарь. – М.: Русский язык, 1990.
4. Фразеологический словарь русского литературного языка конца XVIII – XX вв. / Под ред. А.И. Федорова. – М.: «Топикал», 1995.

Ф.Ш. Бекмурзаева (Санкт-Петербург)

Символический образ пчелы в англоязычном сознании (на примере концепта *bee*)

Аннотация: В статье анализируется энтомологический концепт *bee* (пчела) в аспекте выявления символических признаков, существующих в языковом сознании представителей британского и американского народов. Выявленные символические признаки отражают разнообразие, историю и ценности англоязычной культуры.

Ключевые слова: англоязычное сознание, энтомологический концепт, символический признак, образ, культура.

Abstract: The paper analyzes the entomological concept *bee* in terms of identifying symbolic signs that exist in the linguistic consciousness of the Englishmen and Americans. The identified symbolic signs reflect the diversity, history, and values of English and American culture.

Keywords: entomological concept, symbolic sign, English-speaking consciousness, image, culture.

Пчелы занимают особое место в жизни народа. С древнейших времен пчелы представлены в легендах, искусстве, культуре, народных обычаях, поэзии. Актуальность нашего исследования заключается в осмыслении символического наполнения энтомологического лингвокультурного концепта *bee* (пчела), зафиксированного в образном представлении языкового сознания представителей англоязычных культур (британской и американской).

Концепт – это структурно-содержательная единица сознания, отражающая совокупность знаний, представлений, мнений об объекте мысли (БРЭ). Концепт – «всегда знание, структурированное во фрейм, а это значит, что концепт

отражает не просто существенные признаки объекта, а все те, которые в данном языковом коллективе заполняются знанием о сущности. Из этого следует, что концепт должен получить культурно-национальную прописку» (Степанов 2001, с. 81).

Символические признаки – важнейшая составляющая структуры концепта. «Смысл символических образов нельзя расшифровать прямолинейно, его необходимо эмоционально пережить и прочувствовать, его нужно распознать, пользуясь сметливостью ума и проницательностью души» (Культурология 2010).

Материалом исследования послужили английские идиоматические выражения и цитаты известных личностей-носителей англоязычного сознания. Анализ фактического материала позволил выявить ряд символических признаков образа пчелы.

Пчелы являются **символом трудолюбия, усердия, стойкости, выдержки**: «*The busy bee has no time for sorrow*» (William Blake); «*Bees do have a smell, you know, and if they don't, they should, for their feet are dusted with spices from a million flowers*» (Ray Bradbury); «*It takes a bee 10,000,000 trips to collect enough nectar to make 1 pound of honey*» (Sue Monk Kidd). В жизни не бывает легких путей, и, чтобы достичь высот, успеха, придется потрудиться и пройти жизненные перипетии: «*To be successful, one has to be one of three bees – the queen bee, the hardest working bee, or the bee that does not fit in*» (Suzy Kassem).

Пчелы не только трудолюбивые создания, но и **целеустремленные**. Следующее устойчивое сравнительное выражение «busy as a bee» подчеркивает эту особенность в образе пчелы в сознании носителей языка. Устойчивое выражение вербализует образ занятого, трудолюбивого, полного активности, целеустремленного человека (The idioms).

Пчелы – **символ почета и коллективизма**: «*The bee is more honored than other animals, not because she labors, but because she labors for others*» (St. John Chrysostom).

Символ мудрости, знаний, навыков: «*A bee is an exquisite chemist*» (Royal Beekeeper for Charles II); «*Bees work for man, and yet they never bruise their Master's flower, but leave it having done, as fair as ever and as fit to use; So both the flower doth stay and honey run*» (George Herbert); «*Books are the bees which carry the quickening pollen from one to another mind*» (James Russell Lowell).

Пчелы являются не только символом мудрости, но и **символом таланта**: образная фраза «*a bee line (to make a bee line for smth)*» появилась после наблюдения за поведением пчел. Когда пчела-собиралица находит источник нектара, она возвращается в улей и сообщает о своем местонахождении другим пчелам, используя так называемый танец покачивания. После сообщения другие пчелы летят прямо к источнику нектара, то есть «летят напрямик» к нему. Переводится фраза следующим образом: направиться кратчайшим путем к чему-либо, пойти кратчайшим путем куда-либо, пойти напрямик куда-либо. Слово «bee-line» переводится как «кратчайшее расстояние между двумя точками».

Также пчелы наделены способностями незаметно скрываться, что позволяет им избегать неприятностей, что делает их **символом находчивости, ловкости,**

изобретательности. Идиома «*make like a bee and buzz off*» передает эту способность: «уходить, удаляться в спешке, смыться, улизнуть».

Пчел невозможно сделать послушными, чтобы они могли исполнять человеческую волю. Они символизируют **независимость**: «*The bee is domesticated, but not tamed*» (William Longgood).

Пчелы – **символ надежды и оптимизма**: «*Hope is the only bee that makes honey without flowers*» (Robert Green Ingersoll), **символ жизни**: «*Keeping of bees is like the direction of sunbeams*» (Henry David Thoreau).

В представленной цитате пчела является символом **отважности и смелости**: «*He is not worthy of the honeycomb that shuns the hives because the bees have stings*» (William Shakespeare), а также **символ возмездия, обороны, защиты**. Пчела защищается от опасностей, которые угрожают семье или улью, с помощью жала: «*Float like a butterfly, sting like a bee – his hands can't hit what his eyes can't see*» (Muhammad Ali). Фраза «Float like a butterfly sting like a bee» (Порхать как бабочка, жалить как пчела) принадлежит одному из самых успешных и знаменитых боксеров всех времен – Мухаммеду Али. Фраза подчеркивает стиль боксера в ринге: быстрые, ловкие движения и умение избегать ударов соперников перед нанесением своих собственных. В повседневной жизни выражение используется в контексте доброго и милого человека, который защищаясь (в споре), говорит колкости, едкие замечания.

Символ здоровья экосистемы, природы: «*The hum of bees is the voice of the garden*» (Elizabeth Lawrence). Цитата подчеркивает важнейшую роль пчел в экосистемах – опыление цветковых растений. «*Where there are bees there are flowers, and wherever there are flowers there is new life and hope*» (Christy Lefteri). В жизни все взаимосвязано, а пчелы стоят во главе природы. Пчелы – хранители и создатели природы. Без пчел многие виды растений исчезли, некоторые вообще бы не появились в природе.

В некоторых случаях пчелы могут выступать **символом благодарности**: «*But the rose leaves herself upon the brier, For winds to kiss and grateful bees to feed*» (John Keats).

Пчелы как **символ одержимости** предстают в выражении «*I have always had a bee in my bonnet about being seen to do things for myself*» (Jane Fallon). Фраза «to have a bee in one's bonnet» означает человека, полного энтузиазма, озабоченного или одержимого по поводу чего-то; это что-то, о чем человек постоянно упоминает или думает. Это выражение служит аллитеративной и метонимической трансформацией более раннего выражения «one's head full of bees», передающего значение рассеянного и неспособного мыслить здраво человека, словно пчелы жужжат в голове (The idioms). В 1500-х годах в Англии и Шотландии слово «bonnet» употреблялось в значении «кепка» или «шляпа» (Esl speaking).

Интерес представляет возможность пчел в англоязычной культуре являться **символом превосходства, высокого качества**. В английском языке идиоматическое выражение «*the bee's knees*» с орнитологическим компонентом *bee* (пчела) в современном значении «что-то или кто-то исключительно превосходное, впечатляющее или высококачественное» произошло со времен «Roaring Twenties» (Ревущие, бурные двадцатые) – период 1920-х годов в

Северной Америке и Западной Европе, который начался с возвращения к мирной жизни после Первой мировой войны.

Название определяет развитие искусств, культурного и социального прогресса этих лет: радикально изменились мода и стиль одежды, наступил расцвет джаза и ар-деко, радиовещание стало повсеместным, кинематограф обрел звук и из редкого развлечения превратился в массовый вид досуга и отдельный вид искусства. Фраза стала популярной в эпоху, которая славилась своим уникальным сленгом и культурой флапперов (The Village Idiom).

Точное происхождение идиомы неизвестно, но существует ряд теорий. Согласно одной из них, идиоматическое выражение возникло из представления о том, что пчелы собирают пыльцу на коленях, что символизирует их усердие и эффективность. В таком случае, «колени пчелы» используются для выражения восхищения или похвалы за исключительные качества (The Village Idiom).

Выражение сохранилось в разговорной речи, в некоторых региональных диалектах США для описания чего-либо исключительного или высоко ценного, будь то человек, объект, опыт или идея.

В словаре Collins English Dictionary выражение «the bee's knees» объясняется следующим образом: «an excellent or ideally suitable person or thing»; в словаре Cambridge Dictionary идиома «be the bee's knees» определяется как «to be excellent or of an extremely high standard».

Пчелы – **символ лидерства, руководства**. Идиома «*queen bee*» (пчелиная матка) используется в значении «доминирующая или контролирующая женщина, женщина-лидер, начальница, руководительница в какой-либо сфере, особенно в социальной или организационной среде».

Идиоматическое выражение «*to put the bee on someone*» означает «просить или оказывать давление на кого-либо с целью заставить его сделать что-либо или получить от него что-либо; выпрашивать, требовать деньги, кланяться деньги» (Bee Idioms & Phrases) дает возможность судить о пчелах, как о **символе давления**. Вероятно, выражение появилось в связи с ассоциацией с укусом пчелы человека или животных, когда жало входит в кожу под большим давлением.

Пчелы могут выступать **символом привлечения, интереса**. Идиоматическое выражение «*like bees to honey*» передает значение «с большим и непосредственным общим интересом», то есть означает «кто-либо привлекается чем-либо, как пчелы медом» (The Free Dictionary). Схожее значение имеет и фраза «*like bees to / round a honeypot*» со значением «быть сильно привлеченным; что-то привлекает людей большим количеством» (Collins English Dictionary).

Таким образом, образ пчелы сконцентрировал в себе многогранный символизм. В сознании носителей английского языка концепт имеет следующие символические признаки: 1) трудолюбие, усердие, стойкость, выдержка; 2) почет, коллективизм; 3) мудрость, знания, навыки; 4) находчивость, ловкость, изобретательность; 5) независимость; 6) надежда, оптимизм; 7) жизнь; 8) отважность, смелость; 9) возмездие, оборона, защита; 10) здоровье экосистемы, природа; 11) благодарность; 12) одержимость; 13) превосходство, высокое качество; 14) лидерство, руководство; 15) давление; 16) привлечение, интерес.

Описанные признаки позволяют сделать вывод о важности насекомого в жизни и культуре англоязычного народа (американцев и британцев).

Литература

1. БРЭ – Большая российская энциклопедия. – URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2094246> (дата обращения: 10.12.2024).
2. Культурология: учеб. пособие для студ. всех спец. / [Морозова С.В. и др.]; М-во образования и науки РФ, Московский гос. ун-т печати. Ч. 1. – Москва: МГУП, 2010. – URL: <https://web.archive.org/web/20190616100704/http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook880/01/part-005.htm> (дата обращения: 08.12.2024)
3. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. – М., 2001.
4. Bee Idioms & Phrases. – URL: <https://vk.com/@dianagabaldon-bee-idioms-phrases-angliiskie-idiomy-i-frazy-svyazannye-s-pc> (дата обращения: 12.12.2024).
5. Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/be-the-bee-s-knees?q=bee%27s+knees> (дата обращения: 12.12.2024).
6. Collins English Dictionary. – URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/bees> (дата обращения: 12.12.2024).
7. Esl speaking. – URL: <https://eslspeaking.org/bee-in-your-bonnet/> (дата обращения: 12.12.2024).
8. The Free Dictionary. – URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/like+bees+to+honey> (дата обращения: 12.12.2024).
9. The idioms. – URL: <https://www.theidioms.com/as-busy-as-a-bee/> (дата обращения: 12.12.2024).
10. The Village Idiom. – URL: <https://www.thevillageidiom.org/idioms/the-bees-knees-idiom-meaning-and-origin/> (дата обращения: 12.12.2024).
11. Word histories. URL: <https://wordhistories.net/2017/06/17/origin-bee-in-bonnet/> (дата обращения: 12.12.2024).

О.А. Гавриш (Воронеж)

Понимание значений инициальных аббревиатур современными студентами

Аннотация: В статье рассматривается употребление инициальных аббревиатур и их узнаваемость студентами Воронежского государственного университета.

Ключевые слова: инициальные аббревиации, частотность, опрос.

Abstract: The paper examines the use of initial abbreviations and their recognition by students of Voronezh State University.

Key words: initial abbreviations, frequency, survey.

Цель данного исследования – проанализировать, насколько хорошо респонденты знакомы с аббревиатурами из текстов региональной газеты «Коммуна» за сентябрь 2024 года (№№36-38).

Под аббревиатурами, вслед за Н.Ю. Шведовой, мы понимаем «существительные, состоящие из усеченных отрезков слов, входящих в

синонимичное словосочетание, последний из которых (опорный компонент) может быть целым, неусеченным словом» (Русская грамматика 1980).

На первом этапе был проведен опрос 114 студентов 1-3 курсов факультета компьютерных наук Воронежского государственного университета. Возраст целевой группы: 90% (102 человека) в возрасте от 18 до 24 лет и 10% (12 человек) в возрасте до 18 лет. Среди них 83 молодых человека (73%) и 31 девушка (27%).

Опрос проводился с помощью Google Формы в два этапа.

На первом этапе испытуемым было предложено записать 10 известных им аббревиатур, привести их расшифровку, а также указать цель использования аббревиатур в текстах.

Целью данного опроса было выявить наиболее популярные аббревиатуры среди молодежи и выявить цели их использования в тексте, сопоставить популярность и знание аббревиатур.

Анализ полученных данных (всего было получено 1058 ответов, из них 321 различная аббревиация) позволил выявить популярные среди молодых людей сокращенные слова. Приведем результаты опроса.

Наиболее частотными (упоминались более 20 раз) были следующие аббревиатуры: *ВГУ* (Воронежский государственный университет) – 40 студентов, *вуз* (высшее учебное заведение) – 38, *ООН* (Организация Объединенных Наций) – 30, *РФ* (Российская Федерация) – 27, *СМИ* (средства массовой информации) – 24, *ООО* (общество с ограниченной ответственностью) – 23.

Менее популярными (от 10 до 20 упоминаний) были следующие аббревиатуры: *МВД* (Министерство внутренних дел) – 19 студентов, *ФСБ* (Федеральная служба безопасности) – 19, *СССР* (Союз Советских Социалистических Республик) – 15, *ВВП* (валовой внутренний продукт) – 14, *ЕГЭ* (единый государственный экзамен) – 13, *ИП* (индивидуальный предприниматель) – 13, *ГАИ* (Государственная автомобильная инспекция) – 12, *ИИ* (искусственный интеллект) – 12, *МГУ* (Московский государственный университет) – 12, *МЧС* (Министерство по чрезвычайным ситуациям) – 12, *СНГ* (Содружество Независимых Государств) – 12, *США* (Соединенные Штаты Америки) – 10, *ФКН* (факультет компьютерных наук) – 10.

От 5 до 10 раз встречались следующие: *ПДД* (правила дорожного движения) – 9, *НДС* (налог на добавленную стоимость) – 9, *ЖКХ* (жилищно-коммунальное хозяйство) – 9, *ГИБДД* (Государственная инспекция безопасности дорожного движения) – 9, *ПК* (персональный компьютер) – 8, *ДПС* (дорожно-патрульная служба) – 8, *ГОСТ* (государственный стандарт) – 8, *ГЭС* (гидроэлектростанция) – 8, *АЭС* (атомная электростанция) – 7, *КПД* (коэффициент полезного действия) – 7, *КГБ* (Комитет государственной безопасности) – 7, *СВО* (Специальная военная операция) – 7, *УК* (Уголовный кодекс) – 7, *ЧС* (чрезвычайная ситуация) – 7, *АО* (акционерное общество) – 6, *РЖД* (Российские железные дороги) – 6, *ВОВ* (Великая Отечественная война) – 6, *МИД* (Министерство иностранных дел) – 6, *ОАО* (открытое акционерное общество) – 6, *ОГЭ* (основной государственный экзамен) – 6, *ФСИН* (Федеральная служба исполнения наказаний) – 6, *ЦБ* (Центральный банк) – 6, *ВВС* (Военно-воздушные силы) – 5,

ЗАГС (запись актов гражданского состояния) – 5, *ИТ* (информационные технологии) – 5, *КМС* (кандидат в мастера спорта) – 5, *НИИ* (научно-исследовательский институт) – 5, *ООП* (объектно-ориентированное программирование) – 5, *ТЮЗ* (театр юного зрителя) – 5.

Остальные языковые единицы указывались достаточно редко: *ПММ* (факультета прикладной математики, информатики и механики), *ВГТУ* (Воронежский государственный технический университет), *СВО* (специальная военная операция), *ВДНХ* (выставка достижений народного хозяйства), *КНР* (Китайская Народная Республика), *НДФЛ* (налог на доход физических лиц), *НЛО* (неопознанный летающий объект), *ПТУ* (профессионально-техническое училище) и пр.

Не все респонденты расшифровали приведенные ими аббревиатуры. Среди приведенных расшифровок в отдельных случаях были отмечены ошибки, что свидетельствует о несформированности знания аббревиатур: *АТО* (антитеррористическая оборона), *РГФ* (романо-германский факультет), *ВВС* (Воздушно-военные силы), *СМС* (служба сообщений), *ХОХО* (hugs and kisses), *4и* (для тебя), *ВВП* (внутренний валовый продукт) и др.

Отметим, что среди ответов встречались не только инициальные аббревиатуры (в школьном курсе под аббревиатурой понимаются именно инициальные аббревиатуры), но и сложносокращенные слова типа *т.к.* (так как), *т.е.* (то есть), *ТГ* (телеграмм), *см* (сантиметр), *ЧД* (что делаешь), *ВКЛ* (включить), *военторг* (военная торговля), *га* (гектар), *кв* (квартал), *п-ов* (полуостров).

Также среди примеров испытуемые приводили не только русскоязычные аббревиатуры, но и сокращения на английском языке (104 различные аббревиатуры), среди них наиболее частотные следующие: *IDK* (I don't know) – 5 студентов, *OMG* (Oh my god) – 5, *BTW* (By the way) – 4, *LOL* (Laughing out loud) – 4, *IT* (Information technology) – 3, *CEO* (Chief Executive Officer) – 3, *IBM* (International Business Machines) – 3. Вероятнее всего, это связано со значительной популярностью этих аббревиатур в интернете, они являются частью интернет-сленга, широко используются молодыми людьми в социальных сетях, компьютерных играх и на других онлайн-платформах.

Второе задание предполагало определение цели использования аббревиатур. Респондентам были предложены выбрать один или несколько ответов из следующих: 1) для сокращений; 2) для экономии времени и места при написании; 3) для упрощения произношения и запоминания названий понятий; 4) для затемнения смысла. Можно было также написать свой вариант.

Среди целей употребления аббревиатур в текстах наиболее частой причиной употребления аббревиатур респонденты указывали: для сокращений – 106 человек (93%). Достаточно часто указывались и такие причины, как для упрощения произношения и запоминания названий понятий – 92 человека (81%), для экономии времени и места при написании – 87 человек (76%). Только один человек указал, что аббревиатуры могут быть использованы для затемнения смысла текста. Дополнительная причина использования аббревиатур – для *дополнительной формализации текста* – была приведена одним студентом.

На втором этапе был проведен еще один опрос, цель которого заключалась в определении степени понимания аббревиатур. В качестве испытуемых были также студенты 1-3 курсов факультеты компьютерных наук Воронежского государственного университета (всего 108 человек).

Студентам было предложено расшифровать 9 аббревиатур (*ТЮЗ, ВО, ПММ, БАМ, БПЛА, ГИБДД, СПА, ЦФО, БРИКС*) из разных тематических рубрик, таких как культура, образование, политика, экономика, военная сфера, название организаций и учреждений, транспорт, которые являются часто употребляемыми в региональных печатных СМИ (Гавриш 2024). Можно было привести несколько известных вариантов расшифровки одной и той же аббревиатуры.

По результатам опроса с аббревиатурой *ТЮЗ* знакомы 70% (76 человек) опрошенных, среди их ответов наиболее популярным был «Театр юного зрителя» – 68 человек, также были упомянуты существующие понятия: *товарный юридический знак, турнир юных знатоков, творческий юношеский центр*. Один из респондентов привел вариант – *театральный юго-запад*: такого понятия не существует, однако есть государственный Театр на Юго-Западе в Москве.

Аббревиатура *ВО* известна только половине опрошенных (50 человек – 46 %), остальным студентам расшифровка данной аббревиатуры неизвестна. Отметим, что данная аббревиатура имеет по данным опроса наибольшее количество вариантов расшифровки. Наиболее частотным вариантом, по мнению респондентов, был «военный округ» – 11 человек (21%), реже указывались варианты «высшее образование» – 7 человек (14%), Воронежская область – 8 человек (15%). Были приведены и такие варианты, как: *высокоточное оружие, военная операция, валютная операция, Великая Отечественная, военное обозрение, военное образование, военные обязанности, военный объект, воздушная оборона, воинская обязанность, вооруженная охрана, вечернее обучение* и др. Некоторые респонденты приводили не один, а два и более варианта расшифровки данной аббревиатуры, например, *высшее образование* (2 человека) и *военный округ* (2 человека) и др.

Аббревиатуру *ПММ* знают 98 человек (91%). Большинство расшифровывали аббревиатуру как «факультет прикладной математики, информатики и механики» либо «прикладная математика и механика». Встречались другие варианты: *пистолет Макарова модернизированный и проволока медная мягкая*.

С аббревиатурой *БПЛА* знакомы 102 опрошенных (95%). Стоит отметить, что все опрошенные указали верный вариант расшифровки – *беспилотный летательный аппарат*, это наивысший показатель по узнаваемости по всему опросу.

Аббревиатура *ГИБДД* известна 95 опрошенных (88%), из них большинство указали расшифровку «Государственная инспекция безопасности дорожного движения». Только 2 человека из опрошенных привели сокращенный вариант «Государственная автомобильная инспекция» по аналогии с ГАИ (так ранее называлась эта организация).

С аббревиатурой *ЦФО* не знакомы 61 респондент (56%), только 44% указали варианты расшифровки этой аббревиатуры. Основная часть опрошенных отметила вариант «Центральный федеральный округ», также встречались

ответы: *центр финансовой ответственности*. Часть респондентов указала следующие варианты: *центральная федеральная область, цифровая форма отчета, центральный финансовый отдел и целевая форма обучения*, но они не являются расшифровкой данной аббревиатуры.

С аббревиатурой *СПА* знаком 21 респондент (19%), но никто не смог расшифровать аббревиатуру правильно, большинство предложило вариант «санитарно-курортное лечение». Это связано с тем, что данная аббревиатура не имеет русскоязычного варианта расшифровки, была заимствована из латинского языка «*salus per aquam*» или «*sanitas per aquam*».

Аббревиатура *БРИКС* знакома 71 человеку (66%) из опрошенных, при этом большинство смогли вспомнить расшифровку только четырех букв из аббревиатуры или ошиблись в названии одной или нескольких стран. Правильно расшифровать аббревиатуру удалось только трети респондентов (30%): БРИКС – название объединения, составленное из первых букв английских названий пяти быстроразвивающихся стран-участниц: Бразилия (Brazil), Россия (Russia), Индия (India), Китай (China) и Южная Африка (South Africa). Приведем студенческие варианты: *Бразилия, Индия, Китай, ЮАР; Бразилия, Россия и что-то там; Бразилия Россия Индия Китай Саудовская Аравия; Бразилия, Россия, Индия, Китай, Северная Африка; Бразилия Россия Иран Китай Южная Африка (south)*.

С аббревиатурой *БАМ* знакомы 37 человек из 108 опрошенных (34%). При этом только 15 человек смогли расшифровать ее как «Байкало-Амурская магистраль», часть респондентов понимали, что речь идет о дороге, они не смогли вспомнить расшифровку одной или нескольких букв, и не было предложено других альтернативных вариантов расшифровки.

Подведем итог. Анализ показывает, что среди студентов факультета компьютерных наук Воронежского государственного университета наиболее часто упоминаемыми аббревиатурами являются *ВГУ, вуз, ООН и СМИ*, что связано с их частым употреблением в текстах СМИ и учебных материалах. Аббревиатуры, связанные с конкретными профессиональными сферами (например, *ФСБ, МВД*), упоминались реже. Студенты активно используют англоязычные сокращения, такие как *IDK, OMG и BTW*, что отражает их вовлеченность в глобальные интернет-сообщества. Эти аббревиатуры входят в состав интернет-сленга и активно используются в неформальной коммуникации.

Основными причинами употребления аббревиатур являются экономия места и времени, упрощение произношения, а также удобство запоминания длинных названий. Формализация текста указывалась как причина крайне редко.

Анализ также показал, что аббревиатуры из региональных текстов у студентов зачастую вызывают затруднения. Аббревиатуры *ВО, СПА, ТЮЗ, ВО и ЦФО* вызвали затруднения у более чем половины опрошенных, что говорит о необходимости дополнительного контекста или пояснений в текстах.

БПЛА оказался самой узнаваемой аббревиатурой, правильную расшифровку указали 100% опрошенных. ГИБДД и БРИКС также показали высокую узнаваемость, но в расшифровке БРИКС респонденты часто допускали ошибки. Аббревиатуры СПА и БАМ вызвали наибольшие трудности: с ними были знакомы менее 20% и 34% респондентов соответственно, а корректная расшифровка встречалась редко.

Полученные данные свидетельствуют о том, что в текстах СМИ и образовательных материалах полезно предоставлять расшифровки аббревиатур, особенно региональных и специализированных, чтобы повысить их узнаваемость и облегчить восприятие информации. В целом исследование выявило, что знание и понимание аббревиатур варьируются в зависимости от их распространенности в массовых текстах, актуальности для целевой аудитории и контекста их использования.

Литература

1. Гавриш О.А. Особенности употребления инициальных аббревиатур в текстах региональных СМИ // Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка: сборник научных статей / Науч. ред. А.В. Рудакова. – М.: Издательство ООО «РИТМ», 2024. – Вып. 10. – С. 173-179.
2. Русская грамматика: в 2 т. / Акад. наук СССР, Ин-т рус. яз.; гл. ред. Н.Ю. Шведова. – М.: Наука, 1980. – Т. 1: Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология. – 1980.

М.Х. Гафарова (Воронеж)

Коннотативная полисемия наиболее частотных субстантивных лексем русского языка

Аннотация: В статье проводится анализ коннотативной полисемии субстантивных лексем, входящих в первые три сотни наиболее частотных лексем русского языка. Исследование выполнено на основе метода обобщения словарных дефиниций с использованием инструментов сопоставительно-параметрического метода лингвистических исследований.

Ключевые слова: субстантивные лексемы, семема, семантема, полисемия, сопоставительно-параметрический метод.

Abstract: The paper deals with the connotative polysemy of Russian substantive lexemes, included in the first three hundreds of the most frequent lexemes of the Russian language. The study is based on the method of generalization of dictionary definitions using the tools of the comparative-parametric method of linguistic research.

Key words: substantive lexemes, sememe, semantheme, polysemy, comparative-parametric method.

Нами были исследованы 80 лексем русского языка, входящих в первые 300 наиболее частотных лексем, согласно данным Нового частотного словаря русской лексики О.Н. Ляшевской, С.А. Шарова (<http://dict.ruslang.ru/freq.php>). В первой сотне было выявлено 11 субстантивных лексем, во второй – 25, в третьей – 44 лексемы. Семантемы представленных лексем были составлены на основе метода обобщения словарных дефиниций (Стернин, Рудакова 2011, с. 19-27) по следующим словарям: Малый академический словарь русского языка в под ред. А.П. Евгеньевой, Большой толковый словарь русского языка под ред.

С.А. Кузнецова и Толковый словарь русского языка под ред. С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой.

Для выявления национальной специфики семантики исследуемых групп нами были использованы следующие инструменты сопоставительно-параметрического метода лингвистических исследований (Стернина 2014): *индекс коннотативной представленности семантемы*, под которым понимается отношение количества коннотативных семем к общему количеству семем в семантеме (Кривенко 2010), а также *индекс коннотативной представленности семем в группе* – отношение количества коннотативных семем к общему количеству семем в группе (оба индекса вычисляются в процентах) (Баранова 2009).

В ходе исследования представилось целесообразным ввести несколько новых параметров:

- *индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности семантемы* – отношение количества коннотативных семем, развивающих лексическую полисемантичность (ЛП), к общему количеству коннотативных семем в семантеме (вычисляется в процентах);
- *индекс развитости коннотативной лексико-грамматической полисемантичности семантемы* – отношение количества коннотативных семем, развивающих лексико-грамматическую полисемантичность (ЛПП), к общему количеству коннотативных семем в семантеме (вычисляется в процентах);
- *индекс развитости коннотативной лексико-грамматической вариантности семантемы* – отношение количества коннотативных семем, развивающих лексико-грамматическую вариантность (ЛГВ), к общему количеству коннотативных семем в семантеме (вычисляется в процентах);
- *индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности семем* – отношение количества коннотативных семем, развивающих ЛП, к общему количеству коннотативных семем в группе (вычисляется в процентах);
- *индекс развитости коннотативной лексико-грамматической полисемантичности семем* – отношение количества коннотативных семем, развивающих ЛПП, к общему количеству коннотативных семем в группе (вычисляется в процентах);
- *индекс развитости коннотативной лексико-грамматической вариантности семем* – отношение количества коннотативных семем, развивающих ЛГВ, к общему количеству коннотативных семем в группе (вычисляется в процентах);
- *индекс превалирования коннотативной полисемии в группе* – отношение количества развиваемых в группе коннотативных семем к количеству развиваемых в группе денотативных семем (вычисляется в абсолютных числах).

Остановимся подробнее на коннотативной полисемии лексем, входящих в каждую из трех сотен наиболее частотных субстантивных лексем русского языка.

В первую сотню, как показало исследование, входят 11 субстантивных лексем, которые развивают 108 семем, из которых коннотативных (К1) – **74**. Соответственно, индекс коннотативной представленности семем в группе – **69%**, а индекс превалирования коннотативной полисемии в группе – **3,2**. Данные

лексемы демонстрируют как лексическую, так и лексико-грамматическую полисемию (Стернина 1999): 72 семемы К1 развивают лексическую полисемию и лишь две – лексико-грамматическую полисемию. Следовательно, индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности семем в 1 сотне – **97,3%**, а индекс развитости коннотативной лексико-грамматической полисемантичности – **2,7%**.

Отметим, что лексико-грамматическая полисемантичность в рассматриваемой группе лексем представлена на уровне союза и числительного. Лексема *раз* имеет значение союза «если»: (*Раз обещал, приду*) и значение числительного «один»: (*Раз, два и обчелся*).

Наибольшее количество коннотативных семем в данной группе зарегистрировано у лексемы *дело*, индекс коннотативной представленности семантемы которой – **89%** (из 18 семем этой лексемы 16 являются семемами К1), а индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности семантемы – **100%** (из 16 коннотативных семем данной лексемы все 16 демонстрируют лексическую полисемию).

Наименьшее количество семем К1 обнаружено у лексем *год* и *день* (по две семемы К1 в обеих лексемах). Индекс коннотативной представленности семантемы *год* – **40%** (из 5 развиваемых лексемой семем 2 являются семемами К1), лексемы *день* – **33,3%** (из 6 развиваемых семем 2 являются семемами К1). Индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности обеих семантем – **100%**.

Перейдем к рассмотрению субстантивных лексем, входящих во вторую сотню. 25 входящих в данную группу лексем развивают 211 семем, 133 из которых – семемы К1. Соответственно, индекс коннотативной представленности семем в группе – **63%**, а индекс превалирования коннотативной полисемии в группе – **2,5**. Данные лексемы демонстрируют как ЛП, так и лексико-грамматическую полисемантичность и лексико-грамматическую вариантность. Из 133 семем К1 126 развивают лексическую полисемантичность, три – лексико-грамматическую полисемантичность и четыре – лексико-грамматическую вариантность. Таким образом, индекс развитости коннотативной ЛП семем во второй сотне – **95%**, индекс развитости коннотативной ЛПП – **2%**, а индекс коннотативной ЛГВ – **3%**.

Лексико-грамматическая полисемантичность в рассматриваемой группе лексем представлена на уровне двух частей речи: модального слова и наречия. Так, лексема *случай* имеет семему с семей модального слова «кстати, между прочим»: (*Он, случаем, не ипион?*). Лексико-грамматическая вариантность представлена на уровне существительного и наречия, существительного и глагола. Приведем в качестве примера семему К1_{n/v}¹ лексемы *конец* «завершение действия, дела, занятия / завершить дела, занятия» (*Дело идет к концу / Тогда-то уж конец суховеям!*).

Наибольшее количество семем К1 в данной группе зарегистрировано у лексемы *сила*, индекс коннотативной представленности семантемы которой –

¹ Обозначается лексико-грамматическая вариантность на уровне соответствующих частей речи.

83% (из 18 семем данной лексемой 15 являются семемами К1), индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности – **93%** (из 15 семем К1 14 демонстрируют ЛП), а индекс развитости коннотативной лексико-грамматической полисемантичности – **7%** (из 15 семем К1 лишь одна демонстрирует ЛПП). Это семема К1_{adv} «с помощью, при участии кого-л.» (*После собрания будет устроен концерт силами учащихся*).

Наименьшее количество семем К1 обнаружено у лексемы *деньги* (из двух семем одна является коннотативной). Таким образом, индекс коннотативной представленности данной семантемы – **50%**. Индекс развитости коннотативной лексической полисемантичности данной семантемы – **100%**.

Перейдем к рассмотрению субстантивных семем, входящих в третью сотню. 44 лексемы данной группы развивают 296 семем, 152 из которых – коннотативные. Соответственно, индекс коннотативной представленности семем в группе – **51%**. Индекс превалирования коннотативной полисемии в группе – **1,5**. Данные лексемы демонстрируют лексическую полисемантичность, лексико-грамматическую полисемантичность и лексико-грамматическую вариантность. Индекс развитости коннотативной ЛП семем в 3 сотне – **98%** (из 152 семем К1 ЛП развивают 149), индекс развитости коннотативной ЛПП – **1,3%** (из 152 семем К1 ЛПП развивают две семемы), а индекс коннотативной ЛГВ – **0,7%** (из 152 семем К1 ЛГВ демонстрирует лишь одна семема).

Лексико-грамматическая полисемантичность в рассматриваемой группе лексем представлена на уровне модального слова. Так, лексема *право* имеет семему с семей наречия «в самом деле, действительно» (*Куда же, право, делся мой чепец?*). Лексико-грамматическая вариантность представлена на уровне существительного и наречия. Приведем в качестве примера семему К1_{n/adv} лексемы *минута*: «какой-л. определенный промежуток, отрезок времени / в некоторое время, время от времени, временами» (*Пережить счастливые минуты успеха / Минутами казалось, что он задыхается*).

Наибольшее количество семем К1 в данной группе зарегистрировано у лексемы *душа*, индекс коннотативной представленности семантемы которой – **80%** (из 15 семем данной лексемы коннотативными являются 12), а индекс развитости коннотативной ЛП – **100%** (из 12 К1 ЛП демонстрируют все 12). ЛПП и ЛГВ данная лексема не демонстрирует, соответственно, индексы ЛПП и ЛГВ данной семантемы равны нулю.

Наименьшее количество семем К1 – одна – обнаружено у следующих лексем: *нога, дверь, закон, бог, книга, возможность, результат, ночь, развитие, процесс, вечер, качество*. Индексы коннотативной представленности этих семантем составляют: 25%, 17%, 20%, 25%, 25%, 33%, 33%, 50%, 25%, 20%, 33% и 24% соответственно. Индекс развитости коннотативной ЛП у всех этих лексем составил **100%**.

Подводя итог, отметим, что наибольшая коннотативная представленность (**69%**) наблюдается у существительных, входящих в первую сотню наиболее частотных субстантивных лексем. Во второй и третьей сотнях индекс коннотативной представленности составляет 63% и 51%. Можно предположить, что, чем выше частотность, тем больше коннотативных значений образуют лексемы. Коннотативная полисемия во всех трех группах превалирует над

денотативной. Так, индекс превалирования коннотативной полисемии в первой сотне самый высокий и равен **3,2**, в то время как во второй – 2,5, а в третьей – 1,5.

Коннотативная лексическая полисемантическая существенно преобладает во всех трех группах, при этом наибольшее значение индекса развитости лексической полисемии (**98%**) отмечено у субстантивных лексем, входящих в третью сотню. Коннотативная лексико-грамматическая полисемантическая одинакова в первой и второй сотнях (**2%**), в третьей сотне соответствующий индекс составляет 1%. Что касается лексико-грамматической вариантности, то наиболее ярко она выражена во второй сотне, где индекс развитости лексико-грамматической вариантности составляет **3%**.

Литература

1. Баранова (Кривенко) Л.А. Национальная специфика семантики наиболее частотных малосемемных субстантивных лексем в русском и английском языках // Сопоставительные исследования 2009: сборник научных работ / Науч. ред. М.А. Стернина. – Воронеж, 2009. – С.18-21.
2. Кривенко Л.А. Национальная специфика семантем наиболее частотных малосемемных субстантивных лексем в русском и английском языках // Сопоставительные исследования 2010: сборник научных работ / Науч. ред. М.А. Стернина. – Воронеж, 2010. – С. 54-58.
3. Стернина М.А. Лексико-грамматическая полисемия в системе языка. – Воронеж: Истоки, 1999.
4. Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований. – Воронеж: Истоки, 2014.
5. Стернин И.А., Рудакова А.В. Психоллингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы. – LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011.

Е.А. Дьяконова (Москва)

К вопросу о межъязыковой лингвокогнитивной асимметрии и лингвокогнитивном заимствовании (на материале русского и английского языков)

Аннотация: Статья посвящена вопросу межъязыковой асимметрии на уровне когнитивно-семантических фреймов, которую мы предлагаем назвать лингвокогнитивной асимметрией, а также заимствованию когнитивно-семантических фреймов, которое мы предлагаем назвать лингвокогнитивным заимствованием.

Ключевые слова: межъязыковая лингвокогнитивная асимметрия, когнитивная лингвистика, когнитивно-семантический фрейм.

Abstract: The paper is devoted to interlingual asymmetry at the level of cognitive-semantic frames, which we propose to call linguocognitive asymmetry, as well as borrowing of cognitive-semantic frames, which we propose to call linguocognitive borrowing.

Key words: interlingual linguocognitive asymmetry, cognitive-semantic frame, cognitive linguistics, cognitive-semantic frame.

В данной статье мы рассмотрим два явления, связанных друг с другом: межъязыковую лингвокогнитивную асимметрию и лингвокогнитивное заимствование (на материале русского и английского языков). В своих исследованиях мы следуем семантико-когнитивному подходу, предложенному З.Д. Поповой и И.А. Стерниным в рамках Воронежской теоретико-лингвистической школы. Суть подхода, предложенного Зинаидой Даниловной и Иосифом Абрамовичем, заключается в том числе и в исследовании соотношения семантических процессов с когнитивными, предмет когнитивной лингвистики они видят в изучении «особенностей усвоения и обработки информации, способов ментальной репрезентации знаний с помощью языка» (Попова, Стернин 2009, с. 6).

Межъязыковую асимметрию традиционно определяют как языковое явление, которое состоит в отсутствии однозначных соответствий между элементами двух языков, и рассматривают на трех уровнях: фонетическом, лексическом, грамматическом. В своей работе Н.Г. Гончар говорит об этнолингвокультурной асимметрии, рассматривая лингвокогнитивную асимметрию как единицу этнолингвокультурной асимметрии. Однако говоря о лингвокогнитивной асимметрии, Н.Г. Гончар имеет в виду асимметрию на уровне концептов (Гончар 2009, с. 99).

Мы предлагаем рассмотреть межъязыковую асимметрию на уровне когнитивно-семантических фреймов.

В.И. Хайруллин в своей книге «Перевод и фреймы» определяет фреймы следующим образом: «Фрейм – это структура данных для представления стереотипной ситуации» (Хайруллин 2019, с. 14). Он выделяет два основных типа фреймов: 1) культурные, активируемые при представлении информации об особых элементах культуры (реалиях); 2) когнитивно-семантические, отражающие специфические структуры мышления (Хайруллин 2019, с. 16).

Под межъязыковой лингвокогнитивной асимметрией мы понимаем актуализацию разных когнитивно-семантических фреймов при осмыслении и репрезентации одной и той же стереотипной ситуации (фрагмента действительности) в разных лингвокультурах. Подобная асимметрия обусловлена несовпадением чувственного восприятия той или иной ситуации носителями разных языков, которая является, образно говоря, «точкой симметрии» при сравнении актуализируемых фреймов.

Рассмотрим данное явление на следующих примерах.

Первая стереотипная ситуация («точка симметрии») представляет собой рисунок, на котором одновременно нарисована пчела и сидит живая пчела. Носитель русского языка опишет оба явления одинаково: **НА картинке пчела и НА картинке пчела**. Носитель английского языка опишет эти явления по-разному: ситуация с пчелой, нарисованной, изображенной на картинке, описывается фразой *There is a bee IN the picture*, а с живой пчелой, сидящей на картинке, – *There is a bee ON the picture*.

Опираясь на результаты проведенных нами психоллингвистических экспериментов, мы можем сказать, что предлог «на» ярче всего представлен в сознании носителей русского языка как «обозначение расположения на

поверхности/плоскости/основании» (Дьяконова, Федосова 2023), что совпадает с его лексикографическим описанием.

Английский предлог ON «выражает аппликативное отношение – отношение некой основы или основания и того, что накладывается на эту основу» (Рейман 1982, с. 123). Соответственно, он является коррелятом русского предлога НА в приведенном нами выше значении. Английский предлог IN «обозначает интернальное отношение (от лат. *interna* «внутренность, «недра»))» (Рейман 1982, с. 106), в общем виде это отношения содержания и формы, контейнера (в той или иной форме) и того, что в нем находится.

Мы видим, что русская лингвокультура осмысляет и, следовательно, репрезентирует само изображение и то, на что оно нанесено (картон, бумагу, холст), одинаково: как плоскость, поверхность. Английская лингвокультура осмысляет и репрезентирует две части этого фрагмента действительности по-разному: «содержательную часть» картинки, то есть изображение, как пространство, внутри которого нечто размещается, а то, на что это изображение нанесено, как плоскость.

В качестве следующего примера рассмотрим стереотипную ситуацию, которая описывается русским языком как *У меня закончился хлеб*, а английским языком как *I ran out of bread* (буквально: «я выбежал из хлеба»). Рассматриваемое выражение представляет собой стершуюся метафору.

В предисловии редактора к книге Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» А.Н. Баранов пишет: «Основной тезис когнитивной теории метафоры сводится к следующей идее: в основе процессов метафоризации лежат процедуры обработки структур знаний – фреймов и сценариев. Знания, реализующиеся во фреймах и сценариях, представляют собой обобщенный опыт взаимодействия человека с окружающим миром» (Лакофф, Джонсон 2017, с. 9).

Рассмотрим процесс метафоризации, который привел к появлению стершейся метафоры *to run out of something*: Находясь в каком-либо пространстве, я обладаю его частью, так как занимаю часть этого пространства, например, комнаты. – Выбежав из комнаты, я больше не обладаю ее частью, но не потому, что комната исчезла, а потому что меня в ней нет.

И еще очень важно отметить имплицитную «оптимистичную» информацию, заложенную в этом высказывании: Раз я выбежала из комнаты, то я знаю дорогу обратно, знаю, как туда вернуться. Важно отметить, что когда это выражение используется в прямом значении – буквально выбежать из комнаты, используется артикль *the*, который сообщает о том, что речь идет о вполне реальной комнате, комнате как физическом объекте. При метафоризации слово “bread” уже не обозначает реальное, физическое пространство. Данное слово обозначает метафорическое пространство «ресурса» (в нашем случае хлеба). О том, что речь идет о метафорическом пространстве, нам сообщает лексико-грамматическое оформление фразы – исчезает артикль, однако при этом когнитивно-семантическая идея фрейма сохраняется. Когда я находилась в ресурсе, я обладала его частью. Выбежав из него, я больше не имею его части, но не потому, что он закончился или исчез, а потому что я больше в нем не нахожусь, однако я знаю дорогу обратно и при необходимости могу вернуться.

В русском высказывании *У меня закончился хлеб*, которое является коррелятом приведенного выше английского выражения, мы видим актуализацию совершенно другого когнитивного-семантического фрейма. Он связан с окончанием ресурса, а не с выходом из него.

В данном контексте хотелось бы рассмотреть особый вид заимствования – заимствование когнитивно-семантического фрейма и возможную причину подобного заимствования. К такого рода заимствованиям можно отнести ставшее в последние годы очень популярным выражение «быть в ресурсе» или «быть не в ресурсе». Под обобщенным «ресурсом» подразумевается совокупность энергии, хорошего настроения, физических и моральных сил, всего того, что необходимо для активной жизнедеятельности. Таким образом, представляется логичным предположить, что когнитивно-семантический фрейм *run out of something* («выбежать из чего-либо») был заимствован из английского языка благодаря его «имплицитной оптимистичности». Вместо того чтобы в соответствии с русскоязычным когнитивно-семантическим фреймом говорить об «окончании ресурса» энергии, сил и пр., был заимствован фрейм «выхода из ресурса», об «имплицитной оптимистичности» которого мы писали выше. Интересно отметить следующий факт. Английский фрейм *run out of something* универсален: он одинаково работает как с материальными, так и нематериальными «ресурсами». Тем не менее, русский язык заимствовал лишь «часть» этого фрейма. Выражения «быть в ресурсе» или «быть не в ресурсе» используются, как правило, когда речь идет о психофизическом состоянии подъема или упадка. Представляется очень вероятным, что этот фрейм был заимствован при переводе книг по психологии, вследствие чего изначально вошел в обиход в рамках сообществ психологов и коучей, где приобрел популярность. Хотелось бы подчеркнуть, что речь не идет о лексическом заимствовании, поэтому на лексическом уровне фрейм «быть в ресурсе» или «быть не в ресурсе» не коррелируется с источником заимствования – *to run out of something*. В этом нам видится специфика лингвокогнитивного заимствования.

На основании всего изложенного выше можно сделать следующие выводы:

1. Когнитивную межъязыковую асимметрию целесообразно рассматривать на двух уровнях: на уровне концептов и на уровне когнитивно-семантических фреймов.
2. Межъязыковая лингвокогнитивная асимметрия на уровне когнитивно-семантических фреймов представляет собой актуализацию разных когнитивно-семантических фреймов при осмыслении и репрезентации одной и той же стереотипной ситуации в разных лингвокультурах.
3. Межъязыковая лингвокогнитивная асимметрия на уровне когнитивно-семантических фреймов может проявляться в разных языковых формах, например, в предложных фразах и стершихся метафорах, или так называемых устойчивых выражениях.
4. В языке можно наблюдать явление заимствования когнитивно-семантического фрейма, что может быть обусловлено, в частности, его эмоциональной-психологической привлекательностью.
5. Возможно заимствование «части» когнитивно-семантического фрейма.

6. «Частичное» заимствование когнитивно-семантического фрейма может быть обусловлено потребностями в нем лишь отельного (в том числе профессионального) сообщества в рамках лингвокультуры.

7. При лингвокогнитивном заимствовании когнитивно-семантический фрейм может лексически не коррелироваться с фреймом-источником.

Литература

1. Гончар Н.Г. Асимметрия в переводе художественного текста: этнолингвокультурный аспект: дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень, 2009.
2. Дьяконова Е.А., Федосова В.И. Психолингвистические значения предлогов «в», «из», «на» (по результатам психолингвистического эксперимента) // Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка: сборник статей. – Москва: Издательство ООО «РИТМ», 2023. – Вып. 9. – С. 19-23.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – Москва: Издательство «URSS», 2017.
4. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика: учебное издание. – Москва: Издательство «АСТ: Восток-Запад», 2009.
5. Рейман Е.А. Английский предлоги. Значения и функции. – Ленинград: Наука, 1982.
6. Хайруллин В.И. Перевод и фреймы. – Москва: Издательство «URSS», 2019.

А.С. Золотилина (Новосибирск)

Метафорические значения зоонимов в русском и английском языках

Аннотация: В статье анализируются метафорические значения в семантической структуре зоонимов в русском и английском языках.

Ключевые слова: семантический перенос, метафорическое переносное значение, зооним, животное, человек.

Abstract: The paper analyzes metaphorical meanings in the semantic structure of zoonyms in Russian and English.

Key words: semantic transfer, metaphorical figurative meaning, human, zoonym, animal.

Сходство в особенностях поведения людей и животных рассматривалось с давних пор (во многих языках и культурах есть басни, сказки и другие жанры народного творчества, героями которых являются животные). Осознание этого сходства привело к тому, что люди стали описывать друг друга, проводя аналогии между характерными чертами, свойственными человеку, и поведением или повадками животных. В научный обиход для обозначения наименования животных в 60-е гг. XX века был введен термин «зооним» (Подольская 1978, с. 58). Вслед за К.О. Бусаровой под зоонимами мы понимаем как сами наименования животных, так и их клички (Бусарова 2012, с. 294). О.В. Галимова рассматривает зооним как «лексико-семантический вариант»: как животное и как метафорическое имя. С точки зрения оценки человеческих эмоций, носитель

человеческого языкового сознания является специфическим представителем животных (Галимова 2004, с. 12).

Образы животных прочно закрепились в национальном сознании носителя языка, поэтому зоонимы можно встретить в лексике любого языка мира. Зоонимы представляют собой особый пласт и отражают сходства или различия в национальных культурных представлениях, психологических, ментальных и социальных особенностей и разнообразных обычаев, присущих определенному языковому сообществу и культуре в целом (Кочнова 2015, с. 78).

Вследствие этого, выбор зоонимов в качестве объекта исследования в этом смысле не случаен, так как языки традиционно используют семантическую сферу «Животные» как способ переноса характеристик с одного объекта на другой. Семантический перенос зоонимов происходит благодаря наличию коннотации в основном значении, что впоследствии получает материальное выражение в переносном значении.

Материалом исследования послужили семантемы зоонимов русского и английского языков, включающие метафорические семемы.

Зоонимы в метафорическом значении могут характеризовать человека с разных сторон:

1. Внешний вид: *соболиные брови, лебединая поступь, обезьяна* – очень некрасивый человек, человек с темным цветом кожи, негр, мулат; *свинья* – неопрятный человек, неряха; *хряк* – непривлекательный мужчина, физически слабый, с отталкивающей внешностью, мужской несостоятельностью; *mouse* – тихий, бедный человек; *корова* – «толстая, неуклюжая женщина»; *слон* – высокий, толстый человек; *бык* – крупный, здоровый человек / *bull* – большой, здоровый, человек; *медведь* – крупный, грузный человек; *ласточка* – фигура, стойка, напоминающая птицу в полете (в гимнастике, фигурном катании); *глиста* – высокий и тощий человек; *бегемот* – толстый человек; *вобла* – худая девушка, *roach* – ежик (стрижка); *лошадь* – человек, имеющий форму лица или улыбку, напоминающую лошадиную.

2. Умственные способности: *куриные мозги; баран* – глупый, бестолковый человек / *sheep* – глупец, ограниченный человек; *гусь* – ненадежный или глуповатый человек; *осел* – глупый, тупой, упрямый человек / *ass* – упрямый, глупый человек / *donkey* – упрямый, глупый человек; *корова* – неумная женщина / *cow* – глупый человек.

3. Черты характера, моральные качества: *лиса* – человек хитрый, изворотливый, лживый / *fox* – человек хитрый, изворотливый; *заяц* – робкий и трусливый человек / *hare* – трусливый человек; *wolf* – жестокий, безжалостный или жадный человек; амер. разг. бабник; волокита, сердцеед; амер. воен. жарг. старшина (роты и т. п.); *agneц* – кроткий, невинный человек / *lamb* – кроткий человек; *животное* – грубый человек, с низменными инстинктами / *animal* – животное – человек грубый, агрессивный, наглый; *гадюка* – отвратительный, подлый человек / *viper* – плохой, подлый человек; *saутан* – лицемер, человек, проливающий «крокодиловы слезы»; *coyote* – койот-шакал, подлец, мошенник; *crab* – брюзга, ворчун; мелочный, ничтожный, бесхарактерный человек; *jellyfish* – мелочный, ничтожный, бесхарактерный человек; *амёба* – безвольный, бесхарактерный человек; *horse* – трудолюбивый, упорный человек; медведь –

невоспитанный человек; *sheep* – робкий, застенчивый человек; *собака* – негодяй, мерзавец, поганец / *dog* – подлец, собака, преследовать; *cow* – надоедливый человек; *свинья* – беспринципный, непорядочный, нечестный человек / *hog* – эгоист, нахал, человек, который жадно что-то занимает или использует; *сорока* – болтливый человек, сплетник, сплетница / *chatterbox* / *magpie* – болтунья, болтун, балаболка, пустомеля; *worm* – жалкое существо, ничтожный, презренная личность; *жук* – ловкий, хитрый человек, плут, проныра / *cunning bastard* – хитрый человек.

4. Манеры поведения, поступки: *медведь* – неуклюжий, неповоротливый и неловкий человек / *bear* – спекулянт, играющий на понижение; как белка – непоседливый и бойкий человек; *тетерев* – не расслышавший что-нибудь человек / *black grouse* – ворчун; *барсук* – человек, любящий поспать, ленивый; *борзой* – человек грубый, агрессивный, наглый; *клуша* – медленная, неуклюжая, неповоротливая женщина; обезьяна – человек, который подражает другим, передразнивает других, гримасничает, кривляется / *monkey* – проказливый, проворный человек, шалун, проказник, кривляка; животное – человек, не придерживающийся общепринятых норм общественного поведения, повинующийся лишь собственным инстинктам / *animal* – животный, как животное, зверь; петух – задира, забияка / *cock* / *gooster* – драчун, забияка, заводила; *cow* – неуклюжий человек; *слон* – неуклюжий человек; *бык* – упрямый человек / *bull* – неуклюжий, шумливый человек; *свинья* – неаккуратный человек / *swine/hog* – человек с низменными наклонностями, невежественный, с некультурным поведением, свинья; *magpie* – лицо, собирающее всякий ненужный хлам, «барахольщик»; *бегемот* – неуклюжий человек / *rhinoceros* – неповоротливый, неуклюжий человек; *bug* – важный, надутый человек.

5. Физические особенности: *бык* – разг. крупный, здоровый, сильный (обычно упрямый) человек / *bull* – сильный человек; *медведь* – сильный человек; *тетерев* – глуховатый на ухо человек.

6. Эмоциональное состояние: *петух* – задорный человек; *bull* – амер. жарг. оптимист, оптимистический, радужно настроенный; *lion* – бесстрашный, известный человек; животное – (разг., ирон.) обращение (дружеское или пренебрежительное, в зависимости от ситуации); *собака* – (прост.) употребляется как выражение одобрения, восхищения кем-либо; знаток, ловкий в каком-либо деле человек; ласточка – ласковое обращение к женщине, девушке / *martlet* – поэт. обращение; *bug* – энтузиаст, помешанный, ненормальный, полоумный, чокнутый.

Анализ метафорических значений зоонимов в русском и английском языках показывает, что названия животных отражают характер и стиль поведения, моральные качества, внешний вид, реж. умственные и физические способности, а также эмоциональное состояние, профессиональную деятельность человека и его отношение к противоположному полу. Наименования животных часто становятся образным средством для эмоционально-оценочной характеристики человека, вызывают различные коннотации и ассоциации.

Кроме того, следует отметить, что образы, выраженные зоонимами, могут быть и национально-специфическими, и универсальными в русской и английской картине мира. Некоторые животные обозначают то же (или сходное)

понятие, имеют одинаковую позитивную или негативную эмоциональную оценку, т.е. метафорические переносные значения для русского и английского языков совпадают или пересекаются, но есть и различия, т.е. значения не совпадают или существуют только в русском языке или английском языках, что является следствием индивидуального образного мышления этого конкретного народа, представляя собой сложный ассоциативно-психологический процесс, а также различия в ценностной картине мира русских и английских этносов. Таким образом, зоонимы отражают специфику национальных и культурных представлений об определенных качествах человека, дают ему разностороннюю оценочную характеристику, что укоренились в сознании носителей русского и английского языков.

Литература

1. Glosbe Dictionary – All Languages of the World in One Place [Электронный ресурс]. – URL.: <https://glosbe.com/ru/en/> (дата обращения 05.07.2024).
2. Oxford Learner's Dictionaries [Электронный ресурс]. – URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/hog_1?q=hog (дата обращения 13.07.2024).
3. Большой англо-русский словарь: в 2 т. / Ю.Д. Апресян, И.Р. Гальперин, Р.С. Гинзбург и др.; под общ. рук. И.Р. Гальперина и Э.М. Медниковой. – Изд. 4, испр., доп. – М.: Русский язык, 1987.
4. Бусарова К.О. Восприятие зоонимов в межкультурной коммуникации // Материалы IV Международной студенческой конференции «Студенческий научный форум». – Вологда: Международный студенческий научный вестник, 2012 – С. 294-299.
5. Галимова О.В. Этнокультурная специфика зоонимической лексики, характеризующей человека: на материале русского и немецкого языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2004.
6. Кочнова К.А. О многообразии терминологии в вопросе изучения языковой картины мира писателя // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 4-1. – С. 56-59.
7. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. – М.: Наука, 1978.
8. Румянцева И.М. Русские и английские пословицы и поговорки. – М.: Диалог, 2006.
9. Словарь русского языка: в 4 т. / под. ред. А.П. Евгеньевой; АН СССР, СР Ин-т рус. яз. – 3-е изд. стереотип. – М.: Русский язык, 1985–1988.
10. Словарь синонимов русского языка – онлайн подбор [Электронный ресурс]. – URL.: <https://sinonim.org/t/ganef> (дата обращения 10.06.2024).

О.В. Иващенко (Воронеж)

Эмоциональная составляющая русских культурных концептов (на материале языкового анализа)

Аннотация: В статье рассматриваются основные концептуальные признаки русских культурных концептов ВЕРА и НАДЕЖДА. Анализ репрезентации концептуальных признаков в языковой семантике и метафорической сочетаемости ключевых лексем выявляет эмоциональную окраску русских интеллектуальных концептов.

Ключевые слова: культурный концепт, концептуальный признак, сема, эмоциональная оценка, категоризация.

Abstract: The paper discusses the main conceptual features of the Russian cultural concepts *BELIEF / FAITH* and *hope*. Analysis of the representation of conceptual features in semantics, as well as the metaphorical compatibility of the key lexemes, reveals the emotional colouring of the Russian intellectual concepts.

Key words: cultural concept, conceptual feature, seme, emotional evaluation, categorization.

Интерес современной когнитивной лингвистики неизменно обращается к культурно значимым концептам, отражающим национальное сознание народа. Лингвокультурные концепты определяются как единицы коллективного знания, которые отмечены культурной спецификой, отправляют к высшим духовным ценностям и имеют языковое выражение.

Предметом интенсивных когнитивных исследований зачастую выступают культурно-маркированные абстрактные концепты интеллектуальной сферы, представляющие определенную сложность для концептуального анализа. Сущность подобных концептов сложно поддается определению, субъективна; носители языка владеют ими бессознательно; толковые словари отражают общие признаки таких номинаций, выводя за рамки их субъективную образно-чувственную конкретику. В связи с этим культурные концепты описываются в форме таких когнитивных структур, как «сценарий», «фрейм», «скрипт» и «гештальт», что позволяет более полно изучить специфику многомерного, культурно-специфического ментального объекта, стоящего за культурной номинацией (Попова, Стернин 2001). Модели культурных концептов в работах по когнитивной лингвистике соотносятся с «признаковым» подходом к пониманию сущности концепта, включающего в себя набор концептуальных признаков (*featural approach*); учением о когнитивных классификаторах; криптоклассным анализом.

Обращаясь к исследованиям русской ментальности, одним из ключевых и системообразующих концептов русской культуры и духовной традиции является ВЕРА, имеющее глубокое духовно-мировоззренческое и культурно-историческое содержание. Среди ассоциаций, отмечаемых в ассоциативно-вербальной сети в связи с концептом ВЕРА, важное место занимает НАДЕЖДА, которая также является одним из базисных концептов русской национальной культуры. Отметим, что концептуальный анализ, ставящий своей целью моделирование концепта с помощью языковых и культурно-языковых данных,

демонстрирует особую значимость эмоциональной составляющей данных концептов.

Остановимся подробнее на концептуальных признаках концептов ВЕРА и НАДЕЖДА, содержащих эмоциональный компонент:

1. Содержательная оценка состояния

Состояние веры получает положительную оценку у носителей русского языка как основанное на уверенности в истинности знания. В абстрактных семемах лексемы актуализируются семы «истинность» и «правильность, безошибочность»: по данным словаря В.И. Даля и «Словаря современного русского литературного языка» семема Д1 лексемы *вера* «Убежденность, уверенность в исполнении ожидаемого, в положительных качествах, достоинствах, истинности»: например, *вера в человека, людей, силы, победу*, семема Д2 лексемы «Верование в предметы сверхъестественные, невещественные»: примером могут послужить *вера в чудеса, бессмертие, Бога*.

Классификационная сема «уверенность в истинности» эмоционально «измеряет» состояние, что наиболее ярко проявляется в сочетаемости с лексемами, описывающими его полноту: *глубокая, всем сердцем и всей душой, без колебаний/ опасений/ сомнений, полная и абсолютная*; или большой размер: *вера может быть безграничной, безмерной, большой, огромной*; прилагательными, характеризующими силу веры: находим упоминания *сильной, вечной, крепкой, стойкой, прочной, могучей, твердой, непоколебимой, нерушимой, неиссякаемой, неистребимой веры*; а также ее страстность и иступленность: *вера бывает страстной и фанатичной, истовой и иступленной, или горячей, неугасимой, пламенной*.

Состояние надежды более частотно оценивается как основанное на возможности или вероятности. Контекстные употребления показывают, что надежда осмысливается как *робкая, легкая, слабая, малейшая, крошечная, небольшая, надежда может слабеть, тлеть в глубине души, чуть теплится в сердце, человек склонен цепляться за последнюю надежду*. Анализ эмпирического материала также дает следующие примеры сочетаемости с лексемами, отрицательно характеризующими состояние надежды как несоответствующее реальности: *человек убаюкивает/ тешит/ обольщает/ обманывает себя надеждой, надежда описывается пустой и напрасной, тщетной и иллюзорной, сомнительной, неоправданной, ложной, шаткой, несбыточной и неосуществимой*. В данных примерах состояние надежды категоризируется как несущее противоречие между ожиданиями и действительностью, и сопровождающееся тревожными эмоциями.

2. Вид объекта знания

Объектные семы лексем, объективирующих концепты ВЕРА и НАДЕЖДА, такие как информация или существование мифического объекта (вера) и любой желаемый объект (надежда), образуют различные смысловые оттенки, возникающие в восприятии одноименных концептов. Эмоциональная окраска данного концептуального признака проявляется в оценке объекта состояний как важного и значимого для носителей русского языка.

3. Оценка степени интенсивности эмоционального сопереживания

Коннотативная сочетаемость лексем ВЕРА и НАДЕЖДА показывает скрытые эмоциональные компоненты стоящих за ними концептов. В русской культуре эти состояния могут получать как положительную оценку (им приписываются такие свойства, как *радостная, святая, глубоко нравственная, светлая (вера); сладкая и очаровательная (надежда)*), так и тревожную (*надежда мучает человека, может дразнить и волновать*) или, в некоторых случаях, отрицательную оценку (*лицемерная или легкомысленная*).

Интерес представляют репрезентации концептов ВЕРА и НАДЕЖДА в метафорах природных явлений и объектов: необходимых для жизнеобеспечения воздуха (*дышать верой*) или воды (*источник веры, неиссякаемый, прозрачный, живительный, глоток надежды*), являющихся символом стойкости и нерушимости горы или скалы (*прочная, нерушимая, скала веры*), затрудняющих восприятие тумана, дымки или миража. ВЕРА и НАДЕЖДА неизменно связываются в русской культурной традиции со светом (*луч, искра веры-надежды, озаряет, блеснула, искрится, освещает*) или огнем (*неугасимая, пламенная, вспыхивает, горит, теплится, гаснет*). Подобные метафорические осмысления свидетельствуют о важности этих концептов для русского народа и интенсивности их эмоциональной окраски.

Русская культурная традиция зачастую прибегает к эмоционально маркированным персонализированным метафорическим образам для воплощения состояний веры и надежды, которые проходят различные фазы человеческого бытия (*рождаются, умирают, живут, слабеют и погибают*) и являются носителями человеческих свойств и качеств (*надежда может быть трепетной и доброй, человек ощущает ее легкую поступь или нежные руки, в то время как вера является мужественной и сильной*). Во многих контекстах ВЕРА вызывает ассоциации с вонителем, который *побеждает и берет города*, или святым-спасителем, который *спасает, благословляет, освящает*. НАДЕЖДА же представляется в женских образах, которые могут воплощать тревожащую воображение человека соблазнительницу (*манящая, чарующая, соблазнительная, обольстительная, пленительная, волнующая*), кормилицу-мать (*кормилица несчастных, нежная мать*) или отрицательно характеризоваться как сошедшая с ума, болеющая или умирающая женщина (*безумная, сумасшедшая, больная, умирает*).

Органы человеческого тела, наделенные символическим культурным смыслом, такие как сердце и душа, традиционно соотносимые с чувствами и духовностью русского человека, также отмечены в метафорических представлениях «веры» и «надежды», что наглядно демонстрирует эмоциональную нагруженность этих концептов.

В русской культуре ВЕРА и НАДЕЖДА ассоциируются с некоторыми предметами человеческого обихода, в случае веры с теми, без которых невозможна человеческая жизнь и которые оберегают человека от опасностей, например, домом или его частями – стенами, дверью, крышей дома, компасом, факелом, а в случае с надеждой – предметами и субстанциями, подчеркивающими иллюзорность ожиданий (*хрупкая, разбивается, рассыпается, словно хрусталь*).

Таким образом, изучение концептуальных признаков русских интеллектуальных концептов показывает их эмоциональную окрашенность. Эмоциональная составляющая, как доминирующий концептуальный признак русских культурных концептов, проливает свет на характер взаимоотношений интеллектуальной и эмоциональной сфер бытия в русской национальной культуре, позволяя осмыслить особенности категоризации культурно-окрашенных феноменов, а также выявить скрытые духовные смыслы, существенные и уникальные для русского национального сознания.

Литература

Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2001.

А.А. Клебан, Е.С. Маслиева (Севастополь)

Русские и украинские пословицы: сходства и различия

Аннотация: Статья посвящена сопоставительному анализу русских и украинских пословиц. Демонстрируется близость русского и украинского пословичного фонда, анализируются параллели и различия в смысловых оттенках и лексическом наполнении.

Ключевые слова: пословицы, русский язык, украинский язык.

Abstract: The paper presents a comparative analysis of Russian and Ukrainian proverbs. Kinship of the Russian and Ukrainian proverbial stock is demonstrated, parallels and differences in semantic shades and lexical content are analyzed.

The study demonstrates the close relationship between the Russian and Ukrainian proverbial funds, analyzing parallels and differences in semantic nuances and lexical content

Key words: proverbs, Russian, Ukrainian.

В настоящий момент в речи людей молодого и среднего возраста все реже используются пословицы и поговорки. А ведь именно в них, как отмечает М.А. Шолохов, проявляются такие особенности народа, как ум, его национальная история, общественный строй, быт, мировоззрение (Шолохов 1957).

Материалом исследования послужили 10 пословиц и поговорок русского языка (Даль 2009, с. 411):

Собака на сене лежит, сама не ест и скотине не дает.

На грех и незаряженное ружье (и палка) выпалит.

Надулся, как сыч.

Не говори «гоп», пока не перепрыгнешь.

На словах города берет, а на деле жабы боится

В зимний холод всякий молод.

Лакома кошка до рыбки, да в воду лезть не хочется.

Какова баба, такова и слава; какова девка, таковы вести (такова ей припевка).

Где кто родится, там и пригодится.

Моя хата с краю, я ничего не знаю.

Украинские эквиваленты данных пословиц можно найти в сборнике «Украинские народные пословицы» (1959, с. 12-16). В скобках указан перевод на русский язык.

І сам не дам, і другому не дам. (И сам не дам, и другому не дам.)

Як на гріх, то й граблі стріляють. (Как на грех, то и грабли стреляют.)

Надувся, як сич. (Надулся как сыч.)

Не кажи гоп, поки не перескочиш. (Не говори оп, пока не перескочишь.)

На словах города бере, а на ділі жаби боїться. (На словах города берет, а на деле жабы боится.)

Що за холод, як козак молод! (Что за холод, как казак молод!)

Де хто народиться, там і стане в нагоді. (Где кто родился, там и пригодится.)

Ласа кішка до риби, та в воду лізти не хоче. (Ласкова кошка к рыбе, да в воду лезть не хочет.)

Який Сава, така й слава. (Какой Савва, такая и слава.)

Моя хата скраю, я нічого не знаю. (Мой дом с краю, я ничего не знаю.)

Следует отметить, что в русских и украинских пословицах много общего. Во-первых, смысловая часть русских пословиц мало отличается от содержания украинских. Во-вторых, в некоторых случаях пословицы схожи по звучанию, так как украинский язык, так же как и русский, берет свое начало от древнерусского языка и принадлежит к восточнославянской ветви индоевропейской семьи языков. Например, русская пословица «*Надулся, как сыч*» практически идентична украинскому фонетически и орфографически: [Надув'ся йак сич] – украинский язык и [Надүүл'а как сыч'] – русский язык.

Русская пословица *Лакома кошка до рыбки, да в воду лезть не хочется* и украинская *Ласа кішка до риби, та в воду лізти не хоче* идентичны как по смыслу, так и по строению. Аналогично *Моя хата с краю, я ничего не знаю.* – *Моя хата скраю, я нічого не знаю; Не говори «гоп», пока не перепрыгнешь.* – *Не кажи гоп, поки не перескочиш; На словах города берет, а на деле жабы боится.* – *На словах города бере, а на ділі жаби боїться; Где кто родится, там и пригодится.* – *Де хто народиться, там і стане в нагоді.*

Также общее в пословицах русского и украинского языков заключается и в том, что они отражают сходное для двух народов мировосприятие. Это не только образная картина мира, но и своеобразный свод законов жизни, дающий оценку поступкам людей в наиболее распространенных жизненных ситуациях. Например, и в украинских, и в русских пословицах есть осознание того, что нельзя считать дело сделанным, пока его не закончишь: *Не кажи гоп, поки не перескочиш.*

Отметим, что иногда в русских пословицах встречаются заимствованные из украинского языка слова: например, «*Моя хата с краю*».

Отметим некоторые различия.

Русская пословица *Собака на сене лежит, сама не ест и скотине не дает* и украинское выражение *І сам не дам, і другому не дам* имеет сходное строение второй своей части, однако в русской пословице вербализуется образ собаки,

которая охраняет еду от скотины, в украинской – образ человека, не делящегося с другими людьми.

Русская пословица *На грех и незаряженное ружье (и палка) выпалит* коррелирует с украинской пословицей *Як на гріх, то й граблі стріляють*, в которой оружием становятся грабли (сельскохозяйственный инструмент).

Русская пословица *В зимний холод всякий молод* близка украинской пословице *Що за холод, як козак молод!* (Что за холод, как казак молод!) содержит примерно одинаковый набор лексем, они различаются только эндемичным словом *казак*, в русском варианте – указание на любого (всякого) человека. Однако можно отметить различие в синтаксической структуре предложений: в русском языке это простое предложение с второстепенным членом – обстоятельством времени, в украинском языке используется сравнительный оборот.

Русская пословица *Какова баба, такова и слава; какова девка, таковы вести* (такова ей припевка) может быть соотнесена с украинской пословицей *Який Сава, така й слава*. Обратим внимание на то, что в пословице проявляются гендерные особенности: в русской культуре речь идет о женщине (баба, девка), в украинской – о мужчине (Савва). Русская пословица имеет вторую часть, которая отсутствует в украинском варианте.

Таким образом, основные различия в пословицах русского и украинского языков заключаются в лексическом наполнении, звуковой организации и структурном устройстве. Значительный удельный вес представляют национально ориентированные фразы, которые отражают особенности быта, обычаев, традиций и верований каждого народа.

Русский и украинский фольклор прошли продолжительный и сложный путь развития, которое характеризуется как общими, так и специфическими для каждого языка процессами и тенденциями. Даже та часть материала двух языков, которая имеет общие источники образования, в ходе исторических преобразований иногда приобретает новое качество, обусловленная особенностями быта, обычаев, традиций, верований каждого народа, историко-культурным компонентом. Внутренняя форма пословиц двух языков может косвенно отражать один и тот же народный опыт, общие бытовые условия, их близость. Существенные отличия оказываются в мотивационной базе, внутренней форме фразем, что характеризуют те самые понятия объективной действительности, но допускает их разную интерпретацию.

Литература

1. Пословицы русского народа: сборник В.И. Даля. – 4-е изд., стер. – Москва: Русский яз. Медиа, 2009.
2. Украинские народные поговорки (на украинском языке). Українські народні приказки. – К. Дитвидав, 1958.
3. Церцвадзе М. Г. Вербализация бинарных концептов «Ум/розум» и «Глупость/дурість» в русском и украинском языках (на материале пословиц и поговорок) // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/verbalizatsiya-binarnykh-kontseptov-um-rozum-i-glupost-durist-v-russkom-i-ukrainskom-yazykah-na-materiale-poslovits-i-pogovorek> (дата обращения: 28.11.2024).

4. Шолохов М.А. Сокровищница народной мудрости // Даль В.И. Пословицы русского народа. – М.: Гослитиздат, 1957. – С. 3-4.

Н.А. Козельская, Г.Д. Пирджикова (Воронеж)

Лингвокультурная ценность русских фразеологизмов с компонентом *вода* на фоне туркменского языка

Аннотация: В статье анализируются русские фразеологизмы со словом *вода* на фоне туркменского языка. Рассматриваются аспекты репрезентации во внутренней форме идиом несимволических и символических значений первостихии воды в русской и туркменской лингвокультурах.

Ключевые слова: фразеологизм, лингвокультура, внутренняя форма, символическое значение, русский и туркменский язык.

Abstract: The paper deals with Russian phraseological units with the word *water* against the background of the Turkmen language. The aspects of the representation in the internal form of idioms of non-symbolic and symbolic meanings of water in Russian and Turkmen linguistic cultures are considered.

Key words: phraseology, linguistic culture, internal form, symbolic meaning, Russian and Turkmen languages.

Фразеологически ориентированная лингвокультурология признается одним из ведущих направлений лингвокультурологических исследований. Возникновение, существование и функционирование фразеологических единиц (ФЕ) отражают закономерности образного осмысления человеком окружающей его действительности и соотносятся с культурными установками этноса. Лингвокультурологический аспект предполагает описание культурной семантики, выявляемой с помощью анализа самих языковых единиц и их функционирования с точки зрения стоящих за ними культурноносных смыслов. Именно образ фразеологизма, создаваемый прямыми значениями слов исходного сочетания, мотивирует современное значение фразеологизма и включает в себе следы прошлых слоев культуры, имеет культурную коннотацию.

Предметом рассмотрения в нашем исследовании стали фразеологические единицы (ФЕ) русского языка со словом *вода* на фоне туркменского языка.

Цель исследования – выявить, с какими аспектами существования человека соотносятся стихии воды, а также проанализировать систему образов водной стихии в составе ФЕ.

В концептуальной картине мира вода получает характеристику как материальный элемент Земли и как мифологический образ. Известно, что в мифологических верованиях восточных славян вода осмысливается как одна из основных стихий, первоисточник жизни, воплощение женского рожающего начала, но вместе с тем – как грозная, разрушающая стихия. <...> С помощью воды, как и с помощью огня, достигается очищение человека, обновление его души (Коваль 2016, с. 81).

В жизни туркменского народа, живущего в стране, большая часть территории которой покрыта пустынями, вода занимает особенно важное место. Культурное значение воды у туркмен выходит далеко за рамки ее утилитарного использования. Она воспринимается как священный дар природы и отражает глубокие связи человека с окружающим миром, символизируя жизненную силу, чистоту и божественное начало. Это особенно заметно в религиозных и ритуальных практиках, которые сохраняются в жизни современного народа с древнейших времен.

В ходе анализа собранного материала было установлено, что во фразеологизмах компонент *вода* может актуализировать во внутренней форме фразеологизма как свое вещное значение, так и образное, символическое, отсылающее к сфере культуры.

Рассмотрим ФЕ, в которых образно переосмысляются предметные свойства воды.

1. Вода – жидкость, способная сделать предметы мокрыми. Например, *выйти сухим из воды* – остаться безнаказанным; такое же выражение есть и в туркменском языке: *suwdan sag çykdy*; только русское: *как с гуся вода* – нипочём, безразлично (значение русских фразеологизмов дается по БТС).

2. Вода – вещество, обладающее весом, текучестью. Например, *возить воду (на ком-то)* – взваливать тяжелую работу на кого-то; *носить воду решетом* – заниматься чем-л. бесполезным, попусту тратить время; выражение есть и в туркменском языке: *galbirde suw daşamak*; *толочь в ступе воду* / *suwy jamda maýdalamak* – заниматься бесполезным делом. *Лить воду на чью-либо мельницу* и аналогичное туркменское *biriniň degirmenine suw gıytmak* – высказывать доводы, положения и т.п., подкрепляющие чье-л. мнение, позицию.

В туркменском языке образное переосмысление свойства текучести находим во фразеологизмах: *suw sıýdi* (букв. вода вытекла) – упущенная возможность; *suw ýaly akmak* (букв. течь, как вода) – быть спокойным, незаметным; *suw syzar* (букв. вода просачивается) – все тайное становится явным; *ýuwaş suw, gark etmez* (букв. в стоячей воде не утонуть) – терпение приносит стабильность; *suwui üstünde egil* (букв. прислониться к воде) – напрасно полагаться на кого-то.

3. Вода – вещество, которое может остужать, охлаждать пыл, жар. Например, *как будто холодной водой окатили* – привести в замешательство. Подобное выражение есть и в туркменском языке *biriniň gaharyny ýatırmak*, но со значением «остудить гнев». *Водой не разольешь* – очень дружны. Возникло это выражение на Руси и связано с обычаем в деревнях разливать водой дерущихся быков, так как другие средства не помогали. Отсюда и ассоциация: настоящие друзья всегда вместе, их и водой не разольешь.

4. Вода – жидкое вещество, которое употребляется как питье, например, *как воды напился*; *набрать воды в рот* / *agzuna suw alan ýaly*; *с лица воду не пить*; *седьмая вода на киселе* (дальний родственник) – происхождение выражения (по одной из версий) относится к уже сваренному питью. Когда готовый кисель стоит слишком долго, на его поверхности появляется вода. Первый такой слой воды еще чем-то будет напоминать кисель, а вот слой, возникший на длительно стоявшем киселе седьмой раз, ничего общего с напитком не будет иметь.

В туркменском языке образ воды как питья мы нашли в выражениях *suwuny içip, süzdi* (букв. выпил воды и поплыл) – быть готовым к действиям; *suw içen ýaly* (букв. как воду глотнуть) – легко преодолеть трудности.

5. Вода – водоем с водой, среда обитания для животных. Например, *тише воды, ниже травы* – о чрезвычайно скромном, незаметном, тихом человеке». Как рыба в воде – непринужденно, свободно. В туркменском языке этот смысл реализуется как бы от обратного: *suwdan çykan balyk ýaly* (букв. как рыба без воды) – быть в затруднительном положении.

В туркменском языке также есть ФЕ *suw geler, arna taýýar* (букв. приходит вода и возникает русло) – все приходит в свое время; *suw sakla balygy tut* (букв. ловить рыбу в резервуаре с водой) – использовать любую возможность.

Вместе с тем вода как имя первостихии, относящееся к наиболее архаичным пластам лексики, сохраняет свое символическое значение, идущее из представлений народностей древнейших времен. С целью раскрытия лингвокультурной специфики ФЕ со словом *вода* мы провели анализ их внутренней формы с учетом историко-этимологических данных. В результате удалось выявить следующие группы ФЕ, выражающих то или иное символическое значение, бытующее в русском и туркменском языках. Рассмотрим эти значения.

1. Вода, чистая и прозрачная по своим природным свойствам, предстает как символ очищения и истины. Например, *вывести/выводить на чистую воду* – уличать в чем-л.; разоблачать. Образ фразеологизма *выводить на чистую (свежую) воду* связывается с нечистой силой, излюбленными местами пребывания которой были болота, заброшенные мельницы и омуты. В таких водоемах вода была мутной, непроточной, и черти чувствовали себя здесь в безопасности. Чтобы выявить причину беспокойств, причиняемых нечистой силой, ее необходимо было, по суеверным представлениям, вывести на чистую (проточную) воду из ее «мутного» укрытия, т.е. сделать видимой (Бирих 2005, с. 105).

Представления о воде как источнике чистоты проявляются и во ФЕ *чистой (чистейшей) воды* – самый настоящий, истинный, доподлинный. Первоначально данный фразеологизм был термином ювелиров; алмазы в старину оценивали, опуская в прозрачную воду: если камня не было видно, значит, он был чистейшей воды, большой цены (Бирих 2005, с. 109-110). Есть немало ФЕ, в которых чистой воде противопоставляется мутная как символ неправды, неразберихи: *мутить воду* – умышленно 1) запутывать дело, вносить неразбериху во что-либо; 2) вносить смуту, раздор в отношения между кем-либо; *воды не замутит* – очень скромн, тих, кроток; *ловить рыбу в мутной воде* – извлекать выгоду из чьих-либо затруднений, корыстно пользоваться какими-либо неурядицами, неясностью обстановки.

Приведем примеры из текстов: – *Вранье, – решил Кирила Петрович, – сейчас я всё выведу на чистую воду* [А.С. Пушкин. Дубровский]. *Они большие бестии, эти чиновники, ловить рыбу в мутной воде* [Н.В. Гоголь. Дождь был продолжительный]. *А правду вымолвить – я суций Эпиктет, Воды не замутить, предобренький поэт* [А.С. Пушкин. Исповедь бедного стихотворца].

В туркменском языке есть ФЕ с подобным значением: *suwy urdurmak* (букв. взбалтывать воду) – начинать конфликт; *suwdan tämizlenmek* (букв. очищать водой) – очиститься от грехов; *suw ýaly ak* (букв. чистый, как вода) – искренний человек; *suwy bulamak* (букв. сделать воду мутной) – создать проблемы.

2. В русской лингвокультуре вода получает противоречивую оценку как оживляющая и одновременно опасная стихия, что отразилось в известном сказочном мотиве о «живой» и «мертвой» воде.

Такое символическое значение воды как основы, важного условия жизни можно определить во фразеологизмах: *живая вода / как (живой) воды напиться* – в переносном смысле это всё, что одухотворяет, благотворно действует, пробуждает интерес. Приведем пример из национального корпуса (НКРЯ): *Наконец-то, под занавес, профессия выводит меня из угрюмого леса. Живая вода народных песен* [И.А. Карпуть. Дневник]. *Но ведь Катя – это не любовь, это часть меня самого, это моя юность, моя живая вода* [В. Аксенов. Апельсины из Марокко].

В ФЕ *сидеть на хлебе и воде* – жить впроголодь, *садиться (сесть) на хлеб и воду* – лишать себя самого необходимого в еде, ограничивать себя в самом необходимом, хлеб и вода представляются тем жизненно необходимым минимумом, который нужен, чтобы человек не умер с голоду. Вариант этого значения мы находим в туркменском фразеологизме *nan we suwyndan kesmek* (букв. лишить хлеба и воды) – обездолить.

3. Вода в виде водного пространства, обладающего глубиной, является опасной для человека стихией, она представляет большую трудность для преодоления и способна погубить человека. Это отражают фразеологизм *как в воду опущенный* – подавленный чем-либо, расстроенный. Этимологию этого выражения связывают с древними обычаями «Божьего суда» – испытания огнем и водой, зафиксированного Русской Правдой. Обвиняемого бросали в реку или озеро: всплывший признавался виновным, утонувший – невинным (Бирих 2005, с. 106). Еще ФЕ с этим образом: *что (хоть) в воду – (что) впору утопиться* – о крайне безвыходном положении; *в ложке воды утопить* – по пустякам причинить неприятность; *как в воду канул* – исчез; *прятать концы в воду* – исчезнуть, не оставив следов.

Например: *Чуть было не утопился от тоски, генерала хотел подстрелить...* [А.П. Чехов. Безотцовщина]. *Я утоплю в ложке воды и Даргомыжского, и Цезаря Кюи!* [М.Е. Салтыков-Щедрин. Дневник провинциала в Петербурге]. *Пошли розыски, но ничего не открывалось: купец как в воду канул* [Н.С. Лесков. Леди Макбет Мценского уезда]. *Идучи с Степаном, Настя уговаривала его не убиваться, Но он совсем был как в воду опущенный и даже не обращал на нее никакого внимания* [Н.С. Лесков. Житие одной бабы].

И в русском, и в туркменском языке есть выражения, в которых вода ассоциируется с опасностью, испытаниями: *пройти огонь и воду / otdan-suwdan geçmek* – испытать в жизни многое; *идти в огонь и в воду* – идти, пойти на все, на любые самоотверженные поступки, не раздумывая, жертвуя всем; *и в огне не горит, и в воде не тонет / oida ýanmaz, suwda çökmmez* – о том, кто в любых тяжелых обстоятельствах умеет постоять за себя.

В туркменском языке вода также имеет образный смысл как грозное, опасное пространство. Например: *suwdan atlemek* (букв. выпрыгнуть из воды) – пережить трудности; *suw onuň kenarlaryny doldurdy* (букв. вода вышла из берегов) – терпению пришел конец; *suw bentini döwdi* (букв. вода прорвала дамбу) – сделанное не исправить.

Интересно происхождение фразеологизма *suwyň jezasy bar* (букв. у воды есть наказание) – любое действие имеет последствия. Выражение уходит корнями в древние обычаи. Дело в том, что туркменский народ относится к воде как к живому существу. У воды есть хозяин, поэтому нельзя ходить в темное время суток за водой, чтобы не разозлить хозяина воды и не навредить ему. Туркменам запрещалось бросать в воду комья земли, сидеть на краю водоема так, чтобы в воду осыпалась земля, сливать грязную воду после стирки белья, плевать в воду, в колодец, бросать туда нечистоты и т.п. За нарушение запрета следовало наказание.

4. Вода – символ движения, в том числе движения времени. Проточная вода считалась в славянской культуре устойчивым символом быстроты. Благодаря своим природным свойствам (полноводности и нескончаемости течения) проточная, текущая вода осмысливается как символ движения (в противоположность воде стоячей), быстроты и успеха в разных делах. Например, *много* (немало, сколько, столько) *воды утекло* – много времени прошло. Например: *У меня много воды утекло с тех пор, как не видался с вами.* [Л.Н. Толстой. Письмо Н.Н. Страхову от 27 марта 1884 г.] *Как вода сквозь пальцы / Утекает как вода в песок* – исчезать быстро, безвозвратно и бесследно.

Таким образом, в русской и туркменской лингвокультурах вода – проточная, текущая, по своим свойствам ассоциируется с течением времени и с необратимостью ситуации.

5. Вода как пространство, связанное с мистическим, потусторонним миром. Как свидетельствует словарь «Славянские древности» в славянской мифологии широко распространены представления о том, что водное пространство разделяет земной и потусторонний миры, является местом обитания духов. С этим связано использование воды в гаданиях (ЭЛС 1995, с. 386-389). Данная символика прослеживается во внутренней форме таких ФЕ, как: *вилами по (на) воде писано* – неизвестно еще, будет так или нет, удастся ли, осуществится ли, *как в воду глядел (смотрел)* – (будто) знал заранее. По одной из версий славянской мифологии, «вилы» – это обитающие в различных водоемах мифические существа, обладающие даром предсказывать судьбу человека. Есть и иная версия, связанная с гаданием, во время которого бросали камешки на воду, и по форме получившихся кругов вилы предсказывали будущее. Так как данные предсказания очень редко сбывались, то это выражение стало означать какое-то событие или действие, которое вряд ли состоится в скором времени, да и вообще в будущем. Например: *Может быть, это на воде вилами написано, но, но крайней мере, таково было его обещание* [М.Е. Салтыков-Щедрин. Письмо Н.К. Михайловскому. 11-12 марта 1884].

С народными верованиями славян в магическую и предсказательную силу воды связано происхождение фразеологизма *как в воду глядел*. «Всматриваясь в отражение в озере, реке, сосуде с водой и произнося различные заклинания,

знахари и колдуны по состоянию поверхности воды предсказывали будущее, чью-либо судьбу» (Бирих 2005, с. 105).

В основе внутренней формы ФЕ *выводить на чистую воду*, по одной из версий, лежит ситуация гадания на воде, с помощью которого можно было увидеть облик виновного человека: гадалщики показывали («выводили») на чистой водной поверхности образ человека, совершившего злое дело или наславшего порчу (БФС 2006).

6. Вода как нечто ненужное, лишнее, необязательное, несодержательное. Например, во ФЕ: *вместе с водой выплеснуть (выплескивать) и ребенка; лить воду* – пустословить; *сплошная вода* – бессодержательно. В туркменских фразеологизмах мы не нашли аналога.

7. Вода как самое бесценное вещество. Это значение отмечаем в туркменских фразеологизмах. В условиях пустынного климата вода – основа существования. Это отражают пословицы: *suwsyz – nursyz* (букв. мир без воды лишен света); *suw ýok – jan ýok* (букв. нет воды – нет жизни). Неудивительно поэтому, что и в туркменской фразеологии есть выражения, в которых вода приобретает символическое значение самой драгоценной субстанции. Например: *suwdan-da gytmat* (букв. дороже воды) – очень ценный; *suwsyz galmak* (остаться без воды) – терпеть лишения; *suwyň ölçeği bilmek* (букв. уметь учитывать воду) – быть бережливым; *suwy kesildy* (букв. вода кончилась) – надежда исчезла.

В целом проведенный анализ показал, что в русской и туркменской лингвокультурах фразеологические элементы с компонентом *вода* сохранили древнейшие представления о воде как источнике жизни и опасности, символе очищения и чистоты, истины и движения. В нашем материале были выявлены и специфические представления народов, связанные с водой. В каждой из лингвокультур есть эндемичные ФЕ и эндемичные аспекты символического значения стихии воды: в русской – это вода как оживляющая стихия и как нечто ненужное; в туркменской – вода как бесценное вещество.

Литература

1. Бирих А.К. Русская фразеология: историко-этимологический словарь. – М.: Астрель: АСТ: Люкс, 2005.
2. БТС – Большой толковый словарь русского языка. – СПб.: Норинт, 2006.
3. БФС – Большой фразеологический словарь русского языка / под ред. В.Н. Телия. – М.: АСТ-Пресс, 2006.
4. Коваль В.И. Мифологические верования восточных славян. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2016.
5. Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М., 1996.
6. ЭЛС – Славянские древности: этнолингвистический словарь: в 5 т. – М., 1995. Т. 1.

Н.И. Курганова (Минск)

Культура как фактор вариативности фрагментов языкового сознания

Аннотация: В статье обсуждается проблема влияния национальной культуры на специфику языкового сознания индивида и общества. С этой целью уточняется понятие культуры, выделяются ее функции, определяются параметры и механизмы влияния культуры на сознание и мышление индивида.

Ключевые слова: культура, значения и смыслы, ценностные ориентации, речевое общение, тип коммуникации.

Abstract: The paper discusses the problem of the influence of national culture on the specifics of the individual's and society's linguistic consciousness. For this purpose, the concept of culture is clarified, its functions are distinguished, the parameters and mechanisms of the influence of culture on the consciousness and thinking of an individual are determined.

Key words: culture; meanings and senses, value orientations, verbal communication, type of communication.

Исследование национально-культурной специфики языкового сознания ставит задачу поиска глубинных основ вариативности сознания, что остается, как правило, за рамками лингвистических исследований, посвященных сравнительному изучению многочисленных концептов (фрагментов языкового сознания, квантов знания или образов сознания). Но при этом по сей день «за кадром» остаются параметры влияния культуры на специфику процессов и результатов познания.

Проблема влияния культуры на сознание и мышление индивида неоднократно поднималась в зарубежной и отечественной науке (Брунер 1977; Выготский 1983; Коул 1997; Леви-Брюль 1981; Леви-Стросс 1994; Лурия 2007; Мацумото 2002; Найссер 1981; Рубинштейн 1989; Сепир 1993; Солсо 2002; Шпет 1996). Однако, несмотря на длительную историю обсуждения этих вопросов, до конца не раскрыт сам механизм влияния культуры на сознание индивида и общества. Сторонники культурно-исторической парадигмы полагают, что одним из параметров культурного влияния на процессы познания выступает стиль мышления. Культуры дифференцируются в зависимости от превалирования чувственного или рационального стиля мышления. Так, К. Леви-Стросс утверждал, что существуют два разных стратегических уровня мышления: один путь основывается на восприятии и воображении, он весьма близок к чувственной интуиции, другой основывается на абстрагировании от чувственного восприятия (Леви-Стросс 1994, с. 124–125). О выделении двух стратегических уровней осмысления информации писал Э. Сепир, согласно которому в каждом языковом коллективе в ходе сложного исторического развития в качестве типичного устанавливается какой-то один образ мышления, особый тип реакции, который закрепляется в языке (Сепир 1993, с. 165, 311).

Чтобы предметно говорить о влиянии культуры на процессы познания, следует уточнить само понятие «культура», а также выделить основные функции культуры как явления.

Значительным прорывом в понимании сути культуры стал антропоцентрический подход к социокультурным явлениям, благодаря чему в науке утвердилось понимание, что культура как сугубо человеческий феномен невозможна без человека: она существует в умах, представлениях людей, а также в системе их взаимодействий; ведь именно человек наделяет предметы значениями, и только для человека культурные объекты обладают определенным смыслом. В рамках антропоцентрической ориентации культура определяется как «система значений, воплощенных в символической форме, включающих действия, словесное выражение и вообще любые значимые объекты, – то, посредством чего индивиды вступают друг с другом в коммуникацию и сообщают друг другу свой опыт, формируют общее видение мира и верования» (Лурье 2005, с. 259). Заметим, что подобный подход в определении культуры был характерен для американской научной школы 70-х годов XX века. Так, К. Гирц писал, что понятие «культура» «обозначает исторически передаваемые модели значений, воплощенные в символах, систему наследуемых представлений, выраженных в символических формах, посредством которых люди передают, сохраняют и развивают свои знания о жизни и отношения к ней» (Geertz 1973, с. 89).

Но каждая культура не только вырабатывает значения, но также определяет конкретные правила и способы их трансляции, что предполагает учет двух аспектов культуры: субстанционального и функционального. Субстанциональный блок составляет основу культуры, он включает ценности и нормы и представляет определенный результат культурного процесса. Функциональный блок характеризует сам процесс культурной деятельности, различные его стороны и аспекты (Столяренко, Столяренко, Самыгин 2004, с. 19–20). В психологической антропологии эта идея находит выражение в понимании культуры как *процесса*, так и *структуры*. В этой связи любая национальная культура может быть охарактеризована как через совокупность результатов деятельности, представленных значениями, так и через набор определенных способов и процедур формирования значений, т.е. через призму процессов смыслообразования.

Каждая национальная (этническая) культура по своим главным функциям нацелена на отбор, сохранение и трансляцию тех значений и смыслов, которые представляют для нее на том или ином этапе развития наибольшую ценность. Ведущим механизмом, определяющим эти процессы, выступают ценностные ориентации культуры. Ценности – это принципы совместного существования людей: в соответствии с ними происходит отбор информации, устанавливаются социальные отношения, формируются эмоции и чувства (Грушевицкая, Попков, Садохин 2002, с. 34). Ученые отмечают, что именно культурные нормы и ценности определяют границы и правила добровольного сотрудничества людей (Садохин 2006, с. 47–48). Ценности носят конкретно-исторический характер и социально обусловлены, их роль состоит в том, чтобы исключить влияние случайных, субъективных мотивов и обстоятельств, а также обеспечить предсказуемость, надежность, стандартность поведения социума (Ерасов 1994, с. 110). Это говорит о том, что ценности выполняют в определенном роде «охранную», защитную функцию этноса, оберегая его от чужих влияний,

направляя фокус внимания индивидов в определенном направлении.

Как показывают наши исследования, проведенные на материалах ассоциативных экспериментов, именно под влиянием ценностных ориентаций культуры содержание концептов структурируется на ядро и периферию. Ядро, как известно, формируется за счет наиболее востребованной и актуализированной части информации, которая играет жизненно важную роль для членов того или иного лингвокультурного сообщества. Периферия – это зона индивидуальных различий, продукт и результат уникального опыта конкретных индивидов, их творческого и нестандартного отношения к миру (Курганова, Тюркан, Кобцева 2017, с. 27-28).

Ценностные ориентации культуры лежат в основе выделения ведущих (доминантных) смыслов концептов, что особо наглядно проявляется в сопоставительных исследованиях. Например, ведущими смысловыми признаками концепта ШКОЛА, смоделированного по данным ассоциативных полей, полученным от Ии.-россиян являются следующие: *«Школа – это друзья и ученики»* (14,5 %), *«Школа – это учителя»* (8,6 %), *«Школа – это школьное пространство»* (13,5%). Как видим, концепт ШКОЛА осмысливается в обыденном сознании россиян через призму общения с друзьями, одноклассниками, учителями, поскольку в русской культуре высока ценность общения и дружеских связей.

Ведущими смысловыми доминантами концепта ÉCOLE / ШКОЛА, смоделированного по данным ассоциативного поля, полученного от Ии.-французов, выступают следующие признаки: *«Школа обеспечивает образование и обучение»* (13,2 %), *«Школа – это преподаватели/ учителя»* (11%), *«Школа – это учеба, труд, это овладение знаниями»* (7,5%). Это значит, что концепт ШКОЛА в обыденном сознании французов осмысливается, прежде всего, через социальную роль школы как учебного заведения, которое по своей главной функции призвано обеспечивать образование и обучение подрастающего поколения. Кроме того, школа – это учителя и преподаватели, которые обеспечивают учебный процесс. Школа – это работа самих учащихся по овладению знаниями (Курганова 2020, с. 171-172). Ценностные ориентации французской культуры здесь другие: они отражают стремление испытуемых, в первую очередь, получить качественное образование.

Таким образом, культура через систему ценностных ориентаций направляет определенным образом фокус внимания носителей языка и культуры и тем самым детерминирует выбор тех или иных смысловых признаков концепта. Поскольку система культурных ценностей вырабатывается в разное историческое время, в различной социальной, экономической и природной среде, содержательное наполнение ценностей, а также их структура может существенно различаться в разных этнических культурах, что находит выражение в смысловых доминантах концепта.

Вторым важным фактором, определяющим специфику фрагментов языкового сознания индивида и социума, выступает тип речевого общения в социуме. Как мы уже отмечали (Курганова, Тюркан, Кобцева 2017, с. 14), речевое общение, с одной стороны, выступает главным механизмом усвоения / присвоения индивидом результатов культуры, с другой – формирует индивидуальное

сознание человека: в речевом общении на этапе первичной социализации конструируются мыслительные (когнитивные) процессы индивида, т.е. формируется его операциональное знание, которое и будет определять в будущем специфику его ментальных репрезентаций. Следовательно, речевое общение есть то звено, которое обеспечивает взаимосвязь и взаимодействие социального и психического – культуры и психики. Именно речевое общение служит механизмом «перетекания» социального в психическое и психического в социальное. Следовательно, речевое общение, выступая главным способом трансляции значений и смыслов, обеспечивает функционирование культуры и не может не влиять на специфику фрагментов знаний, поскольку трансляционные механизмы адаптированы к культуре. Так, одним из проявлений подобных адаптационных механизмов можно считать выделение различных типов коммуникации в национальных культурах. Например, как показывает практика, соотношение монологической и диалогической коммуникации, а также их уместность и использование в той или иной ситуации существенно различаются в разных типах культур. В культурах с большой дистанцией власти, с жесткой иерархией право на монолог принадлежит не всем, а лишь тем, кто стоит на вершине этой иерархии. С другой стороны, в инновационных культурах преобладает диалогическая коммуникация: здесь велика роль обсуждения проблем в экспертных группах, в коллективных профессиональных сообществах.

Все вышесказанное позволяет утверждать, что в основе вариативности фрагментов языкового сознания (концептов) у носителей разных языков и культур выступают следующие факторы: а) культура как совокупность значений и смыслов, вырабатываемых в определенных исторических и социальных условиях и зафиксированных в знаках; б) ценностные ориентации культуры; в) тип речевого общения, доминирующий в культуре и выступающий ее трансляционным механизмом; г) набор языковых знаков, обеспечивающих накопление, сохранение и передачу культурных значений и смыслов. Это свидетельствует о том, что культура представляет собой самый сильный фактор, который отбирает, структурирует и передает последующим поколениям только те значения и смыслы, которые соответствуют сохранению культурных норм и ценностей.

Литература

1. Брунер Дж. Психология познания: за пределами непосредственной информации. – М.: Прогресс, 1977.
2. Выготский Л.С. История развития высших психических функций: В 6 т. Т. 3. – М.: Педагогика, 1983.
3. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / под ред. А.П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
4. Ерасов Б.С. Социальная культурология: пособие для студентов вузов: В 2-х ч. Ч. 2. – М.: Аспект-пресс, 1994.
5. Коул М. Культурно-историческая психология: наука будущего. – М.: Когито-Центр, Изд-во Институт психологии РАН, 1997.
6. Курганова Н.И. Смысловое поле при моделировании значения слова: монография. – Мурманск: МГГУ, 2012.

7. Курганова Н.И., Тюркан Е.А., Кобцева С.А. Национально-культурная специфика языкового сознания жителей Арктического региона / под общ. ред. Н.И. Кургановой. – Мурманск, МАГУ, 2017.
8. Курганова Н.И. Образ мира через призму концептов повседневности: монография. – Минск, РИВШ, 2020.
9. Леви-Брюль Л. Первобытное мышление: хрестоматия по общей психологии // Психология мышления / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.В. Петухова. – М.: МГУ, 1981.
10. Леви-Стросс К. Первобытное мышление. – М.: Республика, 1994.
11. Лурия А.Р. Основные проблемы нейролингвистики. – 2-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007.
12. Лурье С.В. Психологическая антропология: история, современное состояние, перспективы: учеб. пособие. 2-е изд. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2005.
13. Мацумото Д. Психология и культура. – СПб: Прайм-Еврознак, 2002.
14. Найссер У. Познание и реальность. Смысл и принципы когнитивной психологии. – М.: Прогресс, 1981.
15. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: В 2 т. – М.: Педагогика, 1989. – Т. I.
16. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2006.
17. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993.
18. Солсо Р. Когнитивная психология. – СПб.: Питер, 2002.
19. Столяренко Л.Д., Столяренко В.Е., Самыгин С.И. Культурология: учеб. пособие. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д, 2004.
20. Шпет Г.Г. Введение в этническую психологию. – СПб: Издательский дом «П. Э. Т.», Изд-во Алетей, 1996.
21. Geertz C. The Interpretation of Cultures. – New York: Basic Books, 1973.

О.И. Лыткина (Москва)

Контекстуальное значение слова «бабушкин» в русском языке (на материале интернет-ресурсов)

Аннотация: В работе представлено контекстуальное значение слова «бабушкин» в русском языке. Исследование выполнено на материале открытых интернет-источников с применением таких методов, как анализ лексической сочетаемости, парадигматических связей, контент-анализ публицистических текстов, опубликованных за последнее десятилетие.

Ключевые слова: русское языковое сознание, контекстуальное значение.

Abstract: The paper considers the contextual meaning of the adjective 'babushkin' in the Russian linguistic consciousness. The study is based on open Internet sources using such methods as the analysis of lexical compatibility, paradigmatic connections and content analysis of journalistic texts published in the past decade.

Key words: Russian linguistic consciousness, contextual meaning.

Наша работа продолжает серию статей, посвященных исследованию культуры быта в языке через описание контекстуального значения слова.

Цель данной статьи – описать контекстуальное значение слова «бабушкин» на материале открытых Интернет-ресурсов в русском языковом сознании. Нами было проанализировано 48 статей, написанных за последние десять лет и размещенных в открытом доступе. Основным критерием отбора материала было включение в заголовок статьи прилагательного «бабушкин», например: «*Бабушкин ремонт и интерьер: что это такое?*» (<https://dzen.ru/a/YZe5edNZSiQliVVg>), «*5 советов как подготовиться к сдаче «бабушкину» квартиру*» (<https://realty.rbc.ru/news/5daf6b9c9a7947ef45a23645>), «*Как превратить бабушкину квартиру в современный интерьер*» (<https://dg-home.ru/blog/kak-prevratit-babushkinu-kvartiru-v-sovremennyy-interer-b676985/>), «*Ужасы бабушкина ремонта: что это такое и как исправить*» (<https://stroyday.ru/news/pochemu-pugaet-babushkin-remont-razbiraemsva-chto-znachit-etot-termin-i-otkuda-on-vzysya.html>), «*Бабушкин шик: 10 причин использовать этот стиль в интерьере*» (<https://design-ud.net/blog/apartments/babushkin-shik-10-prichin-ispolzovat-etot-stil-v-interere/>), «*5 бабушкиных приема декорирования интерьера, которые все еще актуальны*» (<https://www.ivd.ru/dizajn-i-dekor/dekorirovanie/5-babushkinyh-priemov-dekorirovaniya-interera-kotorye-vse-eshche-aktualny-100412>), «*5 бабушкиных трендов, которые сейчас очень популярны*» (<https://lady.mail.ru/article/523564-5-babushkinyh-trendov-kotorye-sejchas-ochen-popu/>) и др.

В словарях современного русского языка прилагательное «бабушкин» имеет два значения: 1. Соотносящийся по значению с существительным *бабушка*. 2. Принадлежащий бабушке (*бабушкина сказки, бабушкин внучек*).

Именно в этих двух значениях прилагательное «бабушкин» зафиксировано в Национальном корпусе русского языка. Об этом свидетельствуют и результаты ассоциативных экспериментов, и лексическая сочетаемость прилагательного «бабушкин», например: «сундук», «комод», «внук»/«внучка», «кот», «подарок», «сад», «голос», «рука», «дом», «квартира», «муж», «рецепт», «наследство», «шкатулка», «кресло», «платье» и др.

Однако анализ текстов из открытых интернет-источников показал, что у притяжательного прилагательного «бабушкин» в последнее время появились новые значения. Одно из них – «Старомодный, устаревший» – реализуется в сочетаниях, характеризующих стиль в интерьере и одежде: «бабушкин ремонт», «бабушкин вариант», «бабушкина отделка», «бабушкин интерьер», «бабушкин стиль»/«бабушкин стайл», «бабушкин тренд» и т.п. Интересно отметить, что в приведенных примерах речь идет не просто о чем-то старомодном и устаревшем, но о том, что характерно для жизни в СССР, сохранилось с советских времен, таким образом, синонимом прилагательного «бабушкин» является слово «советский».

Представления о «бабушкином» ремонте/интерьере/варианте в картине мира носителей русского языка тесно связаны с небольшой квартирой в советском панельном доме, с корпусной мебелью прошлого века, мебельным гарнитуром, мебельной стенкой, ковром на стене, фотообоями, бумажными обоями в цветочек, клеенкой на столе, красивым чайным сервизом в серванте, трельяжем, маленькой люстрой в большой комнате, линолеумом вместо паркета, старой

сантехниккой, переводными картинками на скучном советском кафеле, пылью и грязью, копившейся годами.

Приведем только один пример описания «бабушкина интерьера», поскольку все проанализированные нами примеры схожи, отличаясь небольшим количеством мелких деталей: «...стоит ли выбирать квартиру с *бабушкиным ремонтом*, постараемся понять, что же подразумевается под этим понятием. Как правило, такой вариант – это достаточно *старая квартира*, где последний капитальный ремонт с заменой всего и вся делался году в 80-м в лучшем случае. На стенах – *простые бумажные, уже изрядно уставшие обои в цветочек*, местами прикрытые *настенными коврами*, в ванной – *старая сантехника с разводами*, потерявшая не только блеск, но и вид в целом, а также *мебель, которую не стыдно держать только на даче или в гараже*. Особого внимания «достойны» *допотопное трюмо на ножках и старый неподъемный платяной шкаф*, по ощущениям – корнями вросший в пол» (<https://stroyday.ru/news/pochemu-pugaet-babushkin-remont-razbiraemysya-chto-znachit-etot-termin-i-otkuda-on-vzyalsya.html>).

С «бабушкиным стилем» связано представление о комфорте, удобстве в одежде, о ношении таких вещей, как вязанные жилеты и шапочки, длинных юбок, трикотажных миди-юбок, трикотажных костюмов с V-вырезом, мужских костюмов-троек, кардиганов неярких цветов, брюк без стрелок, белого воротника, платка на голове или берета, фланелевых рубашек, авоськи вместо сумки и т.п. – словом, того, что носилось 30-40 лет назад. Интересно отметить, что прилагательное «бабушкин», характеризуя стиль в одежде, не имеет явно выраженной негативной оценки, в отличие от характеристики интерьера, ср. например: «Еще не так давно стилисты учили, как избежать ошибок при построении гардероба, чтобы не походить на бабушку. Но сегодня и стар, и млад не против примерить на себя *вязанные жилеты, смешные шапочки и длинные юбки*» (https://dzen.ru/a/Z17EIkE_Q3OnQ2sv). Связано это с модной тенденцией выглядеть, как бабушки, которая получила название «бабушкин шик»: «Для самих бабушек одежда должна быть, прежде всего, практичной и удобной, и теперь это отразилось на стиле молодого поколения. Еще несколько лет назад все считали *серые юбки, длинные плащи, толстые свитера и носки с сандалиями* старомодными. Теперь мы видим в этих образах не только наших бабушек и дедушек. Похоже, *бабушкин шик* – это новейшая модная тенденция, и она нравится тем, кто еще в силу возраста не носил все эти суперудобные и уютные вещи» (<https://dzen.ru/a/ZIXOIGGvzyIjtlYk>). Таким образом, прилагательное «бабушкин» в структуре лексического значения имеет еще одно значение – «Винтажный», которое предполагает хорошо сохранившуюся вещь высокого качества, символизирующую определенную эпоху благодаря своей былой популярности.

Итак, как показало наше исследование, в настоящее время притяжательное прилагательное «бабушкин» в русском языковом сознании, помимо значений «Принадлежащий бабушке», «Имеющий отношение к бабушке», приобретает значение «Старомодный, советский» (с негативной оценкой) и «Винтажный» (с положительной оценкой).

Литература

1. Национальный корпус русского языка. – URL: <https://ruscorpora.ru/explore?req=бабушкин> (дата обращения 14.12.2024).
2. Словарь русского языка: В 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А.П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – Т. 1. А-Й.

В.Ю. Панфилов, Е.Н. Верещагина (Воронеж)

Лексическая семантика циркуфиксальных наречий (на примере лексемы *по-московски*)

Аннотация: В статье на материале контекстных употреблений по данным Национального корпуса русского языка предпринимается попытка описания семантики циркуфиксального наречия, образованного от precedentного имени – топонима. Определяются семантические признаки лексемы в сознании носителей русского языка.

Ключевые слова: циркуфиксальные наречия, лексическая семантика, контекстуальное употребление.

Abstract: The paper uses contextual data from the National Corpus of the Russian language to describe the semantics of a circumfixed adverb formed from a precedent name – a toponym. The semantic features of the lexeme in Russian native speakers consciousness are determined.

Key words: circumfixal adverbs, lexical semantics, contextual use.

Исследование посвящено описанию комплекса признаков, циркуфиксальных наречий, образованных от precedentных имен (в том числе от топонимов).

Как правило, такие дериваты в толковых словарях имеют только словообразовательное значение, отсылающее к тому, что названо производящей основой. Однако лексемы апеллируют, как и precedentные имена-основы, не столько к обозначаемому ими предмету, сколько к набору признаков, тесно с ним ассоциирующемуся (Захаренко 1997, с. 83). В силу этого особую значимость представляет установление конкретной лексической семантики исследуемых слов (Стернин 2013). Покажем это на примере анализа контекстуальных употреблений наречия *по-московски*.

В качестве материала использовались тексты основного подкорпуса НКРЯ, насчитывающего 220 примеров в полноценных контекстах XVIII – XXI вв. Рассматривались все случаи употребления лексемы. Нами были установлены те смыслы, которые возникают в контекстах у исследуемого слова.

Приведем наиболее частотные примеры семантизированных контекстных значений (КЗ) слова.

КЗ: с **медленным произношением** (4 примера употребления): *Нехотя поднявшись со стула, он, точно спросонья, медленно обвел всех глазами, усмехнулся зелено-желтому галстуку доктора Берга и, обращаясь к одному Арсению Ивановичу, начал громко, по-московски растягивая слова <...>* [Б.В. Савинков (В. Ропшин). То, чего не было (1918)]

КЗ: **радушно** (3 примера употребления): *Но у себя он был особенно жив, мил, по-московски радушен.* [З. Н. Гиппиус. Одержимый (1922)]

КЗ: **много, чрезмерно** (3 примера употребления): *Кирилл, очевидно, сообразил «действие» разнообразных элементов, кои начали обнаруживать на русскую жизнь свое влияние, и пустил челобитную на Москву в Питер, и запросил как можно больше, – чисто по-московски, – «чтоб было из чего уступить».* [Н.С. Лесков. Случай у Спаса в Наливках (1883)]

КЗ: **неестественно, вычурно, манерно** (3 примера употребления): *Двое из них [священников] произносили возгласы жеманно, «по-московски», так что трудно было понять, и это особенно нравилось крестьянам.* [М.Е. Салтыков-Щедрин. Пошехонская старина. Житие Никанора Затрапезного, пошехонского дворянина (1887-1889)]

КЗ: **уютно, комфортно** (3 примера употребления): *Это не очень удобно, понимаю, кухонька маленькая, а кроме меня еще какие-нибудь гости или родичи, но до чего ж это уютно, до чего по-московски.* [Виктор Некрасов. Взгляд и Нечто (1977)]

КЗ: **долго, продолжительно** (2 примера употребления): *Пил он чай всегда подолгу, по-московски, стаканов по семи в один раз.* [А.П. Чехов. Невеста (1903)]

КЗ: **с простотой** (2 примера употребления): *Одет он был очень порядочно и просто, хотя уже слишком изысканно просто, слишком, так сказать, по-московски просто, именно по-московски <...>* [А.А. Григорьев. Один из многих (1846)]

КЗ: **легко, свободно** (2 примера употребления): *Да, он за нее испугался. Сначала он гораздо легче посмотрел на знакомство Таси с Грушевой, так, по-московски... Потом, как-то на днях, вспомнил все и сообразил.* [П.Д. Боборыкин. Китай-город (1882)]

КЗ: **с размахом, широко** (2 примера употребления): *Москва чествовала ее [Рашель] по-московски: в последний спектакль на масленице, в воскресенье, ей поднесен был от публики серебряный кубок с изображением московского герба <...>* [И.Ф. Горбунов. Отрывки из воспоминаний (1881-1884)]

КЗ: **щедро, обильно** (2 примера употребления): *Дорого взяли, да за то уж хоть по-московски сытно накормили – и за то спасибо.* [Н.А. Лейкин. Наши за границей (1890)]

КЗ: **с небыстрым темпом** (2 примера употребления): *Какая-то сила вытолкнула из домов на улицу разнообразнейших людей, – они двигались не по-московски быстро, бойко, останавливались, собирались группами, кого-то слушали, спорили, аплодировали, гуляли по бульварам, и можно было думать, что они ждут праздника.* [Максим Горький. Жизнь Клима Самгина. Часть 3 (1928)]

КЗ: **ласково** (2 примера употребления): *Навсегда остались в моей памяти серо-желтой глиной вымазанные ряды саманных изб с плоскими крышами, прямые широкие улицы, люди высокого роста с размашистым шагом, с резким, гортанным, но по-московски ласковым говором и веселой улыбкой язвительного добродушия.* [В.П. Правдухин. Годы, тропы, ружье (1930)]

КЗ: **модно** (2 примера употребления): *Одетая по-московски модно. Дура, не знала, какие морозы на Севере.* [Анатолий Гладили. Прогноз на завтра (1972)]

Кроме того, были выделены единичные значения.

КЗ: **масштабно**: *Он пошел пешком обедать к Лебеядцеву, и этот конец, – даже и по-московски не маленький, – не утомлял его.* [П. Д. Боборыкин. Проездом (1884)]

КЗ: **ведя домашний образ жизни**: *Жены и дочери их проводили время не по-московски, сидя взаперти, а ходили по гостям и веселились с мужчинами.* [Е.П. Карнович. На высоте и на доле: Царевна Софья Алексеевна (1879)]

КЗ: **неискренне, фальшиво**: *Всё, что он только что говорил, казалось ему, было глупо до отвращения. <...> Это не умно, не интересно, фальшиво – фальшиво по-московски.* [А.П. Чехов. Три года (1895)]

КЗ: **прямо, открыто**: *Точно, знаете ли, пахнет чем-то, знаете ли... Я, сударь, по-московски, на чистоту... этак как будто бы жидом...* [К.М. Станюкович. Письма «Знатного иностранца» (1897)]

КЗ: **со строгостью**: *Дочь он растил не по-московски, а свободно, не стесняя ее девичьей воли.* [А.И. Красницкий. Царица-полячка (1902)]

КЗ: **эмоционально**: *Клюгенау покорно вышла. По ее уходе Анна Иоанновна, чисто по-московски, «по-измайловски» всплеснув руками, воскликнула <...>* [Р.Л. Антропов. Герцогиня и «конюх» (1903)]

КЗ: **доброжелательно**: *И это сделано так, что слушая, например, речи Фамусова и филиппики Чацкого, мы проникаемся настроением последнего и начинаем смотреть на Фамусовых, по-своему да по-московски благодушных, как на темную и зловерную силу, имеющую очевидное реакционное значение.* [Д.Н. Овсянко-Куликовский. Из «Истории русской интеллигенции» (1911)]

КЗ: **многообразно, многосторонне**. *Она держится «по-московски»: в одно и то же время «декаденткой», и синим чулком, и «товарищем», и потрясательницей сердец.* [Г.В. Иванов. Петербургские зимы (1928)]

КЗ: **с красивой речью**: *Читал он интересно, тихим голосом, без ораторских приемов, свободно, с изящной дикцией, по-московски, хотя и был москвич только по образованию, а родился в Риге.* [П.Д. Боборыкин. Воспоминания (1906-1913)]

КЗ: **единообразно, схоже**: *Аркадий состоял, кажется, биржевым маклером. Его квартира выглядела по-московски знакомой. Все та же мебель модерн, пол затянута бобриком, пианино.* [Е.Л. Шварц. Дневник (1952)]

КЗ: **в небольшой степени, скромно**: *Никогда потолстел – кормили его там не по-московски.* [Б.И. Вронский. Дневник (1966)]

КЗ: **беспорядочно, без стройности**: *Живет в крохотной, по-московски хаотической квартирке, где главное место занимают книги русских авторов, по-русски и по-итальянски.* [Р.Д. Орлова. Копелев Л., Орлова Р. Мы жили в Кёльне (1984)]

КЗ: **как следует, как полагается**: *Втроем они молча и истово – по-московски – гоняли чай.* [Анатолий Степанов. В последнюю очередь (1984)]

КЗ: **сдержанно**: *Уходит дядя Коля, пощекотав Ванванча, уходит дядя Миша, поцеловав его в щеку, и все целуются друг с другом, словно расстаются навеки,*

звонко, горячо, отчаянно, не **по-московски**, а с бабушкой Лизой говорят с особым придыханием. [Булат Окуджава. Упраздненный театр (1989-1993)]

КЗ: **полный суеты**: Ну и пускай Тестов – человек рязанский. Зато он сумасшедший совершенно **по-московски**. [Артур Тестов. Дневник неудачного восхождения на Мак-Кинли (1997) // «Столица», 27.05.1997]

КЗ: **резко, грубо**: И какие-то все не **по-московски** вежливые, не по-столичному сдержанные. [Юрий Головин. Я стоял неподалеку от того танка... (2001)]

КЗ: **с чрезмерной уверенностью, наглостью**: Речь ее была груба, **по-московски** самоуверенна и полна всякого околкиношного вздора. [Владимир Арро. Дом прибежища // «Звезда», 2002]

КЗ: **многолюдно**: Я торопливо вышел на улицу, задев сумкой двери и стену, мы обнялись и пошли в молчаливой, густейшей **по-московски** толпе к метро. [Марк Зайчик. В нашем регионе // «Звезда», 2002]

Большую долю занимают несемантизированные признаки (40% от общего числа выделенных смыслов), в значительной части контекстов выделяется общее словообразовательное значение.

Так, например, значение «**В соответствии с московским говором или произношением**» составляет 19% от общего количества словоупотреблений: Она, видно было, усиленно стремилась говорить **по-московски**, на «а», однако изредка из нее прорывалась родная стихия. [Василий Белов. Плотнические рассказы (1968)]

Значение «**В соответствии с тем, как принято, заведено в Москве, как характерно для Москвы**» зафиксировано в 17% контекстных словоупотреблений: К обеду ждали Мезенцова, французика и еще какого-то англичанина: как водится, деньги есть, так тотчас и званый обед, **по-московски**. [Ф.М. Достоевский. Игрок (1866)]

Значение «**В соответствии с внешним видом, принятым в Москве**» составляет 4% словоупотреблений: Она провинциалка, но она училась в Москве, любит нашу Москву, одевается **по-московски**, и за это я люблю ее, люблю, люблю... [А. П. Чехов. Три года (1895)]

Также отдельно выделяется значение «**По московскому времени**» (10% контекстов): В десять **по-московски** и в двенадцать по-ихнему. [В.П. Катаев. Время, вперед! (1931-1932)]

Сравнительный анализ выявленных контекстных значений и данных психолингвистического эксперимента, проведенного методом субъективных дефиниций (Панфилов 2024), позволяет сделать следующие выводы.

Контекстуальные семантические признаки исследуемой лексики оказываются многообразнее, чем выделенные в ходе психолингвистического эксперимента (35 контекстных значений против 11 психолингвистических). В обыденном языковом сознании сохраняется общее словообразовательное значение, которое отмечается в значительной доле примеров и реакций (по данным контекстного анализа комплекс таких значений составляет 40% от общего числа употреблений; по данным эксперимента – 14%). Кроме того, наблюдается частичное совпадение семантических признаков. Так, общими, выделенными в контекстах и эксперименте, являются следующие семантические признаки (в

скобках указано количество контекстных примеров (КП) и совокупный индекс яркости (СИЯ) значения по данным психолингвистического эксперимента): 1. *Неестественно, вычурно, манерно* (КП 3; СИЯ 0,15); 2. *С размахом, широко* (КП 2; СИЯ 0,28). 3. *С быстрым темпом* (КП 2; СИЯ 0,17). 4. *Модно* (КП 2; СИЯ 0,02); 5. *С чрезмерной уверенностью, наглостью* (КП 1; СИЯ 0,05).

Контекстуальные употребления наречия **по-московски** оказываются многочисленнее, вариативнее, чем выделенные в ходе психолингвистического эксперимента. Исследование устанавливает, какими конкретными смыслами наделяют носители языка общую словообразовательную модель, являющуюся основой семантики сравнительно-уподобительных наречий (как *свойственно кому-то/чему-то*, как *характерно для кого-то/чего-то*). Такой широкий комплекс выделенных признаков свидетельствует о недостаточной сформированности лексической семантики слова **по-московски**, что, на наш взгляд, может означать невысокую степень концептуализации ассоциируемых с производящей основой признаков, а также небольшую актуальность наречия для языкового сознания.

Литература

- Захаренко И.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей – М.: Филология, 1997. – Вып. 1. – С. 82-103.
- Панфилов В.Ю. Описание семантики русского наречия (по данным эксперимента) // Язык как фактор интеграции образовательных систем и культур. – Белгород: Эпицентр, 2024. – С. 61-65.
- Стернин И.А. Методы исследования семантики слова. – Ярославль: Истоки, 2013.

Е.А. Пляскова (Воронеж)

Роль топонимов в компаративных фразеологических единицах (на примере немецких фразеологизмов)

Аннотация: В статье на примере немецких фразеологизмов рассматривается роль топонимов в компаративных фразеологических единицах. Раскрывается связь образов фразеологизмов с историей и культурой народа.

Ключевые слова: немецкая фразеология, компаративные фразеологизмы, топоним, лингвокультурология.

Abstract: The paper examines the role of toponyms in comparative idioms at the example of German idioms. The connection of idioms with the history and culture of the people is revealed.

Key words: German phraseology, comparative idioms, toponym, linguoculturology.

Фразеологизмы являются своеобразным отражением культуры, мировоззрения народа. Они способны «концентрировать в себе, сохранять и реконструировать коллективную память народа, говорящего на том или ином языке, раскрывать его самобытность и уникальность, выражать национально-

культурные особенности речевого поведения народа» (Петрачук, Хабибулина 2015, с. 312). Национально-культурная специфика образа фразеологизма может проявляться относительно другого языка (и культуры) или безотносительно к другому языку, т.к. «в каждом языке существуют фразеологизмы, которые воспринимаются носителями этого языка как «свои и только свои», то есть сугубо национальные» (Сингаевская 2014, с. 179). К сугубо национальным фразеологизмам относятся и фразеологизмы с национальными топонимами – названиями географических объектов страны. «Географическое пространство – территория, на которой живет народ, – играет важную роль в формировании национально-лингвистического восприятия мира. Актуальными при этом для человека становятся те бытовые реалии, с которыми он сталкивается каждый день: окружающие элементы природы и ландшафта, характерные особенности места жительства. <...> Как носители прошлого, топонимы способствуют <...> формированию коллективной и общинной идентичности» (Басенко и др., URL).

Рассмотрим немецкие компаративные фразеологизмы с топонимами. «Такие обороты <...> несут социокультурную нагрузку, они не только позволяют выразить смысл, но и передают уникальный характер языковой картины мира, присущей носителям данного конкретного языка» (Лядский 2019, с. 3).

Компаративные фразеологизмы (КФЕ) построены на основе сравнения: некий предмет или некая ситуация оказались переосмыслены в контексте культуры, стали восприниматься в сознании народа как эталонные и в этом значении закрепились во фразеологизме. Эталон, по определению В.Н. Телия, «это характерологическая подмена свойства человека или предмета какой-либо реальией, которая становится знаком доминирующего в ней с точки зрения обиходно-культурного опыта народа свойства» (Телия, Опарина 2011, с. 147).

Рассмотрим, какие функции выполняют топонимы в КФЕ (в составе фразеологизмов могут употребляются не только топонимы-субстантивы, но и образованные от них прилагательные):

1) Топоним называет географический объект, являющийся самостоятельным образом-эталон. Например, *alt wie der Böhmerwald / Thüringerwald / Westerwald sein* (стар как Богемский лес / Тюрингенский лес / Вестервальд) «очень старый» (о человеке, предмете и т.д.). Образ фразеологизма мотивирован природными объектами Германии: перечисленные топонимы являются названиями древнейших горных массивов, чей возраст во много раз превышает возможный возраст человека и, таким образом, являются эталонами долголетия (Wörterbuch, URL).

2) Топоним называет географический объект, участвующий в создании эталонной (стереотипной) ситуации: *sich fühlen wie der Reiter auf dem Bodensee* (чувствовать себя как всадник на Боденском озере) «испугаться». Образ фразеологизма мотивирован сюжетом баллады немецкого писателя Г. Шваба «Всадник и Боденское озеро», в которой всадник, не подозревая, что под ногами ещё не совсем замёрзшее озеро, благополучно перебрался на другой берег, но узнав, какой опасности подвергался, упал замертво. Образ фразеологизма, в образовании которого участвует и топоним, представляет собой стереотипную ситуацию сильного испуга у человека, понявшего, что счастливо избежал очень большой опасности (Wörterbuch, URL; Мальцева 2000, с. 12).

Ausgehen wie's Hornberger Schießen (получиться как хорнбергская стрельба) «что-либо закончилось безрезультатно, несмотря на большие усилия». Говорится о деле, из которого, кроме шума, ничего путного не вышло. Образ фразеологизма восходит к истории, которая произошла в городке Хорнберге (в Шварцвальде). По одной версии, в ожидании прибытия герцога жители растратили весь порох на тренировки, так что им нечем было ему салютовать; по другой версии, жители приветствовали стрельбой прибывшую вначале свиту высокого гостя, а для приветствия самого герцога пороха уже не осталось. В память об этой легенде в Хорнберге ежегодно отмечается праздник «*Hornberger Schießen*» (Wörterbuch, URL; Маркина и др. 2006, с. 265). Фразеологизм отражает стереотипную ситуацию, когда что-то делается с большим шумом, но не приводит к желаемому результату.

Es machen wie der Ulmer Spatz (сделать что-то как ульмский воробей) «ловко выполнить работу, подойти к работе с ловкостью, смекалкой». Образ фразеологизма восходит к древней легенде, согласно которой рабочие при строительстве храма сначала не могли пронести через городские ворота длинные бревна, т.к. несли их поперек. Рабочие решили уже снести ворота, но один из них увидел, что воробей пронесет соломинки через узкое место боком. Ульмский воробей стал в немецкой культуре символом-эталон смекалки (Wörterbuch, URL; Маркина 2006, с. 1003).

3) Топоним выделяет предмет с неординарными свойствами, ставший в культуре эталоном какого-либо качества или признака; отсылает к известной носителям языка реалии.

Wie Matz von Dresden (как Мац из Дрездена) «о глупом человеке». В основе образа фразеологизма отсылка к известной в Германии каменной скульптуре на старом мосту через Эльбу в Дрездене, которая представляет фигурки сидящих на корточках человечков. Аппеллятив *Matz* в разговорном немецком языке обозначает «дурак», а топоним *Dresden* конкретизирует образ, отсылая к существующей реалии (Wörterbuch, URL).

Wie der <dumme> Junge von Meißen aussehen (выглядеть как <глупый> мальчик из Мейсена) «иметь глупый вид». По одной из версий, образ фразеологизма мотивирован реальной фарфоровой фигурой, которая примерно до середины XIX века стояла у входа в здание Мейсенского фарфорового завода и бросалась в глаза глупым выражением лица. Таким образом, *мальчик из Мейсена* стал эталоном глупости. В верхнесаксонском диалекте возможны варианты: *wie der dumme Junge von Dresden, von Mutzschen, vom Neumarchte* (Wörterbuch, URL; Мальцева 1991, с. 130).

So groß wie das Heidelberger Faß sein (быть таким большим как хайдельбергская бочка) «обладать очень большой вместимостью». В основе образа – достопримечательность Хайдельбергского замка. «Große Faß» была построена курфюрстом Фридрихом IV в XVI в. для сбора вина и вмещала 221 тыс. л вина. Бочка была очень знаменита в Германии, её воспевали поэты, в том числе Г. Гейне в своей «Книге песен». Во фразеологии хайдельбергская бочка является эталоном сосуда очень большой вместимости (Wörterbuch, URL; Маркина 2006, с. 372).

Aussehen wie ein Borsdorfer Apfel (выглядеть как борсдорфское яблоко) «иметь свежий румяный вид». Во фразеологизме эталоном женской красоты является борсдорфское яблоко (Борсдорф – город в Саксонии) – название сорта очень вкусных красивых яблок, которые долго хранятся (Wörterbuch, URL).

Таким образом, КФЕ с топонимами являются носителями культурно-исторической информации. Образы фразеологизмов сформировались на основе национальных преданий, представлений о мире, переосмысленных народом и ставших объектами немецкой лингвокультуры.

Топонимы в составе КФЕ могут выполнять следующие функции:

- 1) называть географический объект, являющийся самостоятельным образом-эталон;
- 2) называть географический объект, участвующий в создании эталонной (стереотипной) ситуации;
- 3) «индивидуализировать» предмет с неординарными свойствами, ставший в сознании носителей языка эталоном какого-либо качества или признака.

Литература

1. Басенко Г.В., Сахарова Е.Е., Чунахова Л.В. Топонимы в английских фразеологических единицах // Международный научно-исследовательский журнал. – №11 (137). – URL: <https://research-journal.org/archive/11-137-2023-november/10.23670/IRJ.2023.137.78> (Дата обращения: 1.12.2024)
2. Лядский В.Г. Топонимы и этнонимы в составе идиоматических выражений: сравнительный анализ на материале европейских языков // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2019. – №1. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/07FLSK119.pdf> (Дата обращения: 19.11.2024)
3. Мальцева Д.Г. Германия: страна и язык. Landeskunde durch die Sprache. Лингвострановедческий словарь. – М., 2000.
4. Мальцева Д.Г. Страноведение через фразеологизмы: пособие по немецкому языку. – М.: Высшая школа, 1991.
5. Маркина Л.Г., Муравлева Е.Н., Муравлева Н.В. Культура Германии: Лингвострановедческий словарь / Kultur Deutschlands: – М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2006.
6. Петрачук А.В., Хабибулина Э.А. Лингвокультурологические особенности немецких фразеологизмов с компонентом-именем собственным // Вопросы лингводидактики и межкультурной коммуникации. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2015. – С. 311-315.
7. Сингаевская А.В. Национально-культурное своеобразие испанских фразеологизмов с компонентом-антропонимом // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 4 (34). – Часть 2. – С. 178-184.
8. Телия В.Н., Опарина Е.О. Культурная коннотация как способ воплощения культуры в языковой знак // Вестник культурологии. – 2011. – №1. – С. 145-148.
9. Das Wörterbuch der Idiome. – URL: <http://idiome.de-academic.com> (Дата обращения 30.11.2024).

Л.В. Рычкова (Гродно, Беларусь)

Терминология брендинга в русскоязычном научном пространстве: от импорта к заимствованию

Аннотация: В статье отмечается новизна понятия «бренд» для предметной области интеллектуальной собственности. На примере терминологии брендинга показаны процесс импорта из английского языка и особенности последующего освоения в процессе заимствования в русскоязычном пространстве специальной лексики этой междисциплинарной области знания.

Ключевые слова: терминология брендинга, импорт терминологии, заимствование терминологии, адаптация терминологии.

Abstract: The paper notes the novelty of the concept of 'brand' for the subject area of intellectual property and, using the example of branding terminology, shows the process of import from the English language and the features of subsequent development in the process of borrowing in the Russian-speaking space of the specialized vocabulary of this interdisciplinary field of knowledge.

Key words: branding terminology, import of terminology, borrowing of terminology, adaptation of terminology.

Важным этапом развития любой области науки, производственной и общественной деятельности является наличие единой понятийной базы и становление соответствующей ей специальной терминологии. Именно поэтому задачи терминологического менеджмента, включающие в том числе инвентаризацию и описание специальной лексики, не только не утратили своей актуальности в наши дни, но и приобрели особую значимость в связи с развитием глобализационных процессов в мировой экономике, что, как правило, ведет к формированию новых социальных практик. Как следствие, во многих случаях это отражается в изменении естественного процесса развития терминологии в конкретных языках: с одной стороны, наблюдается интенсификация заимствования терминологии, а с другой – необходимость адаптации уже существующей терминологии к принятой на международном уровне.

При заимствовании специальной лексики важную роль играют степень освоения неологизмов, особенности их адаптации в языке-реципиенте, возможные изменения в семантике по сравнению с языком-донором, реализация деривационного потенциала как языка-донора (дополнительное заимствование производных терминов), так и языка-реципиента (образование новых специальных номинаций от заимствованных терминов по законам заимствующего языка).

В условиях развития глобализационных процессов и в связи с развитием рыночной экономики возрастает необходимость увеличения экспорта товаров и услуг, поэтому всемерно возрастает роль брендинга как социально-экономической практики, ориентированной на межкультурное и международное экономическое взаимодействие. Как уже отмечалось нами ранее, «практически вся терминология брендинга получила распространение в русском языке путем «импорта терминов» из английского языка, а именно из его

североамериканской разновидности» (Рычкова 2019, с. 201). Поскольку брендинг как социальная практика является относительно новой сферой деятельности в русскоязычном пространстве, то путем сопоставления исходной англоязычной и в большинстве своем заимствованной из английского языка русскоязычной терминологии возможно на примере последней проследить современные тенденции в динамике терминологий предметных областей, развитие которых обусловлено феноменом глобализации.

Так, представляет интерес степень сохранения системности импортированной терминологии, поскольку, в отличие от специалистов в определенной предметной или профессиональной области, терминологию интересует именно системность терминов в отражении соответствующих понятий – терминополь, в терминологии Р.Г. Пиотровского (1952), или концептуария, в терминологии когнитивного терминоведения либо инженерии знаний. Не меньший интерес представляет и деривационный потенциал терминообразования в отражении новых понятий, обусловленных динамикой понятийной системы, напрямую связанной с тенденциями в социокультурных практиках человеческого общества. Важно также понять, на какой степени освоения языком-реципиентом находится изначально импортированная терминология брендинга и остается ли она еще таковой. В случае же если уже произошел процесс заимствования, то наблюдаются ли переосмысление исходных терминов либо деривационные процессы, находящие отражение в развитии собственных микротерминосистем, представленных, например, терминологическими гнездами, в которых изначально импортированные термины выступают в качестве терминоэлементов, способных выполнять различные функции.

Для междисциплинарных областей знания, к которым, без сомнения, относится брендинг, важно также установить смежные предметные области. Для этой цели можно использовать энциклопедии и отраслевые словари специальной лексики. Рассмотрим, как представлены термины *бренд* и *брендинг* в многочисленных источниках на портале «Словари и энциклопедии на Академике» (<https://dic.academic.ru>). Термин *бренд*, помимо энциклопедий, представлен в следующих отраслевых словарях: «Финансовый словарь»; «Маркетинг. Большой толковый словарь»; «Словарь политологии»; «Справочник технического переводчика»; «Словарь бизнес-терминов»; «Словарь рекламы и полиграфии»; «Учебный словарь терминов рекламы и публичных рилейшенз». Что касается термина *брендинг*, то он также представлен в семи словарях, но их состав несколько отличается: его нет в «Словаре политологии», но он включен в «Энциклопедию инвестора».

На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что области политологии, маркетинга, финансов, рекламы, бизнеса и технического перевода могут считаться смежными для предметной области брендинга, и это позволяет экстраполировать на русскоязычную терминологию брендинга ранее сделанный нами вывод о расширении значения лексемы *бренд* в русскоязычном неспециальном дискурсе (Рычкова 2019).

Поиск по термину *бренд* позволил также выявить ряд производных от него терминов, таких, например, как: *бренд-менеджер*, *бренд-менеджмент*, *зонтичный бренд*, *корпоративный бренд*, *бренд-бук*, *узнаваемый бренд*, *целевой*

бренд, *индивидуальный бренд*. Поиск по термину *брендинг* позволил выявить дополнительно один составной термин с компонентом *бренд* – *управление брендом*. Этот термин, представленный в таком источнике, как «Маркетинг. Большой толковый словарь», можно считать оформленным по правилам русского языка вариантом термина *бренд-менеджмент*. Было также выявлено несколько производных терминов с компонентом *брендинг*: *брендинг объектов*, *брендинг-контроль*, *национальный брендинг*, *интернет-брендинг*, *сенсорный брендинг*, *медиа-брендинг*. Подобно опорному компоненту, все производные термины-композиции адаптированы к русскому языку посредством практической транскрипции, а составные в большинстве случаев являются синтаксически адаптированными переводными кальками.

Таким образом, как два центральных понятия предметной области брендинга, так и понятия, системно связанные с ними, были первично терминированы средствами английского языка, откуда и были заимствованы русским языком, то есть развитие терминологии этой предметной области в русском языке, в отличие от английского языка, осуществляется путем заимствования с сохранением системности терминологии. Соответственно, можно предположить как большую вариативность терминов брендинга в русском языке по сравнению с английским, так и семантические отличия между оригинальными и заимствованными терминами.

Такой вид заимствования подтверждается выборкой терминов из текста Мадридского соглашения о международной регистрации знаков (<https://www.wipo.int/treaties/ru/registration/madrid>), которое имеет непосредственное отношение к предметной области брендинга. Мадридское соглашение было впервые заключено в 1891 г. и с тех пор неоднократно пересматривалось. Последние изменения были внесены в его текст в 1979 г. Термины, выбранные из текста Мадридского соглашения, имеют официальный перевод, поэтому их можно считать международно адаптированными. Приведем примеры таких терминов (даются в алфавитном порядке): *copyright* – *авторское право*, *invention* – *изобретение*, *IP (intellectual property)* – *интеллектуальная собственность*, *mark* – *(торговый) знак*, *patent* – *патент*, *patent application* – *заявка на получение патента*, *patent protection* – *защита патента*, *product* – *продукт*, *(to) protect a mark* – *защищать (торговый) знак*, *quality* – *качество*, *trademarks* – *товарные знаки*.

Анализ терминов, извлеченных из Мадридского соглашения, позволяет сделать несколько выводов. Во-первых, ни термины *brand* – *бренд*, ни *branding* – *брендинг* не представлены в тексте этого международного соглашения, что свидетельствует об их относительной новизне для сферы интеллектуальной собственности. Во-вторых, современное состояние терминологии этой области, в частности, имеющей отношение к брендингу, позволяет утверждать, что составные термины преобладают над однословными. Преобладание составных терминов является характерной чертой терминологий многих современных европейских языков. Доминирование многословных терминов объясняется двумя основными факторами: междисциплинарностью самой предметной области и ее относительной новизной даже для английского языка.

Литература

1. Пиотровский Р.Г. К вопросу об изучении термина // Ученые записки ЛГУ. – 1952. – № 161. – С. 21-36.
2. Рычкова Л.В. Заимствованная терминология вне специального дискурса (на примере номинации *бренд*) // Тэарэтычны і прыкладныя аспекты этналагічных даследаванняў: зб. навук. артыкулаў. – Мінск: БНТУ, 2019. – С. 199-206.

Е.В. Селезнева (Воронеж)

О некоторых особенностях отрицания в английских сложноподчиненных предложениях, выражающих условные отношения

Аннотация: В статье рассматриваются особенности негирования в главной и придаточной частях английских сложноподчиненных предложений, выражающих условные отношения.

Ключевые слова: утверждение, отрицание, главная часть, придаточная часть, сложноподчиненное предложение, условие, английский язык.

Abstract: The paper describes the peculiarities of negation in the main and subordinate clauses of English complex conditional sentences.

Key words: affirmation, negation, main clause, subordinate clause, complex sentence, condition, English.

В связи с современными тенденциями, а именно семантизацией и прагматизацией лингвистических исследований, в том числе синтаксических, возникла необходимость в систематичном, многоаспектном описании сложноподчиненных предложений вообще и сложноподчиненных предложений, выражающих условные отношения, в частности. Последние, наряду с уступительными, причинными и целевыми, входят в блок генеративных сложноподчиненных предложений, где «генерирующая ситуация детерминирует генерируемую ситуацию» (Тирадо 1998, с. 21). Специфика условной связи состоит в том, что «говорящий ставит реализацию (или, наоборот, нереализацию) события Б в непосредственную зависимость от события А, безотносительно к тому, является или не является второе причиной первого, основывается их связь на ожидании или отражает лишь сиюминутный каприз коммуниканта» (Тирадо 1998, с. 63).

Данная работа посвящена особенностям негирования в главной и придаточной частях английских сложноподчиненных предложений с придаточным условия.

Категория утверждения/отрицания (иначе – аффирмативности/ негативности), знакомая фактически всем языкам мира, противопоставляет значению бытия его естественный антипод – значение небытия. Лишь значение небытия является маркированным, в английском языке оно имеет специальный грамматический показатель – частицу *not*.

Отрицание может быть общим и частным. Различие между ними основано на чисто формальном критерии. Если общее отрицание относится к финитной части

сказуемого, то частное отрицание способно относиться к любому члену предложения, за исключением сказуемого.

В отличие от русского, характерной чертой английского языка является взаимодействие двух видов отрицания в рамках элементарного предложения. Наличие частного отрицания делает невозможным употребление общего отрицания и, наоборот, наличие общего отрицания делает невозможным употребление частного. Важно отметить, что «показатель отрицательности (обозначим его обобщенно через *neg*) может реализоваться не только как отрицательная частица *not*, но и может быть инкорпорированным в словообразовательную структуру слова: *nobody* = *neg* + *anybody*, *nowhere* = *neg* + *where*, *never* = *neg* + *ever* и т. д.» (Иванова, Бурлакова, Почепцов 1981, с. 182).

Обыкновенно все типы простых предложений в английском языке допускают модификацию по категории утверждения / отрицания. Так же обстоит дело и в сложных предложениях, которые в целом подчиняются тем же закономерностям. Так, придаточная часть английских сложноподчиненных предложений, выражающих условные отношения, допускает свободное варьирование как утвердительных, так и отрицательных конструкций:

1. *We'd have given them fire if they'd asked* (W. Golding) – Мы бы и так им дали огня, если б они попросили; *If you call him just by his family name he won't answer you* (BNC) – Если ты назовешь его по фамилии, он тебе не ответит;

2. *If you don't cut off some of the branches, that tree will bush out sideways* (BNC) – Если не спилить несколько веток, дерево очень сильно разрастется; *If he hadn't plotted to trick Danny Ram out of his job, none of it would have happened* (D. Lodge) – Если бы он не замыслил эту подлость с увольнением Денни Рэма, ничего бы не случилось.

Главная часть английских условных сложноподчиненных предложений допускает также свободное варьирование утвердительных и отрицательных конструкций:

1. *The electricity supply will be cut off if we don't pay our bill* (BNC) – Нам отключат электричество, если мы не заплатим по счету; *If you leave your car idling away for an hour or more, you will burn more petrol than you think* (BNC) – Если вы оставите вашу машину заведенной на час или больше, вы потратите больше бензина, чем вам кажется;

2. *I shouldn't be surprised if Hollywood sends a plane to bomb the Indians and punish them for the death of Matt* (J. Barnes) – Не удивлюсь, если Голливуд отправит сюда самолет, чтобы скинуть на индейцев парочку бомб и отомстить таким образом за смерть Мата; *If you don't do something about your appearance you'll never get a new job, never mind another boyfriend!* (H. Fielding) – Если ты хоть что-нибудь не сделаешь со своей внешностью, ты никогда не найдешь новую работу, не говоря уже о новом бойфренде!

Эта закономерность может нарушаться лишь «в случае интонационной трансформации этой категории, когда утвердительные высказывания приобретают значение отрицательных, а отрицательные, наоборот, – значение утвердительных (ср. *Как же, скажет он тебе это!* = *Он не скажет тебе это; Разве ты не жил в их доме, не пользовался их гостеприимством!* = *Ты жил в их доме, пользовался их гостеприимством!*)» (Ломов 1994, с. 53). Такое явление

встречается в главной части сложноподчиненных предложений, выражающих условные отношения:

1) уверенное экспрессивно окрашенное утверждение: *Won't we look funny if the whole island burns up?* (W. Golding) – Хороши мы будем, если весь остров сгорит?; *Wouldn't it be nice if Walter had remembered you in his will?* (D. Lodge) – Правда, было бы очень мило, если бы дядя Уолтер вспомнил о тебе, когда составлял завещание?; *Wouldn't my friends be envious if they could only see me now!* (R. Murphy) – Как бы завидовали мои друзья, если бы видели сейчас меня!;

2) уверенное экспрессивно окрашенное отрицание: *The fire is the most important thing on the island. How can we ever be rescued except by luck, if we don't keep a fire going?* (W. Golding) – Костер тут на острове важнее всего. Как же нас спасут, если он у нас не будет гореть? Только, может, чудом; *You're a right Charlie, aren't you? How the hell could the lights work if you don't switch on the ignition?* (BNC) – Ну ты и болван! Как же лампочки будут гореть, если ты не включил зажигание?; *How should I know, if you don't* (BNC) – Откуда же мне знать, если вы не знаете.

Нельзя не отметить важную особенность условных сложноподчиненных предложений с нереальным условием, построенных по модели *Если бы не А, то (не) В бы*. Дело в том, что позицию компонента *не А* в них может занимать имя существительное или личное местоимение в форме объектного падежа. Конструкции *«if it weren't / hadn't been for me...»* называют единственным фактор, который препятствует существованию некой ситуации (Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary 2003, p. 187). Например: *Besides, if it wasn't for the cuts, I'd have had a permanent job by now* (D. Lodge) – К тому же, если бы не сокращения, у меня уже была бы постоянная работа; *If it hadn't been for him it would never have happened* (W. Golding) – Если бы не он, никогда бы этого не было; *If it hadn't been for her father she'd have wanted to work in the town also, in the tinned-meat factory maybe, or in a shop* (W. Trevor) – Если бы не отец, она пошла бы работать в город, скажем, на фабрику мясных консервов или в магазин.

Рассматривая аналогичные предложения в русском языке, А.М. Ломов называет это явление метонимическим эллипсисом: «Если предметное предложение включено в состав более сложной синтаксической структуры (где выполняет обычно функцию придаточного условия), глагол *был* (*а, о, и*) может быть редуцирован даже в сослагательном наклонении. Однако здесь мы имеем дело, конечно, не с нулевой формой, а с одним из частных случаев метонимического эллипсиса...» (Ломов 1994, с. 213).

Наблюдаемые различия между языками заключаются в следующем: в русских конструкциях указание на говорящего происходит в подлежащем, тогда как в английских позиция подлежащего замещена семантически опустошенным местоимением *it*, а личное местоимение находится в позиции дополнения (досл. если бы это не было из-за меня). Кроме того, временная отнесенность обуславливающей ситуации в английском получает последовательное грамматическое выражение формами глагола, в отличие от русского, где возможна лишь контекстуальная интерпретация.

Имя существительное в придаточной части может быть распространено причастной конструкцией или придаточным определительным: *At the western outskirts of the town is the Bliss Valley Tweed Mill, an imposing stone-built factory which, if it were not for its chimney rising from a domed tower, would look like a great country mansion* (BNC); *From what has been said above, it will be clear that the Oxford English Dictionary Department would not be what it is, if it were not the Supplement project lying at the heart of its work* (BNC).

Таким образом, придаточная и главная части сложноподчиненных предложений, выражающих условные отношения, допускают свободное варьирование как утвердительных, так и отрицательных конструкций. В случае интонационной трансформации категории утверждения/отрицания в главной части утвердительные высказывания приобретают значение отрицательных, а отрицательные, наоборот, – значение утвердительных. В придаточной части условных сложноподчиненных предложений с нереальным условием, построенных по модели *Если бы не А, то (не) В бы*, возможно употребление существительного или личного местоимения в форме объектного падежа.

Литература

1. Иванова И.П. Теоретическая грамматика современного английского языка. – Москва: Высшая школа, 1981.
2. Ломов А.М. Типология русского предложения. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1994.
3. Ломов А.М. Русский синтаксис в алфавитном порядке: Понятийный словарь-справочник. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2004.
4. Тирадо Р.Г. Генеративные сложноподчиненные предложения в русском языке. – Воронеж: Изд-во ВГПУ, 1998.
5. Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. – 4th ed. – Glasgow: HarperCollins Publishers, 2003.

А.М. Силецкая (Воронеж)

Особенности семантики и сочетаемости лексемы *knack* в английском языке²

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые коллокации английского существительного *knack*, номинирующего способности человека к совершению каких-либо действий. Устанавливается круг значений, реализующихся под влиянием различного окружения.

Ключевые слова: сочетаемость, коллокация, значение, английский язык.

Abstract: The paper considers the collocations of the English noun *knack*, which nominates the ability of a person to perform any action. The spectrum of meanings that are actualized by various contexts is established.

Key words: combinability, collocation, meaning, English.

² Исследование выполнено под руководством к.ф.н., доцента Воронежского государственного университета П.Б. Кузьменко.

При анализе семантики различных лексических единиц важно учитывать особенности их комбинаторного потенциала (Ломова, Чирко 2004; Ломов 2004; Картавцев, Кузьменко 2019).

Для выражения человеческих способностей используется широкий репертуар языковых средств, включая не только глаголы и наречия, но и существительные. В ряду этих средств очень часто встречается существительное *knack*. В данной статье представлен анализ сочетаемости английского существительного *knack*, в частности, его позиционно-проективных свойств.

Для анализа были использованы данные различных словарей и баз данных: Cambridge Advanced Learner's Dictionary; Comprehensive Etymological Dictionary Of The English Language By Ernest Klein; Collins English Dictionary; Longman Dictionary of Contemporary English; The Oxford Dictionary of English Etymology; Британский национальный корпус; Национальный корпус русского языка.

Этимологический анализ лексемы *knack* показывает, что это слово было заимствовано из немецкого языка от глагола *knäcken* («резкий стук», «треск»), однако в современном английском языке данное существительное не имеет этого значения:

«knack, tr. v. and n. – Of imitative origin. Cp. Dan. knage, Swed., Norw. knaka, MHG., G. knacken, 'to crack', and E. knock, which all are imitative» (A Comprehensive Etymological Dictionary Of The English Language 1971).

Современные толковые словари дают следующие толкования интересующей нас лексемы. Согласно «Cambridge Dictionary», лексема *knack* определяется как «a skill or an ability to do something easily and well», т.е. «способность к чему-либо». Словарь «Collins Dictionary» дает более распространенное определение лексемы *knack*, понимая под ней «a particularly clever or skilful way of doing something successfully, especially something which most people find difficult», т.е. «способность умело выполнять сложные действия».

Наиболее часто существительное *knack* употребляется с предлогом *for*, который присоединяет существительные, называющие то, к чему человек проявляет склонность / имеет талант или способность:

*Brin even had a **knack for** befriending the professors.*

*Some people seem to have a **knack for** making money.*

Лексема *knack* помимо предлога *for* образует коллокации с предлогами *of* и *to*. Анализ сочетаемости существительного *knack* с предлогом *of* выявляет преимущественно негативную его коннотацию, отражающую склонность человека к попаданию в «нестандартные, неловкие ситуации» (например, поскользнуться на банановой кожуре, ранить себя, расстраивать кого-то). Данные корпуса BNC подтверждают это наблюдение:

*Bobby Robson seems to have the **knack of** upsetting Kevin Keegan.*

*But Brewer has an uncanny **knack of** getting injured at the wrong time...*

*The Lloyd's of London insurance market has an unhappy **knack of** slipping on banana skins.*

*She had a **knack of** breaking hearts and being mystified by the effect...*

Негативную коннотацию существительного *knack* могут сообщать прилагательные *unhappy*, *unfortunate*, *unlucky*, являющиеся весьма характерными

для коллокационного поля лексемы *knack*. Кроме того, словарь «Longman Dictionary of English Language and Culture» выделяет коллокацию *an unhappy knack* (=a knack that you would not want):

'Unhappy knack or no,' Bicker said, 'you have our thanks.

*You do have this **unfortunate knack**.*

Лексема *knack* демонстрирует амбивалентность в эмоциональной окраске, имея позитивные и негативные коннотации. Далее рассмотрим примеры употребления *knack* с положительной коннотацией с прилагательным *happy*, которое может быть в превосходной степени:

*...and had the **happiest knack** for slogans and hypnop?*

*Bellamy has a **happy knack** of getting the best out of players ...*

*She has a **positive knack** of getting one to fetch and carry.*

Конструкция *knack to sth*, в свою очередь, выражает значение «умелый или ловкий способ выполнения действия». Характерной чертой данного сочетания является имперсональное употребление, вместе с тем понятно, что агент действия не назван. В качестве адекватного перевода на русский язык предлагается глагол «приловчиться». Рассмотрим примеры такого употребления:

*I expect there's a **knack to** it.*

*There was some **knack to** this...*

*There is a **knack to** it.*

В левостороннем окружении часто могут обнаруживаться глаголы *get/lose*, позволяющие характеризовать способность, называемую существительным *knack* как приобретаемую или утрачиваемую человеком. В пользу этого говорит и наличие средств, выражающих темпоральность (например, СПП с придаточными времени, союзы *once* и *until*, наречие *still*). Примеры из корпуса BNC подтверждают, что *knack* обозначает приобретаемый навык, требующий определенного времени для освоения, в отличие от врожденных способностей:

*The glass is very expensive so you have to practise on plain glass **until** you get the **knack**.*

*DIY rock' n' roll may sound dated, but that said they **still** haven't **lost** the **knack of** pulling a good tune from seemingly nowhere.*

***Once** you have got the **knack of** this you can do it anywhere, whenever you need it.*

*I must be **losing** my **knack for** writing.*

В данных примерах также проявляется прагматический аспект высказывания: говорящий выступает в роли наставника или друга, предлагающего совет или поддержку своему собеседнику.

Кроме глаголов *get/lose*, с существительным *knack* употребляется широкий спектр динамических глаголов, указывающих на процесс приобретения навыка (например, *acquire*, *learn*, *develop*, *pick up*, *perfect sth*). Это подтверждает предположение о том, что *knack* может обозначать как врожденный талант, так и приобретенное мастерство, достижение успеха в сфере деятельности, к которой отсутствует естественная предрасположенность:

*She was **picking up** the **knack**. It was such a simple thing, to go against the consensus reality*

*He has **developed** a **knack of** deflecting curiosity about himself.*

He had perfected the knack of making one really last, for which he was known and hated by several West-End barmen.

Следует отметить, что лексема *knack* в подобных случаях обнаруживает градацию в сочетающихся с ней глаголах: *приобрести* → *развить* → *усовершенствовать*.

Таким образом, рассмотрение сочетаемости существительного *knack* позволило установить некоторые особенности его коллокационного диапазона, а также связанные с ними оттенки лексического значения. Коллокаты существительного *knack* позволяют говорить о различных свойствах человека, названного лексемой *knack*. Эта лексема может обладать позитивной или негативной коннотацией и репрезентировать специфику бытования во времени и в личной сфере человека.

Литература

1. Картавцев В.Н., Кузьменко П.Б. Лексически ориентированный синтаксис в контексте современных грамматических теорий // Воронежская филологическая школа: история, традиции, современность. – Воронеж, 2019. – С. 262-267.
2. Ломов А.М. Русский синтаксис в алфавитном порядке: понятийный словарь-справочник. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004.
3. Ломова Т.М., Чирко Т.М. Синонимия как ложный друг переводчика: (категориальный статус английских глаголов бытия и их узус // Социокультурные проблемы перевода. – Воронеж, 2004. – Вып. 6. – С. 130-137.

Т.Н. Слободянюк (Тверь)

Стилистическое маркирование лексики как лексикографическая проблема

Аннотация: В статье обсуждается проблема стилистического маркирования лексики в аспекте теории значения слова; рассматриваются такие смежные понятия, как *коннотация* / *стилистическая окраска* / *стилистическое значение*; сопоставляется система стилистических помет, используемых в русскоязычных словарях; анализируются примеры неоднозначного маркирования лексики.

Ключевые слова: стилистическая окраска, стилистическая помета, функционально-стилевой тип, экспрессивно-эмоциональный тип.

Abstract: The paper discusses the problem of stylistic labeling of vocabulary in the aspect of the theory of word meaning; examines such related concepts as *connotation* / *stylistic coloring* / *stylistic meaning*; compares the system of stylistic labels used in Russian-language dictionaries; analyzes examples of ambiguous labeling of vocabulary

Key words: stylistic coloring, stylistic label, functional-stylistic type, expressive-emotional type.

Проблематика, связанная со стилистическим маркированием лексики, в первую очередь обращена в плоскость лексикографического описания значения слова. Следует признать, что обозначенная проблема выходит далеко за рамки

собственной лексикографии и требует разрешения целого ряда вопросов, касающихся теории значения слова.

В рамках настоящей публикации обозначим наиболее дискуссионные моменты, касающиеся теоретических аспектов семантики, имеющих лексикографическую перспективу.

В первую очередь необходимо разграничить типы значения слова, используемые для описания его семантики. И.А. Стернин выделяет психолингвистическое значение слова (функционирует в индивидуальном сознании), коммуникативное значение слова (моделируется на материале узуального употребления) и лексикографическое значение слова, которое зафиксировано в словаре. Лексикографическое значение слова является наиболее консервативным. Все три типа значения слова тесно связаны друг с другом, поскольку психолингвистическое значение слова наблюдается в индивидуальных актах речевого употребления, которые попадают в узус, в котором закрепляется коммуникативное значение, которое при условии его регулярного употребления носителями языка в «плавильном котле» узуса кодифицируется лингвистами. У каждого из перечисленных типов значения слова имеется дополнительное значение, или сознание, или коннотация, или стилистическое значение, или стилистическая окраска. Благодаря этому «сознанию» слово, по выражению Т.Г. Винокур, «оживает» в речи.

Возвращаясь к лексикографическому аспекту, мы должны констатировать, что выявление и кодификация так называемого сознания представляет собою существенную трудность.

Проблемы, связанные с кодификацией сознания, следует начать с обсуждения его статуса в структуре значения слова.

В теории значения традиционно выделяют предметно-логическое содержание и коннотацию (или сознание). В структуре акта языковой идентификации предмета речи необходимо учитывать важный компонент – денотат. Новый словарь методических терминов трактует этот термин как «обозначаемый предмет, который может именоваться данной языковой единицей» (Азимов, Щукин 1974, с. 58). Но денотат – это всего лишь образ или совокупность образов, личное восприятие, то, на чем акцентирует внимание говорящий. И чем больше этих образов, признаков нам воспроизводит говорящий, тем более конкретное значение слова мы получаем в итоге. Признаки, компоненты денотата представляют собой «семы» – элементарные отражения в языке различных сторон и свойств обозначаемых предметов и явлений действительности (Там же, с. 270).

Очевидно, что наборы сем различны и у слов, выражающих разные понятия, и у слов-синонимов. Например, десигнаты слов «женщина», «баба», «бабешка» и «бабенка» включают не только семы «предметность», «одушевленность», «лицо», «женский пол», «средний возраст», но также и семы «нейтральная оценка» в слове «женщина» и «отрицательная оценка» в словах «баба», «бабешка» и «бабенка». Следовательно, структура языковой единицы представляет собой денотативный (предметный) набор сем и набор дополнительных, несущих стилистическую функцию, коннотативных сем. Здесь отметим, что термин «коннотация» используется обычно в общесемиотическом

плане. Коннотация (от лат. *con* – вместе + *noto* – отмечаю, обозначаю) – элементы смысла высказывания, возникающие из взаимодействия исходных значений предложений и слов с различными значениями под влиянием контекста и ситуации речи; дополнительное содержание лексической единицы, которое накладывается на ее основное значение (Азимов, Щукин 1974, с. 111). В вышеуказанных примерах дифферентами являются несовпадающие коннотации при одинаковых денотатах (предметных значениях). Одна и та же информация сообщается без каких-то дополнительных оценочных импликаций («женщина») или с отрицательной оценкой (в следующих трех случаях).

Коннотация языковой единицы является составной частью ее денотата, но в то же время несет дополнительную информацию к лексическому значению слова, «сознание». Именно в этой языковой особенности заключается стилистическое восприятие предмета или явления – стилистическое значение.

М.Н. Кожина в «Стилистическом энциклопедическом словаре» дает следующее определение понятию «стилистическое значение» (окраска, коннотация): дополнительные по отношению к предметно-логическому и грамматическому значению языковой единицы ее экспрессивно-эмоционально-оценочные и функциональные свойства; в более широком смысле это любая субъективная (т.е. выражающая человеческий фактор) окраска языковых единиц, в том числе социально-политическая, морально-этическая, этнографическая и др. (Кожина 2011, с. 493). Следовательно, стилистически значимой языковая единица становится в потоке речи, когда говорящий выделяет то или иное слово по некоторым выразительным качествам относительно слов стилистически нейтральных. Но не только отнесенность к определенной сфере общения может влиять на стилистическое значение слова. Это может быть любая экспрессивная, эмоциональная оценка или оценка субъективная, отражающая человеческий фактор (морально-этическая, социально-политическая и т.д.). Стилистическое значение может быть контекстуально-узуальным или функционально-нормативным. Контекстуально-узуальное значение слова определяется в определенном высказывании, сформированном в соответствии с «узуально-стилевым комплексом (термин Т.Г. Винокур): стилистическое задание – стилистическое значение – стилистический эффект». Функционально-нормативное стилистическое значение реализуется в соответствии логическими, речевыми и композиционными нормами функциональных стилей речи. Но эти два типа стилистического значения взаимопроницаемы и часто сосуществуют в одном высказывании. Иными словами, источником стилистического значения является система языка, узус и конкретный акт речевого употребления слова, обладающий индивидуальным контекстом.

Традиционно (см. в словаре М.Н. Кожин) выделяют несколько типов стилистического значения, которые классифицируются по нескольким основаниям: по экспрессивной функции (собственно экспрессивное и традиционное экспрессивное), по сфере использования (функциональная закрепленность).

В основе стилистического восприятия говорящего, безусловно, лежит предыдущий языковой опыт, а консоциации актуализируются и возникают как результат данного языкового опыта. Но языковые ассоциации у разных

носителей языка могут быть различными. Стилистика же стремится к описанию общего, коллективно значимого, поэтому возникает задача стилистического описания лексики в отрыве от контекстуальной связи. Изоляция слова от контекстуального окружения и порождает проблему общей стилистической классификации. Но существует и другая проблема: одна языковая единица может выступать в разных значениях и функциях, менять свои коннотации, что лишает классификацию смысла. Следующим «отягощающим» обстоятельством единой классификации выступает тот факт, что одно слово может иметь разнопорядковые характеристики, и не всегда можно точно определить, какую именно характеристику считать доминирующей. Также для стилистики важно определить не только субъективную отнесенность языковой единицы (книжный это стиль или разговорный и т.п.), но и установить, какова эмоционально-эстетическая ценность (торжественное слово или грубое и т.п.). Всю лексику подразделяют с точки зрения стилистики на стилистически нейтральную (немаркированную) и стилистически окрашенную (маркированную). Сравним слова «документ» и «бумажонка». Во втором случае слово обладает консоциацией (маркером) некоторого пренебрежения, что снабжает его отнесенностью к разговорному стилю. И наоборот, слово «документ» не обладает такими маркерами, а значит, не относится к определенному стилю и обладает стилистической универсальностью.

Важно обратить внимание на то, что термины *стилистическое значение* и *стилистическая окраска* следует разграничить. Стилистическое значение описывает слово в ситуации реального употребления с учетом закрепленности в системе языка, узусе и с учетом контекстуальной специфики, задаваемой коммуникативной ситуацией. Стилистическая окраска характеризует лексикографическое значение слова и является закрепленной в системе языка, иными словами, это кодифицированное системно языковое стилистическое значение.

В.В. Виноградов и другие лингвисты выделяют два типа стилистической окраски: функционально-стилистическую и экспрессивно-эмоциональную. Функционально-стилистическая окраска определяет, в каком стиле речи и как часто употребляется языковая единица, а экспрессивно-эмоциональная связана с эмоциональной, оценочной, экспрессивной составляющей. Такая градация находит свое отражение в словарях в виде стилистических помет.

Для указания на функционально-стилистическую окраску авторы используют пометы – *книжн.* (книжное), *разг.* (разговорное) и т.п., на экспрессивно-эмоциональную – *неодобр.* (неодобрительное), *пренебр.* (пренебрежительное), *шутл.* (шутливое), *укор.* (укоризненное) и т.п. Также пометы могут указывать на историческую перспективу языковых единиц (*нов.* – новое, *устар.* – устарелое и т.п.).

Стилистическая помета – это разновидность словарной пометы, лексикографический прием указания на стилистические особенности разъясняемой словарной единицы (Кожина 2011, с. 444). Но система описания языковых единиц с помощью стилистических помет не совершенна: в разных толковых словарях пометы одной языковой единицы могут быть различны. Это связано с тем, что у авторов словарей разные подходы к системе помет.

Так, например, Д.Н. Ушаков в «Толковом словаре русского языка» (1935) не отделяет стилистические пометы от других помет, определяющих круг употребления слова, и предлагает следующую систему: 1) пометы, указывающие на разновидности устной речи (*разг.*, *простореч.* и т.п.); 2) пометы, указывающие на разновидности письменной речи (*книжн.*, *науч.* и т.п.); 3) пометы, устанавливающие историческую перспективу в словах современного языка (*нов.*, *церк.-книжн.* и т.п.); 4) пометы к словам, обозначающим предметы и понятия чуждого быта (*истор.*, *дореволюц.* и т.п.); 5) стилистические пометы, указывающие на выразительные оттенки (экспрессию) слов (*бран.*, *ирон.* и т.п.).

«Словарь русского языка» АН СССР в 4 т. под ред. А.М. Евгеньевой (1957—1961 гг.) к стилистическим относит следующие группы помет: 1) пометы, указывающие принадлежность слова к различным пластам лексики русского языка (*обл.*, *прост.* и т.п.); 2) пометы, указывающие на стилистическую ограниченность употребления слов в литературном языке (*разг.*, *книжн.* и т.п.); 3) пометы, указывающие на специальную область применения слова (*астр.*, *бакт.* и т.п.); 4) пометы, указывающие на эмоциональную окраску слова (*бран.*, *ирон.* и т.п.); 5) помета *устар.* к словам, выходящим из употребления в современном русском языке.

Но и стилистические пометы одного плана для характеристики одинаковых слов могут не совпадать в разных словарях. Рассмотрим одну языковую единицу в двух вышеуказанных словарях. В «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова слово «гармошка» объясняется как «То же, что гармоника в 1 значении» и имеет пометы *разг.* *пренебр.* Автор указывает и на функционально-стилистическую окраску (разговорный стиль речи), и на экспрессивно-эмоциональную (отрицательная оценка). «Словарь русского языка» под ред. А.М. Евгеньевой указывает только на функционально-стилистическую окраску (*разг.*), давая то же лексическое значение. А «Большой толковый словарь русского языка» С.А. Кузнецова дает идентичное лексическое значение с пометой *разг.*, как и в двух предыдущих словарях, но на экспрессивно-эмоциональную окраску указывает помета *ласк.* (ласково — положительная оценка), что противоречит словарю Д.Н. Ушакова.

Многие лингвисты отмечают несовершенство системы стилистических помет. Также они указывают и на возможные причины: более быстрая смена стилистических норм по сравнению с другими, различные подходы к интерпретации слов, отсутствие общезначимого потенциала слова через разные категории (функциональности, экспрессивности и т.п.), синтеза и непонимание данных категорий и т.п.

Таким образом, существенные трудности, связанные с лексикографической фиксацией стилистической окраски слова в виде стилистических помет, обусловлены целым рядом неоднозначно решаемых проблем, в числе которых прежде всего следует назвать, во-первых, принципиально отсутствие единых оснований классификации стилистических помет, касающихся в первую очередь эмоционально-экспрессивной окраски, которая не имеет достаточного лексического потенциала для наименования эмотивных состояний человека; во-вторых, проницаемостью денотативного значения слова и сложностью (или невозможностью) дифференциации денотативного и коннотативного

компонентов; наконец, хронологической подвижностью и пластичностью стилистической составляющей по сравнению с предметно-логическим ядром значения в узуальном употреблении. Полагаем, что перечисленные сложности не только не позволяют игнорировать обсуждаемую проблематику, но и делают ее исключительно актуальной по причине того, что, по словам Т.Г. Винокур, без стилистической составляющей решительно невозможно использование слова в речи.

Литература

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). — Москва: Издательство ИКАР, 2009.
2. Воронцова Т.А. Элементарная стилистика: учебно-методическое пособие. — Ижевск: Издательство «Удмуртский университет», 2008.
3. Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. — Москва: Флинта, Наука, 2011.
4. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. — Изд. 3, испр. и доп. — Москва: Высшая школа, 1974.
5. Скребнев Ю.М. Очерк теории стилистики: учебное пособие. — Горький, 1975.

Психолингвистические исследования

Н.В. Акованцева (Воронеж)

Психолингвистическое значение слова «море»

Аннотация: В статье приводится психолингвистическое описание семантики слова «море», сформулированное по результатам свободного ассоциативного эксперимента. Предпринята попытка выявить наличие ассоциативной связи с лексемой «отдых».

Ключевые слова: психолингвистическое значение, психолингвистика, семантика, ассоциативный эксперимент, обыденное языковое сознание.

Abstract: The paper provides a psycholinguistic description of the semantics of the word “sea”, formulated according to the results of a free associative experiment. An attempt was made to identify the presence of an associative connection with the lexeme “rest”.

Key words: psycholinguistic meaning, psycholinguistics, semantics, associative experiment, everyday language consciousness.

В 2022 г. мы описывали ассоциативное поле «отдых» (Акованцева 2022). Самой яркой реакцией в свободном ассоциативном эксперименте была лексема «море». Нами была поставлена цель – определить, в какой степени эти понятия являются пересекающимися.

В 2023 г. нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент, испытуемыми которого стали студенты экономического, медико-биологического факультетов и факультета компьютерных наук Воронежского государственного университета. Опрошено было 139 испытуемых (ИИ). Было сформировано ассоциативное поле стимула «море».

Море 139: песок 16, вода 12, спокойствие 10, отдых 9, пляж 7, волны 6, свобода 5, черное 5, глубина 3, солнце 3, дом 2, лето 2, океан 2, отпуск 2, по колено 2, синее 2, соль 2, тепло 2, эмоций 2, безграничность, бездна, берег, бесконечность, бескрайние горизонты, ветер, возможности, волнение, волнуется, Геленджик, глубокое, голубая вода и берег, горизонт, дельфин, денег, дно, жара, колено, комфорт, кораллы, красота, Крым, любовь, медузы, мечта, небо, неизвестность, подарков, приятный воздух, простор, путешествие, расслабление, речка, рыба, рыбы, синее и большое, соленое, счастья, Турция, удовольствие, уединение, умиротворение, чистота, шум, эмоции; отказы 0.

Полученное в результате эксперимента ассоциативное поле было обработано методом семантической интерпретации (Стернин, Рудакова 2011). Совокупности сем, относящихся к одному денотату, были объединены в отдельные семемы, была описана их семная структура.

По данным эксперимента семантема лексемы *море* имеет следующую структуру.

Психолингвистическое значение

1. Место проведения отдыха, отпуска в непосредственной близости, например, песчаный пляж; чаще всего летом, когда тепло; вызывает положительные чувства и эмоции.

Место 3 (*Геленджик 1, Крым 1, Турция 1*) проведения отдыха 9 (*отдых 9*), отпуска 2 (*отпуск 2*), путешествия 1 (*путешествие 1*), в непосредственной близости, например, песчаный пляж 28 (*песок 16, пляж 7, солнце 3, берег 1, небо 1*), летом 2 (*лето 2*), когда тепло 3 (*тепло 2, жара 1*), дует ветер 2 (*ветер 1, приятный воздух 1*); рядом дом 2 (*дом 2*); вызывает положительные эмоции 8 (*эмоций 2, эмоции 1, счастья 1, удовольствие 1, умиротворение 1, любовь 1, мечта 1*); чистое 1 (*чистота 1*), красивое 1 (*красота 1*); ассоциируется со спокойствием 10 (*спокойствие 10*), дает чувство свободы 5 (*свобода 5*), умиротворения 1 (*умиротворение 1*), уединения 1 (*уединение 1*), неизвестности 1 (*неизвестность 1*), комфорта 1 (*комфорт 1*), расслабления 1 (*расслабление 1*).

СИЯ – 82

Организм настойчиво требует отдыха, солнца, тепла и, конечно же, моря. Туда, к морю, мы и направимся. И чтобы путешествие было беззаботным и приятным (никаких проблем с оформлением визы, акклиматизацией и прочее, прочее), выберем родное, знакомое с детства синее-синее Черное море. [Елена Зенина. Морская симфония // «Туризм и образование», 2001.03.15]

Рассудили, наверно, так: тем, кто берет предварительные билеты, нужно торопиться (море, пляж, курортные знакомства, вечерние кафе, концерты и т. д. — нет времени в очереди стоять). [Н. Сверчок. Мы виноваты уж тем, что хочется нам ехать... // «Сочи», 2002.08.22]

Ты не забалел? Съездил бы на море развеяться. Нда, я бледный как смерть. [Запись LiveJournal (2004)]

2. Вода, часть мирового океана; имеет волны; соленое, глубокое, синее, бескрайнее, шумит.

Вода 13 (*вода 12, речка 1*), часть мирового океана 2 (*океан 2*); имеет волны 8 (*волны 6, волнение 1, волнуется 1*); соленое 3 (*соль 2, соленое 1*), глубокое 6 (*глубина 3, глубокое 1, дно 1, бездна 1*), синее 4 (*синее 2, синее и большое 1, голубая вода и берег 1*), шумит 1 (*шум 1*), бескрайнее 5 (*горизонт 1, безграничность 1, бесконечность 1, бескрайние горизонты 1, простор 1*); в нем могут быть кораллы 1 (*кораллы 1*), медузы 1 (*медузы 1*), рыба 2 (*рыба 1, рыбы 1*), дельфины 1 (*дельфин 1*); например, Черное 5 (*Черное 5*).

СИЯ – 52

Содрогнулись сердца в горах. Взглянул он — море возмутилось, И вихри пламенные взвились, [И. А. Крылов. Подражание псалму 17-му (1795-1833)]

Во вторник в Черном море продолжились поиски моряков российского сухогруза «Стрелец», который в понедельник утром затонул недалеко от Турции. [Константин Гетманский. Сухогруз утонул из-за шторма // «Известия», 2003.02.03]

Этот орган зрения позволял им ориентироваться в пространстве, и медузы заселяют открытое море. [Александр Зайцев. Загадки эволюции: Краткая история глаза // «Знание — сила», 2003]

3. чего. Огромное количество, чрезвычайное обилие чего-либо.

чего. Огромное количество, чрезвычайное обилие чего-либо 3 (*подарков 1, денег 1, возможности 1*).

СИЯ – 3

[nastik_cska] Я тоже удостоилась такой возможности, посетить этот цирк. Впечатлений **море!** И я тебя очень хорошо понимаю! [Форум: Поход в цирк (2010)]

Кнопки, джойстики, рули... Оттягивался Андрей Сасиновский. Игровых программ, симулирующих вождение автомобиля, – **море**. Но играть в них с помощью клавиатуры – удовольствие сомнительное. [Андрей Сасиновский. Игровые инструменты // «Stuff», 2003.03.06]

Фразеологизмы: море по колено 3 (колено 1, по колено 2).

Не интерпретируются: нет.

Не актуально: нет.

Для выявления лексикографического значения слова *море* обратимся к Большому толковому словарю русского языка С.А. Кузнецова (Кузнецов 2000).

МОРЕ, -я; мн. -ей, -ям; ср.

1. Часть Мирового океана – большое водное пространство, ограниченное с одной или нескольких сторон сушей и отделяемое от самого океана островами или возвышенностями подводного рельефа.

2. Очень большое озеро или большой искусственный водоем.

3. Трад.-нар. О водном пространстве, отделяющем родную страну от иностранных государств.

4. кого-чего. Об обширном пространстве, занятом, заполненном кем-, чем-л.

5. чего. Огромное количество, чрезвычайное обилие кого-, чего-л.

Первое лексикографическое значение «Часть мирового океана» актуализировано в эксперименте, но не так ярко, и занимает второе место по яркости СИЯ.

Лексикографическое значение «Огромное количество чего-либо» зафиксировано и в эксперименте и также неярко выражено.

Значения «Очень большое озеро», «О водном пространстве, отделяющем родную страну от иностранных государств» и «Об обширном пространстве, занятом, заполненном кем-, чем-либо» в эксперименте не выявлены.

Однако наиболее ярко представлено значение «Место проведения отдыха, отпуска в непосредственной близости, например, песчаный пляж; чаще всего летом, когда тепло; вызывает положительные чувства и эмоции», которое не отмечается в словаре. Компонент значения «отдых» достаточно ярко выражен, зафиксировано 9 реакций, что соответствует 7% от общего числа реакций в СЭ. Следовательно, можно говорить о том, что ассоциативная связь между лексемами «море – отдых» имеет место, хотя выражена менее ярко, чем «отдых – море» (20,8% от общего числа реакций).

Исходя из вышесказанного, мы приходим к выводу, что в обыденном языковом сознании *море* чаще всего ассоциируется с возможным и желаемым местом для проведения отдыха (отпуска).

Литература

1. Акованцева Н.В. Ассоциативное поле как особый вид лексической группировки (на материале экспериментального исследования ассоциативного поля «отдых/отдыхать»): дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2022.
2. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. – СПб.: НОРИНТ, 2000.

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

И.А. Барабушка, Л.А. Кривенко (Воронеж)

Общее и различное в репрезентации топонимов в первичном и вторичном языковом сознании

Аннотация: В статье рассматриваются особенности репрезентации топонимов *Воронеж* и *Voronezh* в первичном и вторичном языковом сознании. Делается вывод о преимуществах использования ассоциативного эксперимента для изучения языковой личности.

Ключевые слова: топоним *Воронеж*, топоним *Voronezh*, первичное языковое сознание, вторичное языковое сознание, интерференция родного языка, первичная языковая личность, вторичная языковая личность, ассоциативный эксперимент.

Abstract: The paper examines the peculiarities of representation of the toponyms *Воронеж* and *Voronezh* in the primary and secondary linguistic consciousness. The advantages of using an associative experiment to study a linguistic personality are stated.

Key words: toponym *Воронеж*, toponym *Voronezh*, primary linguistic consciousness, secondary linguistic consciousness, interference of the native language, primary linguistic personality, secondary linguistic personality, associative experiment.

В современном мире билингвизм становится все более распространенным явлением, играющим значительную роль в формировании культурной и языковой идентичности индивидов. Билингвизм, или двуязычие, подразумевает использование двух языков в повседневной жизни, что может оказывать глубокое влияние на когнитивные процессы, социальное взаимодействие и личностное развитие. Важным аспектом билингвизма является концепция языковой личности, которая включает в себя не только лексические и грамматические навыки, но и эмоциональные, культурные и социальные аспекты использования языка.

Первичная языковая личность (ЯЛ1) формируется на основе родного языка и культурного контекста, в котором человек растет. Этот язык становится основой для восприятия мира и самовыражения. В отличие от первичной языковой личности, вторичная (ЯЛ2) развивается в процессе изучения второго или иностранного языка и может включать в себя элементы другой культуры и системы ценностей. Исследования показывают, что ЯЛ1 может оказывать значительное влияние на формирование ЯЛ2. Так, культурные особенности родного языка могут влиять на восприятие и использование второго языка, что в свою очередь отражается на межкультурной коммуникации.

Интерес к данной проблеме появился у нас после того, как часть наших студентов, обучающихся в бакалавриате и магистратуре в Воронежском государственном университете, приняли участие в психолингвистическом эксперименте, посвященном рассмотрению особенностей репрезентации

топонимов в сознании искусственных билингвов. В ходе эксперимента разным группам испытуемых было предложено дать ассоциации на стимулы-астионимы на родном (русском) и на иностранном (английском) языках. Рассмотрим сходства и отличия в репрезентации топонимов в первичном и вторичном языковом сознании на примере лексем *Voronezh* и *Воронеж*.

Прежде всего, было обнаружено, что признаковая часть денотативного макрокомпонента психолингвистического значения рассматриваемых лексем может быть объективирована в сознании респондентов разными семантическими признаками разной степени представленности, для описания которых были использованы **индекс представленности семантического признака** и шкала ранжирования степени выраженности исследуемых параметров (см. Барабушка, Кривенко 2023). Для количественной и качественной характеристики уникальных и совпадающих семантических признаков, выделенных у стимулов на Я1 и Я2, были введены индекс эндемичности семантических признаков и индекс совпадения семантических признаков:

Индекс эндемичности семантических признаков (ИЭСП) – отношение количества семантических признаков, выявленных на материале только одного языка, к общему количеству семантических признаков, выявленных в данном языке.

Индекс совпадения семантических признаков (ИССП) – отношение количества семантических признаков, выявленных на материале обоих языков, к общему количеству семантических признаков, выявленных в данном языке.

Результаты сопоставления признаковой части денотативного макрокомпонента значения исследуемых лексем представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Денотативный макрокомпонент психолингвистического значения			
	Семантический признак	Воронеж	Voronezh
Признаковая часть	Вид и статус топонима	+	+
	Локация	+	+
	Связь с респондентом	+	+
	Вид возможной деятельности	+	+
	Составные части объекта	+	+
	Природные условия	+	+
	Достопримечательности и символы города	+	+
	Опасность	-	+
Реляционная часть	Субъективная оценка	+	+
	Идентификация	+	+
	Мифологическая актуализация	+	+
	Актуализация прецедентных текстов	+	+

В ходе исследования было выявлено, что лексема *Воронеж* характеризуется нулевой степенью эндемичности семантических признаков в соответствии с показателем ИЭСП, равным 0, и абсолютной степенью совпадения реакций на стимул на основании показателя ИССП 100%. В свою очередь лексема *Voronezh*

обладает *низкой* степенью эндемичности семантических признаков, на что указывает показатель ИЭСП – 8,3% и *гипервысокой* степенью совпадения реакций (индекс ИССП – 91,7%). Эндемичным для англоязычного варианта топонима стал семантический параметр «Опасность», представленный такими реакциями как *accident, mafia, Mashmet*.

Также мы обратили внимание на то, что, несмотря на преимущественно совпадающие семантические признаки, составляющие денотативный макрокомпонент значения, реакции респондентов, объективирующие конкретный признак, отнюдь не идентичны. Наличие реакций, актуализированных только одной из языковых личностей (ЯЛ1 или ЯЛ2) подчеркнуло необходимость введения новых формализованных параметров для анализа и описания данного явления.

Для количественной и качественной характеристики полученных на слово-стимул реакций нами введены индекс эндемичности реакций и индекс совпадения реакций:

Индекс эндемичности реакций (ИЭР) – отношение количества эндемичных реакций, полученных на слово-стимул на данном языке, к общему количеству полученных на него разных реакций.

Индекс совпадения реакций (ИСР) – отношение количества совпадающих реакций, полученных на слово-стимул на данном языке, к общему количеству полученных на него разных реакций.

Данные проведенного анализа представлены в Таблице 2.

Исследование показало, что оба топонима имеют *значительную* степень эндемичности реакций (показатель ИЭР для топонима *Воронеж* – 53,6%, для топонима *Voronezh* – 60,6%) и *яркую* степень совпадения реакций (показатель ИСР для топонима *Воронеж* – 46,4%, для топонима *Voronezh* – 39,4%).

Совпадающими оказались реакции *город* – *city*; *дом* – *home, house*; *мой город* – *home city, my home town*; *ВГУ* – *VSU*; *университет* – *university*; *водохранилище* – *water reservoir*; *пека* – *river*; *тепло* – *warm*; *кот, котенок, кот с улицы Лизюкова* – *kitten*; *еж* – *hedgehog*; *город куража* – *Voronezh – the city of courage*.

На стимул *Воронеж* были получены такие эндемичные реакции, как: *столица Черноземья, друзья, семья, ВУЗ, мост, точка, зефир, конфеты, памятник Славы, флот, смешанные эмоции, Петр Первый, дух, городские сказки, не догонишь*. Для стимула *Voronezh* эндемичные реакции следующие: *country town, Russian Federation, birth place, hometown, homeland, my home, motherland, city for learning, state university, study, embankment, nature, summer, White Bim Black Ear, accident, mafia, Mashmet, best city ever, good, mother*.

Наличие среди реакций, полученных в ответ на англоязычный стимул, таких ассоциатов как *hedgehog* и *Voronezh – the city of courage*, по нашему мнению, является ни чем иным как примером лексической интерференции Я1 в виде калькированного перевода ассоциаций *еж* и *Воронеж – город куража* на английский язык. Данные реакции будут легко поняты местным жителем или человеком, находящимся внутри «городского контекста», но для человека со стороны не будут иметь никакого смысла. В связи с этим на основе полученных в ходе эксперимента данных для объективной характеристики влияния Я1 на Я2 представилось необходимым ввести **индекс интерференции родного языка**

(ИИРЯ), представляющий собой отношение реакций, вызванных интерференцией родного языка, к общему количеству реакций, полученных в ответ на данный стимул. Для топонима *Voronezh* показатель ИИРЯ оказался равным 6%, что указывает на *низкую* степень проявления данного явления.

Таблица 2

Денотативный макрокомпонент значения		
Признаковая часть		
Семантический признак	<i>Воронеж</i>	<i>Voronezh</i>
Вид и статус топонима	город	city, country town
Локация	столица Черноземья	Russian Federation
Связь с респондентом	дом, друзья, мой город, семья	birthplace, home, hometown, homeland, home city, house, my home, motherland, my hometown
Вид возможной деятельности	ВГУ, ВУЗ, университет	city for learning, state university, study, university, VSU
Составные части объекта	водохранилище, мост, река, точка	embankment, river, water reservoir
Природные условия	тепло	nature, summer, warm
Достопримечательности и символы города	зефир, конфеты, кот, котенок, кот с улицы Лизюкова, памятник Славы, флот	Kitten, White Bim Black Ear
Опасность	-	accident, mafia, Mashmet
Субъективная оценка	смешанные эмоции	best city ever, good
Реляционная часть		
Идентификация	Петр Первый	mother
Мифологическая актуализация	городские сказки, дух, еж	hedgehog
Актуализация прецедентных текстов	город куража, не догонишь	Voronezh – the city of courage
Количество различных реакций	28	33
Индекс эндемичности реакций	53,6%	60,6%
Индекс совпадения реакций	46,4%	39,4%

В заключение отметим, что понимание взаимосвязи между первичной и вторичной языковыми личностями является ключевым для изучения билингвизма. Это знание может помочь в разработке более эффективных методов обучения языкам, а также способствовать лучшему пониманию культурных различий и особенностей общения в многоязычных обществах. Использование в процессе изучения ЯЛ1 и ЯЛ2 результатов ассоциативного эксперимента помогает выделить ключевые признаки того или иного концепта, а

также выявить на материале вербализованных реакций степень интерференции (по крайней мере на лексическом уровне) родного языка и иностранного языков.

Литература

1. Барабушка И.А. Кривенко Л.А. Топонимы VORONEZH и ВОРОНЕЖ в языковом сознании субординативных билингвов // Сопоставительные исследования 2023. Вып. 20. – Москва: РИТМ, 2023. – С. 84-91.

Н.А. Козельская, А.А. Стеганцова (Воронеж)

Возрастные особенности ассоциативных реакций школьников

Аннотация: В статье обсуждаются результаты свободного ассоциативного эксперимента на слова-стимулы из морально-этической сферы. Выявляются возрастные особенности реагирования на основе сопоставления реакций школьников пятого и девятого класса.

Ключевые слова: свободный ассоциативный эксперимент, возрастные особенности, ассоциирование.

Abstract: The paper discusses the results of a free associative experiment on stimulus words from the moral and ethical sphere. The age-related features of the response are revealed based on a comparison of the reactions of fifth and ninth grade schoolchildren.

Key words: free associative experiment, age characteristics, association.

Обращаясь к исследованию лексикона школьника, мы исходим из того, что лексические единицы, полученные в качестве ассоциативных реакций школьников в свободном ассоциативном эксперименте, входят в лексикон современного школьника и относятся к его активному словарю.

Целью данного исследования является сравнительный анализ возрастной специфики стратегий ассоциирования на слова-стимулы, относящихся к морально-этической сфере.

Был проведен свободный ассоциативный эксперимент со школьниками пятых и девятых классов. В эксперименте приняли участие 47 учеников 5 класса и 32 ученика 9 класса МБОУ гимназии им. И.А. Бунина г. Воронежа. Участники эксперимента получали список слов и называли первое слово, которое приходит им в голову при упоминании каждого из этих слов. Затем полученные ассоциации были подвергнуты семантической интерпретации по методике И.А. Стернина (Стернин, Рудакова 2011), вычислен индекс яркости каждого значения (как отношение количества ассоциатов, вербализовавших конкретное значение к общему количеству опрошенных), сформированы психолингвистические значения и проведено сравнение понимания слов-стимулов и ассоциаций учащимися разных возрастов.

В качестве стимулов были использованы следующие слова: *бескорыстие, благородный, великодушие, высокомерие, гордыня, горе, грех, добродушие, духовный, душевность, жестокость, мечта, милосердие, мораль,*

нравственность, призвание, прощение, распущенность, совесть, тщеславие, хамство.

Представим результаты проведенного исследования.

Сопоставление психолингвистических и словарных значений позволило сделать выводы о степени понимания значения слов школьниками.

Исходя из показателей индекса яркости (учитывалось значение, приближающееся к 0,50 и выше этой цифры) лучше всего пятиклассникам известно 8 слов: *добродушие* ИЯ 0,70; *горе* – ИЯ 0,68; *милосердие* ИЯ 0,61; *душевность* ИЯ 0,57; *прощение* ИЯ 0,55; *мечта* ИЯ 0,51; *совесть* ИЯ 0,51; *жестокость* ИЯ 0,48. Девятиклассникам лучше всего известно 14 слов: *душевность* ИЯ 0,94; *жестокость* ИЯ 0,93; *добродушие* ИЯ 0,90; *хамство* ИЯ 0,90; *горе* ИЯ 0,87; *милосердие* ИЯ 0,87; *великодушие* 0,75; *благородный* ИЯ 0,72; *совесть* ИЯ 0,70; *призвание* ИЯ 0,68; *мораль* ИЯ 0,65; *высокомерие* ИЯ 0,60; *грех* ИЯ 0,50. Таким образом, девятиклассниками хорошо известны 56% слов из предъявленных, а пятиклассниками – 32% слов.

Обращает на себя внимание более высокий индекс яркости у значений, сформированных на основе АП девятиклассников. Это свидетельствует о том, что степень знания семантики абстрактных слов заметно повысилась у старшеклассников, по сравнению с пятиклассниками.

Наиболее слабое знание семантики слов определялось по ИЯ с числовым значением ниже 0,20. Для пятиклассников это слово *тщеславие* ИЯ 0,17, у девятиклассников таких слов не обнаружено.

Выявились также ложные, неверные смыслы, которые у пятиклассников вызывают 8 слов-стимулов: *призвание* – призыв в армию ИЯ 0,29; *бескорыстие* – отсутствие вины ИЯ 0,04; *благородный* – умеющий благодарить ИЯ 0,20; *высокомерный* – благородный ИЯ 0,02; *нравственность* – производящий приятное впечатление ИЯ 0,30; *хамство* – употребление обценной лексики ИЯ 0,12; *распушенность* – о волосах ИЯ 0,36; несобранность ИЯ 0,08; *тщеславие* – тщательность ИЯ 0,06. У девятиклассников такие значения есть только у одного слова: *тщеславие* – желание обладать материальными благами ИЯ 0,15; проявление злости ИЯ 0,09.

У школьников и пятого, и девятого класса отмечаются реакции, семантически далеко отстоящими от слова-стимула, хотя и относящимися к сфере морально-этической лексики. Это одно из свидетельств неполноты знания, проявление недифференцированности значения слова в сознании. Например, *гордыня* связано в сознании пятиклассников с понятием «гордость» (ИЯ 0,36) и рядом отрицательных черт характера (алчность, тщеславие, хамство, эгоизм и др.) ИЯ 0,20, а ассоциаты, объективирующие главный компонент значения «преувеличенно высокое мнение о себе» имеют ИЯ 0,06.

Милосердие толкуется пятиклассниками на основе понятий доброты, любви и помощи: проявление доброты на деле, готовность помочь – ИЯ 0,61.

Нечто похожее наблюдается в осмыслении понятия *милосердие* и девятиклассниками: готовность бескорыстно помогать, способность прощать, которая проявляется близкими из добрых чувств, сострадания, человечности – ИЯ 0,87. Если в словарном значении причиной помощи указано сострадание и снисхождение, то в психолингвистическом доминирует доброта (ИЯ этого

компонента значения 0,50). Таким образом, можно утверждать, что испытуемые в целом имеют представление о действиях, которые подразумевает милосердие, но не вполне ясно представляют мотивы милосердной помощи.

В понимании некоторых слов и пятиклассниками, и девятиклассниками актуальным оказывается не первое словарное значение, а более конкретное, знакомое ученикам по учебной практике значение, которое указано в БТС вторым.

Обратимся к словарному значению слова «мораль»: «1. <...> 2. Нравственный вывод, урок из чего-л. *М. басни. Найти м. в чьем-л. рассказе.*

Сравним с психолингвистическим значением.

У пятиклассников:

Основная мысль 10 (*смысл 6, основная мысль 2, мысль 1, суть 1*), поучительный вывод 7 (*вывод 5, морально хорошо 1, это то что учит человека 1*), обычно из басни 3 (*басня 1, книга 1, такова 1*). ИЯ 0,42.

У девятиклассников:

Нравственный вывод, урок 12 (*вывод 5, выводы 1, мысль 2, правильная мысль 2, нравственный урок 1, осознание 1*), обычно из басни 9 (*басня 7, басни 1, басни Крылова 1*). ИЯ 0,65.

Наш материал позволяет также сделать некоторые наблюдения над возрастными особенностями реагирования пятиклассников и девятиклассников.

Характерной стратегией реагирования у пятиклассников оказывается использование однокоренных слов, что можно условно назвать словообразовательными реакциями. Например, у стимула «призвание» ассоциаты обозначают действие по глаголу «звать» 4 (*звать 1, зов 1, зовут 1, позвать 1*) ИЯ 0,08; «душевность» – 12 (*душа 11, душевный 1*) ИЯ 0,27; «хамство» – 6 (*хам 2, хамить 2, хамка 1, хамло 1*) ИЯ 0,12.

У сложных слов типичным является разложение на составляющие корневые морфемы: «великодушие» – 18 (*великая душа 7, душа 4, великий 3, великие 2, великий душой 2*) ИЯ 0,38; «высокомерие» – 9 (*высокий 2, высоко 2, высокая 1, высокие 1, высоко мерить 1, меры 1*) ИЯ 0,2; «добродушие» – 10 (*добрая душа 9, душа 1*) ИЯ 0,21; «милосердие» – 9 (*сердце 4, милое сердце 2, милосерд 1, милая 1, милость 1*) ИЯ 0,20. Для девятиклассников словообразовательные реакции не характерны, их практически нет.

Нередко учащиеся 5-х классов дают фонетические реакции, т.е. реакции, в которых есть созвучие между словом-стимулом и словом-реакцией, но не выражено (или очень слабо выражено) семантическое обоснование ассоциации. Например: *нравственность* – 10 (*нравиться 10*); *совесть* – 3 (*сова 2, весть 1*); *тщеславие* – 3 (*тщательность 1, тщедушие 1, считать 1*); *гордыня* – 2 (*богиня 2*); *горе* – 1 (*море 1*); *грех* – 1 (*гречка 1*); *душевность* – 1 (*душить 1*); *духовный* – 1 (*духовка 1*); *призвание* – 1 (*приз 1*); *благородный* – 1 (*благодарный 1*). У девятиклассников нет таких реакций.

Только у пятиклассников практически в ассоциативном поле каждого слова наблюдаются эхо-реакции, т.е. реакции, совпадающие со словом-стимулом.

Еще одной особенностью ассоциирования у пятиклассников является значительное количество не интерпретируемых реакций. Например, на слова «бескорыстие» – 8 (*бездумие 1, быстрый 1, грусть 1, дух 1, крыса 1, нет шансов*

1, слух 1, укрытие 1) ИЯ 0,17; «тщеславие» – 9 (не знаю 2, счастье 2, деньги 1, слово 1, честные слова 1, щедрость 1) ИЯ 0,20; «нравственность» – 7 (дождь 1, кактус 1, автобус 1, палец 1, цвет 1, труба 1, тюльпан 1) ИЯ 0,14; «прощение» – 4 (легко 1, лето 1, пока 1, ум 1) ИЯ 0,08.

Рассмотрим особенности ассоциативных реакций девятиклассников.

Эксперимент показал, что лексикон старших школьников выделяется количеством и разнообразием лексических единиц с абстрактной семантикой морально-этической сферы. Сравним: реакции пятиклассников на слово «нравственность»: *любовь, пустота, вера, добро, красота, милость, эмоции, чувства* – 8 ответов, разрозненных по семантике, и ответы девятиклассников: *воспитание, правильность, религия, вера, выбор, добродушие, духовность, мораль, православие, учение, чувства, человечность* – 12 тематически близких реакций.

В ответах девятиклассников заметно больше абстрактной лексики, обозначающей родовую принадлежность тех или иных слов-стимулов, называющих моральные понятия. Например: *благородный – качество; добродушие – качество; мораль – учение; жестокость – чувство; совесть – способность; милосердие – особая способность.*

Отмечены реакции-опозиты, которых нет у пятиклассников: *гордыня – смирение; жестокость – добродушие, мир; горе – радость; хамство – воспитанность.*

Отличительной чертой реагирования старшеклассников является яркая эмоциональность и оценочность ассоциатов, гораздо более частотно выраженная, чем у пятиклассников. Например: *высокомерие – 7 (грех 3, кошмар 1, мерзкий 1, мрак 1, плохо 1); жестокость – 4 (мерзость 1, омерзительный 1, плохо 1, ужас 1); хамство – 7 (грех 2, грязь 2, зло 1, мерзость 1, непозволительность 1), тщеславие – 2 (плохое 1, ужас 1) – у пятиклассников нет; гордыня, 9 класс – 4 (плохой поступок 2, зло 1, ужас 1), 5 класс – 2 (плохо 1, плохой человек 1).*

Обращает на себя внимание и заметная представленность в ассоциатах девятиклассников реакций-персонификаторов – примеров, называющих типичных носителей тех или иных качеств. Например: *благородный – рыцарь 4, герой 2, защитник родины 1, принц 1, учитель 1, царь 1, воин 1; добродушие – девушка 1, мама 1, семья 1, сестра 1; великодушие – герой 2, король 1, сильный человек 1.*

Заметим также, что у девятиклассников в реакциях представлены прецедентные тексты, в отличие от пятиклассников: *басни Крылова, Раскольников* (роман Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание»), *Горе от ума* (пьеса А.С. Грибоедова «Горе от ума»), *пророк* (стихотворение А.С. Пушкина «Пророк»).

В перечисленных особенностях ассоциирования старшеклассников получает отражение переход школьников на более высокую ступень образования, расширение социального опыта, сформированность определенных интересов.

Таким образом, исследование того, как учащиеся знают и понимают лексику морально-этической сферы, позволяет получить представление о содержании и динамике формирования их концептосферы. Возрастные различия в содержании

абстрактных лексем отмечены у большинства исследованных слов. Это свидетельствует о том, что данные значения находятся в состоянии активного становления в языковом сознании детей.

Литература

1. БТС – Большой толковый словарь русского языка. – СПб.: Норинт, 1998.
2. Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение и его описание. Теоретические проблемы. – LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011.

А.В. Рудакова, А.В. Попова (Воронеж)

Семантическая структура ассоциативных полей фразеологических единиц русского языка

Аннотация: В статье представлено описание семантической структуры ассоциативных полей фразеологических выражений, восходящих к древнегреческим мифам и преданиям. С помощью методики семантического гештальта выделены наиболее актуальные зоны ассоциативных полей.

Ключевые слова: семантика, семантический гештальт, фразеологический оборот, ассоциативный эксперимент.

Abstract: The paper describes the semantic structure of associative fields of phraseological units dating back to ancient Greek myths and legends. Using the semantic gestalt technique, the most relevant areas of associative fields are identified.

Key words: semantics, semantic gestalt, phraseological unit, associative experiment.

Исследование семантики фразеологических единиц обычно осуществляется с помощью изучения их контекстного употребления. В данном исследовании описывается ассоциативное значение фразеологических сочетаний в языковом сознании носителей русского языка.

Материалом исследования послужили 25 фразеологических единиц, этимологически восходящих к древнегреческим мифам и преданиям; данные толковых, фразеологических и иных словарей русского языка; результаты свободного ассоциативного эксперимента.

На первом этапе исследования был проведен свободный ассоциативный эксперимент со 100 и более испытуемыми в возрасте от 15 до 67 лет. Среди них большая часть – студенты разных факультетов Воронежского государственного университета, а также школьники, инженеры, художники, литературные редакторы, менеджеры, экономисты и др. Среди испытуемых две трети – женщины, одна треть мужчины, родной язык – русский. Форма эксперимента – письменный опрос. Результаты ассоциативного эксперимента представлены в (Рудакова, Попова 2024).

Выделим актуальные зоны значений устойчивых выражений, используя метод семантического гештальта Ю.Н. Караулова (Караулов 2000, с. 191–206): КТО, ЧТО, КАКОЙ, ДЕЙСТВИЕ, ГДЕ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, ИНСТРУМЕНТ, СОСТОЯНИЕ, КОЛИЧЕСТВО.

АВГИЕВЫ КОНЮШНИ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 11, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,40. Наиболее частотная реакция *грязь* (13 реакций) имеет индекс яркости 0,10. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) КАКОЙ – грязный 0,14; 2) ЧТО – беспорядок 0,10; 3) КТО – Геракл 0,05, кони 0,10; 4) ГДЕ – конюшни 0,02. Две первые группы – КАКОЙ и ЧТО – относятся к фразеологическому значению «Там, где грязно и беспорядок» (СИЯ 0,24). Группы – КТО и ГДЕ – отсылают нас к древнегреческому герою – Гераклу, который очистил конюшни (СИЯ 0,17).

АХИЛЛЕСОВА ПЯТА (135 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 14, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,70. Наиболее частотная реакция *слабое место* (30 реакций) имеет индекс яркости 0,22. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) КАКОЙ – слабый, уязвимый 0,51; 2) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЯ – боль 0,05; 3) ЧТО – пятка 0,02; гора 0,02; 4) КТО – Ахиллес 0,02; Гомер 0,02; 5) ГДЕ – Греция 0,02; зарубежная литература 0,02; миф 0,02; 6) ИНСТРУМЕНТ – копье 0,02. Группа КАКОЙ (СИЯ 0,51) соотносится с фразеологическим значением «Слабое, уязвимое место», к мифологическим представлениям могут быть отнесены группы ОБЪЕКТ, КТО, ГДЕ, ИНСТРУМЕНТ (СИЯ 0,08). Группа ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ включает указание на чувство боли, вызываемое ударом копья в пятку древнегреческого героя (СИЯ 0,05). В группе ОБЪЕКТ актуализировано значение «Основание горы» (СИЯ 0,02).

ВЕЩАЯ КАССАНДРА (136 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 11, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,32. Наиболее частотная реакция *предсказание* (14 реакций) имеет индекс яркости 0,10. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ДЕЙСТВИЕ – предсказывать 0,16; 2) КТО – пророк 0,02; 3) ЧТО – несчастье 0,03; будущее 0,09; 4) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – недоверие 0,02; 5) ГДЕ – Троя 0,02; сказка 0,02. Большая часть групп относится к фразеологическому значению – ДЕЙСТВИЕ, КТО, ЧТО (СИЯ 0,30). Группа ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ актуализирует отношение к предсказанию в мифе (СИЯ 0,05), что подтверждается информацией, приведенной во фразеологических словарях: «предсказывает события, кажущиеся маловероятными», «встречает недоверие». Группа «ГДЕ» вербализует метаязыковые знания носителей языка (является сказкой, мифом) и представления о месте, где происходит действие, описанное в мифе (Троя).

ДАМОКЛОВ МЕЧ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 13, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,42. Наиболее частотная реакция *угроза* (14 реакций) имеет индекс яркости 0,11. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – угроза, опасность 0,22; 2) ЧТО – война 0,03; 3) ИНСТРУМЕНТ – меч 0,07, оружие 0,02; щит 0,02; 4) КТО – Дионисий 0,02; тиран 0,02; 5) КАКОЙ – сильный 0,02. Фразеологическое значение представлено группой ЧУВСТВО/ ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,24) – угроза, опасность, нависшая над кем-то. К мифологическому значению относятся группы КТО, ИНСТРУМЕНТ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – тиран Дионисий, приказавший

повесить меч над Дамоклом (СИЯ 0,35). Значение «Оружие, используемое во время войны» представлено группами ЧТО, ИНСТРУМЕНТ, КАКОЙ (СИЯ 0,16).

ДАРЫ ДАНАЙЦЕВ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 12, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,38. Наиболее частотные реакции *подарки* (7 реакций), *подарок* (6 реакций) и *предательство* (6 реакций) имеют индекс яркости 0,06 и 0,05 соответственно. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – подарок 0,19; фрукты 0,02; 2) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – опасность 0,07, боязнь, страх 0,01; 3) КАКОЙ – коварный 0,05; 4) ДЕЙСТВИЕ – предать 0,05, обмануть 0,04. Фразеологическое значение представлено группой ЧТО, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,27) – опасный подарок, вызывающий страх. К мифологическому значению относятся группы ЧТО, КАКОЙ, ДЕЙСТВИЕ – предательство, обман данайцев в виде подарка, преподнесенного ими троянцам (СИЯ 0,33). Значение «Подарок в виде фруктов» вербализовано группой ЧТО (СИЯ 0,02).

ЗОЛОТОЕ РУНО (85 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 11, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,42. Наиболее частотная реакция *богатство* (9 реакций) имеет индекс яркости 0,11. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – богатство 0,15; овечья шкура 0,09; 2) КАКОЙ – ценный 0,05, золотой 0,07; 3) КТО – Ясон 0,04, аргонавты 0,02; 4) ГДЕ – миф 0,02. Группы ЧТО, КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Нечто ценное, богатство» (СИЯ 0,27). Мифологические представления о Ясоне и аргонавтах, похитивших золотую овечью шкуру, актуализированы группами ЧТО, КТО, КАКОЙ (СИЯ 0,27). В группе ГДЕ вербализованы метаязыковые знания опрошенных (описывается в мифе) об источнике данного выражения (СИЯ 0,02).

КАНУТЬ В ЛЕТУ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 12, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,64. Наиболее частотная реакция *исчезнуть* (26 реакций) имеет индекс яркости 0,20. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ДЕЙСТВИЕ – исчезнуть, пропасть 0,42; уйти 0,02; 2) СОСТОЯНИЕ – забвение 0,18; остаться в прошлом 0,02. Обе группы ДЕЙСТВИЕ и СОСТОЯНИЕ вербализуют фразеологическое значение «Исчезнуть, быть забытым» (СИЯ 0,64).

МЕЖДУ СЦИЛЛОЙ И ХАРИБДОЙ (136 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 17, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,34. Наиболее частотная реакция *между двух огней* (9 реакций) имеет индекс яркости 0,07. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ГДЕ – посередине 0,04; между двух опасностей 0,12; далеко 0,02; в безвыходной ситуации 0,06; в проливе 0,02; 2) КАКОЙ – сложный 0,02; вечный 0,02; 3) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – опасность 0,04; 4) ДЕЙСТВИЕ – выбирать 0,06; враждовать 0,02. Все четыре группы ГДЕ, КАКОЙ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ и ДЕЙСТВИЕ соотносятся с фразеологическим значением «Находиться в безвыходной, безнадежной ситуации» (СИЯ 0,32). Мифологические представления о ситуации, в которую попал Одиссей со своими спутниками, актуализированы группами ГДЕ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, КАКОЙ

(СИЯ 0,30). В группе ГДЕ вербализован смысл *далеко*, который является ложным, также в группе ДЕЙСТВИЕ отмечен еще один ложный признак *враждовать*.

НЕКТАР И АМБРОЗИЯ (80 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 8, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,31. Наиболее частотная реакция *пища богов* (9 реакций) имеет индекс яркости 0,11. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – пища 0,11; трава 0,04; 2) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – наслаждение 0,04; запах 0,03; аллергия 0,03; 3) КТО – пчела 0,03; 4) КАКОЙ – сладкий 0,03; противоположный 0,03. Группы ЧТО, КАКОЙ и ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ соотносятся с фразеологическим значением «Пища, сладкая, ароматная, вызывающая наслаждение» (СИЯ 0,21). Мифологические представления связаны только с группой ЧТО – «Пища богов» (СИЯ 0,11). Значение «Растения, которые могут вызвать аллергию» представлены группами ЧТО, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,07). Значение «Нектар, собранный пчелами» вербализовано группами ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, КТО, КАКОЙ (СИЯ 0,09). Значение «Противоположные понятия» представлено группой КАКОЙ (СИЯ).

НИТЬ АРИАДНЫ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 17, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,46. Наиболее частотные реакции *спасение* (7 реакций) и *путь* (6 реакций) имеют индекс яркости 0,06 и 0,05 соответственно. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ДЕЙСТВИЕ – спасать 0,06; помогать 0,03; находить решение 0,05; связывать 0,02; шить 0,02; 2) ЧТО – путь 0,06; судьба 0,04; выход 0,02; 3) ИНСТРУМЕНТ – клубок ниток 0,08; 4) ГДЕ – в лабиринте 0,06; 5) КТО – Минотавр 0,05; Ариана Гранде 0,02; девушка 0,02. Группа ДЕЙСТВИЕ соотносится с фразеологическим значением «Что-то, что помогает найти решение» (СИЯ 0,14). Отдельно отметим признак «судьба», отнесенный к группе ЧТО и ассоциативно связанный с выбором решения, который может стать судьбоносным. Мифологические представления о девушке Ариадне, которая помогла герою выбраться из лабиринта Минотавра при помощи клубка нитей, связаны с группами ДЕЙСТВИЕ, ЧТО, ИНСТРУМЕНТ, ГДЕ и КТО (СИЯ 0,38). Значение «Нить» представлены группами ДЕЙСТВИЕ, ЧТО, ИНСТРУМЕНТ (СИЯ 0,12). Также в группе КТО отмечена персонификация – Ариана Гранде, в данном случае имя певицы фонетически близко имени мифической героини – Ариадны.

ОБЪЯТИЯ МОРФЕЯ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 5, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,68. Наиболее частотная реакция *сон* (74 реакций) имеет индекс яркости 0,59. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) СОСТОЯНИЕ – сон 0,65; смерть 0,02; 2) КАКОЙ – сладкий 0,02; крепкий 0,02. Обе группы СОСТОЯНИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Сон, сладкий, крепкий» (СИЯ 0,69). Значение «Смерть» представлена группой СОСТОЯНИЕ, это значение соотносится с представлениями древних греков о сне как временной смерти (СИЯ 0,02).

ПЕТЬ ДИФИРАМБЫ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 11, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,59. Наиболее частотная реакция *восхвалять* (30 реакций) имеет индекс яркости 0,23. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ДЕЙСТВИЕ – восхвалять 0,38; лстить 0,16; обманывать 0,03; 2) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – восхищение 0,02. Обе группы ДЕЙСТВИЕ и ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ соотносятся с фразеологическим значением «Неумеренно восхвалять кого-то, демонстрируя восхищение» (СИЯ 0,59).

ПИРРОВА ПОБЕДА (136 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 14, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,18. Наиболее частотные реакции *пир* (5 реакций) и *нечестная победа* (4 реакции) имеют индекс яркости 0,04 и 0,03 соответственно. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) СОСТОЯНИЕ – победа 0,09; проигрыш 0,02; 2) КАКОЙ – нечестный 0,03; неудачный 0,02; имеющий высокую цену 0,03; 3) ЧТО – война 0,02; праздник 0,07; огонь 0,02; 4) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – радость 0,03. Группы СОСТОЯНИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Победа высокой ценой, равносильная проигрышу» (СИЯ 0,14). Отметим признаки «нечестный» и «неудачный», отнесенные к группе КАКОЙ, которые могут быть признаны ложными. Мифологические представления о войне, завершившейся победой, которая имела слишком высокую цену и была равноценна проигрышу, связаны с группами СОСТОЯНИЕ, КАКОЙ, ЧТО (СИЯ 0,16). Значение «Праздник, вызывающий радость» представлено группами ЧТО и ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,10). Также в группе ЧТО отмечен признак «огонь», фонетически связанный с греческим именем Пирр (греч. Πύρρος – «огненный, рыжий» от πῦρ – «огонь, жар» например, *пиротехника*).

БЫТЬ ПОД ЭГИДОЙ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 11, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,41. Наиболее частотная реакция *покровительство* (14 реакций) имеет индекс яркости 0,11. Все неединичные реакции могут быть отнесены к одной семантической группе: СОСТОЯНИЕ – быть под покровительством 0,26. Фразеологическое значение «Находиться под защитой, покровительством кого-либо» представлено только одной группой СОСТОЯНИЕ (СИЯ 0,41).

ПРОКРУСТОВО ЛОЖЕ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 8, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,24. Наиболее частотные реакции *кровать* (8 реакций) и *жесткие границы* (7 реакций) имеют индекс яркости 0,06. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – кровать 0,08; 2) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – боль 0,02; неудобство 0,02; 3) СОСТОЯНИЕ – безделье 0,02; 4) ДЕЙСТВИЕ – ограничивать 0,10; издавать хруст 0,02; 5) КАКОЙ – жесткий 0,06. Группы ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Жесткие рамки, границы» (СИЯ 0,16). Мифологические представления о ложе, на которое клали человека, в случае несоответствия размеру ложа Прокруст вытягивал или обрубал ноги, что приводило к боли, связаны с группами ЧТО, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ и ДЕЙСТВИЕ (СИЯ 0,20). Значение «Неудобная кровать» представлено группами

ЧТО и ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,10). Отмечен также признак «безделье», соотносимый с семьей «кровать». Также в группе ЧТО отмечен семантический признак «издавать хруст», фонетически близкий прозвищу Прокруст.

ПРОМЕТЕЕВ ОГОНЬ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 15, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,31. Наиболее частотная реакция *надежда* (6 реакций) имеет индекс яркости 0,05. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – огонь 0,04; знания 0,03; печень 0,02; 2) ДЕЙСТВИЕ – дарить 0,03; спасать 0,03; помогать 0,02; наказывать 0,02; открыть 0,02; 3) КАКОЙ – благородный 0,02; 4) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – страдание 0,02; тепло 0,02; 5) СОСТОЯНИЕ – надежда 0,05; стремление 0,02. Группы СОСТОЯНИЕ, ЧТО, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Стремление к достижению благородных целей, например, просвещение» (СИЯ 0,19). Мифологические представления о Прометее, который подарил людям огонь, тепло, за что был наказан и испытывал страдания, связаны с группами ЧТО, ДЕЙСТВИЕ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,15).

РОГ ИЗОБИЛИЯ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 13, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,51. Наиболее частотная реакция *богатство* (20 реакций) имеет индекс яркости 0,15. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – богатство 0,28; еда 0,04; пир 0,02; фрукты 0,02; виноград 0,02; 2) КОЛИЧЕСТВО – много 0,11; 3) ДЕЙСТВИЕ – выбирать 0,02; издавать звук 0,02; 4) КАКОЙ – плодородный 0,03. Группы ЧТО, КОЛИЧЕСТВО, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Источник неисчерпаемого обилия чего-либо» (СИЯ 0,48). Мифологические представления о сосуде с большим количеством фруктов, винограда, еды во время пира, связаны с группами ЧТО, КОЛИЧЕСТВО, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,26). Признак «издавать звук» соотносится со словом «рог» в значении «музыкальный или сигнальный инструмент».

СИЗИФОВ ТРУД (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 19, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,47. Наиболее частотная реакция *бесполезный труд* (13 реакций) имеет индекс яркости 0,10. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) КАКОЙ – бесполезный 0,34; тяжелый 0,09; 2) ДЕЙСТВИЕ – работать 0,29; 3) ЧТО – камень 0,03. Группы ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Бесполезная, тяжелая работа» (СИЯ 0,72). Мифологические представления о Сизифе, который в качестве наказания был вынужден закатывать тяжелый камень на гору, с которой камень скатывался вниз, связаны с группами ЧТО, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,75).

СЛАВА ГЕРОСТРАТА (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 12, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,22. Наиболее частотная реакция *позор* (5 реакций) имеет индекс яркости 0,04. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – позор, стыд 0,06; 2) КАКОЙ – вечный 0,02; известный 0,09; не имеющий ценности 0,02; плохой 0,04; 3) КТО – бог 0,02;

4) ДЕЙСТВИЕ – разрушать 0,03; помнить 0,02; хвалить 0,02. Группы ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Позорная известность разрушителя» (СИЯ 0,28). Мифологические представления о Герострате, разрушившем храм богини Артемиды и приобретшем позорную, вечную известность, связаны с группами ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, КТО, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,32).

ТАНТАЛОВЫ МУКИ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 12, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,30. Наиболее частотная реакция *страдания* (8 реакций) имеет индекс яркости 0,06. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – страдание, мучение 0,18; боль 0,04; печаль 0,02; 2) КАКОЙ – сильный 0,04; бесполезный 0,02; 3) ДЕЙСТВИЕ – наказывать 0,04; приложить усилия 0,02; 4) СОСТОЯНИЕ – болезнь 0,02. Группы ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Сильные мучения, вызванные невозможностью достичь желаемого, бесполезностью усилий» (СИЯ 0,26). Мифологические представления о наказанном человеке, который не мог достичь желаемого и испытывал сильные мучения, связаны с группами ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,30). Значение «Сильные мучения из-за болезни или какого-либо несчастья» представлено группами ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, СОСТОЯНИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,30).

ТИТАНИЧЕСКИЙ ТРУД (75 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 8, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,25. Наиболее частотные реакции *огромный труд*, *тяжелая работа* и *тяжелый* (3 реакции) имеют индекс яркости 0,04. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ДЕЙСТВИЕ – работать 0,11; 2) КАКОЙ – тяжелый 0,23; сложный 0,03. Группы ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Тяжелая, сложная работа» (СИЯ 0,37). Мифологические представления о тяжелой работе титанов, которые были осуждены держать небесный свод, связаны с группами ДЕЙСТВИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,34).

ТРОЯНСКИЙ КОНЬ (131 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 15, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,53. Наиболее частотная реакция *обман* (19 реакций) имеет индекс яркости 0,15. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ДЕЙСТВИЕ – обманывать 0,16; 2) КАКОЙ – хитрый 0,26; деревянный 0,02; 3) ЧТО – война 0,04; стратегия 0,04; вирус 0,02; 4) КТО – враги 0,02; 5) ГДЕ – Троя 0,02; 6) СОСТОЯНИЕ – победа 0,02. Группы ДЕЙСТВИЕ, КТО, ЧТО, СОСТОЯНИЕ и КАКОЙ соотносятся с фразеологическим значением «Коварный замысел, хитрая ловушка, чтобы победить врага» (СИЯ 0,50). Мифологические представления о коварном подарке троянцам в виде деревянного коня, во время войны, с целью победить, связаны с группами ДЕЙСТВИЕ, ЧТО, КТО, ГДЕ, СОСТОЯНИЕ и КАКОЙ (СИЯ 0,58). Значение «компьютерный вирус» представлен группой ЧТО (СИЯ 0,02).

УЗЫ ГИМЕНЕЯ (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 9, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,45. Наиболее частотная реакция *брак* (28 реакций) имеет индекс яркости 0,22. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) ЧТО – брак 0,34; 2) **ДЕЙСТВИЕ** – связывать 0,03; сковывать 0,06; 3) КТО – семья 0,02; 4) **КАКОЙ** – крепкий 0,02; 5) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – любовь 0,02. Группы **ДЕЙСТВИЕ**, КТО, ЧТО, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ и **КАКОЙ** соотносятся с фразеологическим значением «Супружество, брачный союз влюбленных», бывает крепким (СИЯ 0,49). Мифологические представления о боге Гименее, который соединял влюбленных, связаны с группами **ДЕЙСТВИЕ**, КТО, ЧТО, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ и **КАКОЙ** (СИЯ 0,49).

ЯБЛОКО РАЗДОРА (125 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 16, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,54. Наиболее частотная реакция *ссора* (19 реакций) имеет индекс яркости 0,39. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) СОСТОЯНИЕ – ссора 0,37; развод 0,02; 2) ЧТО – причина 0,16; яблоко 0,03; война 0,02; 3) КТО – Адам и Ева 0,02; Афродита 0,02; Эрида 0,02; змей 0,02; 4) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – грусть 0,02. Группы СОСТОЯНИЕ, ЧТО и ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ соотносятся с фразеологическим значением «Причина ссоры, конфликта, приводит к грусти» (СИЯ 0,55). С группами СОСТОЯНИЕ, КТО, ЧТО связаны мифологические представления о яблоке, брошенном Эридой трем богиням, чтобы их поссорить; Парис отдал яблоко Афродите, что привело к началу войны (СИЯ 0,46). Значение «Развод, причиной которого стала ссора, приводит к грусти» представлено группами СОСТОЯНИЕ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ (СИЯ 0,04). Отметим группу ассоциатов, связанных с библейским сюжетом о грехопадении первых людей – змей предложил Еве райское яблоко, которым она угостила Адама: ЧТО и КТО (СИЯ 0,07).

ЯЩИК ПАНДОРЫ (130 ии). Общее количество разных неединичных реакций – 14, индекс яркости всех неединичных реакций – 0,32. Наиболее частотные реакции *загадка*, *зло* и *неизвестность* (5 реакций) имеют индекс яркости 0,04. Все неединичные реакции могут быть поделены на следующие семантические группы: 1) **КАКОЙ** – тайный 0,09; неизвестный 0,05; 2) ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ – опасность 0,02; 3) **ДЕЙСТВИЕ** – искушать 0,02; 4) ЧТО – неприятное событие 0,11; шкатулка 0,02; сокровища 0,02. Группы ЧТО и ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ соотносятся с фразеологическим значением «Источник несчастий» (СИЯ 0,13). Мифологические представления об искушенной любопытством Пандоре, открывшей ларец с несчастьями, связаны с группами **КАКОЙ**, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, **ДЕЙСТВИЕ**, ЧТО (СИЯ 0,31). Значение «Шкатулка с неизвестным, тайным содержимым, например, сокровищем» представлено группами ЧТО и **КАКОЙ** (СИЯ 0,18).

Анализ неединичных ассоциативных реакций полей стимулов – фразеологических оборотов, восходящих к древнегреческим мифам и преданиям, с помощью семантического гештальта позволил выделить девять семантических групп: КТО, ЧТО, **КАКОЙ**, **ДЕЙСТВИЕ**, ГДЕ, ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ, ИНСТРУМЕНТ, СОСТОЯНИЕ, КОЛИЧЕСТВО.

Группа **ДЕЙСТВИЕ** была выявлена в ассоциативных полях 16 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 2,60. Наиболее высокий индекс яркости обнаружен в полях таких устойчивых выражений, как: ПЕТЬ ДИФИРАМБЫ (0,57), КАНУТЬ В ЛЕТУ (0,44), СИЗИФОВ ТРУД (0,29), у остальных ФЕ – 0,18 и менее.

Группа **КАКОЙ** была выявлена в ассоциативных полях 19 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 2,53. Наиболее высокий индекс яркости обнаружен в полях таких устойчивых выражений, как: АХИЛЛЕСОВА ПЯТА (0,51), СИЗИФОВ ТРУД (0,43), ТРОЯНСКИЙ КОНЬ (0,28), ТИТАНИЧЕСКИЙ ТРУД (0,26), у остальных ФЕ – 0,17 и менее.

Группа **ЧТО** была выявлена в ассоциативных полях 17 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 2,50. Наиболее высокий индекс яркости обнаружен в полях таких устойчивых выражений, как: РОГ ИЗОБИЛИЯ (0,38), УЗЫ ГИМЕНЕЯ (0,34), ЗОЛОТОЕ РУНО (0,24), ДАРЫ ДАНАЙЦЕВ (0,21), ЯБЛОКО РАЗДОРА (0,21), у остальных ФЕ – 0,15 и менее.

Группа **СОСТОЯНИЕ** была выявлена в ассоциативных полях 8 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 1,89. Наиболее высокий индекс яркости обнаружен в полях таких устойчивых выражений, как: ОБЪЯТИЯ МОРФЕЯ (0,67), БЫТЬ ПОД ЭГИДОЙ (0,41), ЯБЛОКО РАЗДОРА (0,39), у остальных ФЕ – 0,20 и менее.

Группа **ЧУВСТВО/ОЩУЩЕНИЕ** была выявлена в ассоциативных полях 15 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 1,02. Наиболее высокий индекс яркости обнаружен в полях таких устойчивых выражений, как: ДАМОКЛОВ МЕЧ (0,24), ТАНТАЛОВЫ МУКИ (0,24), у остальных ФЕ – 0,10 и менее.

Группа **КТО** была выявлена в ассоциативных полях 11 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 0,55. Наиболее высокий индекс яркости обнаружен в полях таких устойчивых выражений, как: АВГИЕВЫ КОНЮШНИ (0,15), НИТЬ АРИАДНЫ (0,09), ЯБЛОКО РАЗДОРА (0,08), у остальных ФЕ – 0,04 и менее.

Группа **ГДЕ** была выявлена в ассоциативных полях 7 устойчивых выражений. Общий индекс яркости данной группы составляет 0,48. Наиболее высокий индекс яркости выявлен у выражения МЕЖДУ СЦИЛЛОЙ И ХАРИБДОЙ (0,26), у остальных ФЕ – 0,06 и менее.

Группа **ИНСТРУМЕНТ** была выявлена в ассоциативных полях 3 устойчивых выражения: АХИЛЛЕСОВА ПЯТА (0,02), ДАМОКЛОВ МЕЧ (0,11), НИТЬ АРИАДНЫ (0,08). Общий индекс яркости данной группы составляет 0,21.

Группа **КОЛИЧЕСТВО** представлена в ассоциативном поле только одной ФЕ – РОГ ИЗОБИЛИЯ (0,11).

Таким образом, анализ ассоциаций стимулов – ФЕ – с помощью методики семантического гештальта Ю.Н. Караулова дает возможность описать структуру ассоциативных полей устойчивых выражений, выделить наиболее яркие зоны каждого поля, определить наиболее актуальные.

Литература

1. Караулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-

вербальной цепи // Языковое сознание и образ мира: сборник статей / отв. ред. Н.В. Уфимцева – М., 2000. – С. 191–206.

2. Рудакова А.В. О принципах лексикографической фиксации семантики устойчивых сочетаний во Фразеологическом психолингвистическом толковом словаре русского языка // Русский лингвистический бюллетень. – 2024. – № 1. – С. 1-5.

3. Рудакова А.В., Попова А.В. Фразеологический психолингвистический словарь русского языка. – Москва: Издательство ООО «РИТМ», 2024.

Е.А. Северина (Саратов)

Ассоциативные связи лексических единиц ЛСГ «Сверхъестественные существа в религиозных культурах»

Аннотация: В статье представлен анализ ассоциативных связей лексических единиц, входящих в состав ЛСГ «Сверхъестественные существа в религиозных культурах». Выявлены основные группы и особенности ассоциативных реакций на эти единицы.

Ключевые слова: вербальные ассоциации, лексико-семантическая группа, наименования сверхъестественных существ.

Abstract: The paper presents the result of the associative data analysis of lexical units of the lexico-semantic group «Supernatural creatures in religious cultures». The main groups and features of associative reactions to these units were revealed.

Key words: verbal associations, lexico-semantic group, names of supernatural creatures.

В последнее время отмечается смещение акцента в лингвистических работах с анализа самого языка на его изучение в рамках антропоцентрического подхода, язык становится предметом исследования с позиции человека, рассматривается как средство познания и осмысления окружающего мира. Как утверждает В.А. Маслова, «важнейшее достижение современной лингвистики состоит в том, что язык уже не рассматривается «в самом себе и для себя»; он предстает в новой парадигме с позиции его участия в познавательной деятельности человека» (Маслова 2007, с. 4).

В процессе познания мира в сознании человека возникают индивидуальные ассоциации, которые находят свое выражение в языке. В то же время язык является средством коммуникации, а также средством сохранения и передачи культурных особенностей и традиций народа, что способствует накоплению и структурированию в языке информации, полученной в процессе общения, в связи с чем можно говорить о наличии структурно-семантических организаций в ассоциативно-вербальной сети носителей русского языка.

Являясь неотъемлемой частью концептосферы любого языка, наименования сверхъестественных существ отражают языковые и культурные особенности восприятия сверхъестественного.

Данная статья посвящена анализу ассоциативных реакций на лексические единицы лексико-семантической группы (далее – ЛСГ) «Сверхъестественные существа в религиозных культурах». В качестве источников материала мы

использовали ассоциативные словари русского языка: «Русский ассоциативный словарь» (далее – РАС), «Русский региональный ассоциативный словарь» (далее – ЕВРАС), «Русский ассоциативный словарь: ассоциативные реакции школьников 1-11 классов» (далее – РАСШ).

ЛСГ «Сверхъестественные существа в религиозных культурах» в составе 74 лексических единиц сформирована на основе «Русского семантического словаря» под редакцией Н.Ю. Шведовой (Шведова 2014). Из представленной в словаре ЛСГ, включающей в себя наиболее частотные слова с семантикой сверхъестественности в современном русском языке (в т. ч. слова, у которых это значение вторично), отобраны лексические единицы, тематически связанные хотя бы в одном из своих значений с наиболее распространенными среди носителей русского языка религиозными культурами (православием, мусульманской религией, иудаизмом), а именно наименования Бога и Богородицы (Аллах, Бог, богиня, Богородица, Богородица и др.); ангелов и святых (ангел, апостол, архангел, гурья, дух и др.); лиц, обладающих магическими способностями, осуществляющих оккультные действия (ведун, волхв, волшебник, ворожея, заклинатель и др.); злых сил, враждебных человеку (антихрист, бес, бесенок, враг, демон и др.).

Из числа единиц ЛСГ только часть выступила в качестве стимулов в ассоциативных экспериментах, результаты которых зафиксированы в ассоциативных словарях: ангел, бес, Бог, Богородица, волшебник, дух, демон, дьявол, кудесник, кудесница, пророк, святой, Христос, черт, чертенок.

Эти же лексемы также регулярно являются реакциями на другие стимулы, что указывает на довольно четкую их фиксацию в ассоциативно-вербальной сети носителей русского языка, а также на ядерное положение внутри ЛСГ и ее подгрупп. Абсолютное большинство лексем рассматриваемой ЛСГ, не использованных в ассоциативных экспериментах в качестве стимулов, выступает в качестве реакций, что также свидетельствует об их включенности в ассоциативно-вербальную сеть говорящих, ср.: в ассоциативных статьях РАС, ЕВРАС, РАСШ зафиксированы такие реакции, как: антихрист, апостол, архангел, волхв, гурья, джинн, колдун, маг, сатана, серафим, херувим, чародей, шайтан и др.

В составе ЛСГ есть, однако, единицы, находящиеся, по всей видимости, на дальней периферии сознания массового носителя русского языка; это лексемы, не задаваемые исследователями в качестве стимулов в ходе ассоциативного эксперимента, а главное, – не возникающие в сознании испытуемых в актах вербального реагирования (к этой группе единиц относятся лексемы богочеловек, ведун, ведунья, Владыка небесный, дьяволенок, заклинатель, медиум, мессия, сатаненок, святитель, спирт, чаровник, чертяка, хиромант, чудотворец).

Проанализируем ассоциативные поля стимулов ангел, бес, Бог, Богородица, волшебник, демон, дух, дьявол, кудесник, кудесница, пророк, святой, Христос, черт, чертенок.

Ассоциативные реакции можно определенным образом структурировать, объединив их в группы на основании каких-либо общих признаков. Существует несколько подходов к классификации ассоциативных реакций, которые мы

учитывали при распределении полученных данных (Караулов 1987; Белянин 1999), в результате чего выделили следующие группы:

1. Парадигматические реакции

Была отмечена корреляция лексем группы в ассоциативном плане, часто они выступают в качестве взаимных ассоциатов, что указывает на синонимические отношения внутри ЛСГ, а также подтверждает выделение лексико-семантических подгрупп, ср.:

а) в ЛСГ «Наименования Бога и Богоматери в религиозных представлениях»:

- на S *Бог* – R: *Господь* (6), *Иисус Христос* (5), *творец* (4), *Аллах* (2), *Всевышний* (2), *Христос* (2), *создатель* (1) (РАС);

- на S *Бог* – R: *Всевышний* (32), *Господь* (14), *Иисус Христос* (13), *Аллах* (12), *богиня* (12) (ЕВРАС);

- на S *Бог* – R: (1-4; здесь и далее для материалов РАСШ в скобках указана возрастная градация испытуемых – ступени обучения (классы) учащихся) – *Аллах* (3), *Господь* (3), *Божество* (2), *Всевышний* (1); (5-6) – *богиня* (7), *Господь* (5), *Аллах* (3), *Христос* (1); (7-8) – *Иисус* (17), *Всевышний* (10), *Аллах* (4), *Господь* (3), *Христос* (1); (9-11) – *Иисус* (30), *Всевышний* (18), *Господь* (3), *Аллах* (2) (РАСШ);

б) в ЛСГ «Наименования ангелов и святых в религиозных представлениях»:

- на S *дух* – R: (1-4) – *ангел* (5); (5-6) – *ангел* (1); (9-11) – *ангел* (3) (РАСШ);

- на S *святой* – R: *дух* (12), *апостол* (4), *архангел* (1), *угодник* (1) (РАС);

в) в ЛСГ «Лица, обладающие магическими способностями, осуществляющие оккультные действия, прорицатели»:

- на S *волшебник* – R: *колдун* (5), *маг* (3), *кудесник* (1), *чародей* (1) (РАС);

на S *волшебник* – R: (1-4) – *колдун* (14), *маг* (6), *волшебница* (4); (5-6) – *колдун* (18), *чародей* (2), *колдун* (1), *маг* (1); (7-8) – *маг* (7); (9-11) – *маг* (9), *колдун* (5) (РАСШ);

- на S *кудесница* – R: *волшебник* (2), *волхв* (1), *колдун* (1), *колдунья* (1) (РАС);

г) в ЛСГ «Злые силы, фантастические существа, враждебные человеку в религиозных культурах»:

- на S *бес* – R: *черт* (29), *дьявол* (5), *лукавый* (1) (РАС);

- на S *чертенок* – R: *черт* (1) (РАС).

2. Реакции, указывающие на соотношенность лексических единиц с понятиями религии и сверхъестественности

К этой группе мы отнесли слова, обозначающие предметы и явления из сферы религии (*церковь*, *вера*, *икона*, *религия*, *христианство* и т.д.), за исключением реакций, которые являются лексическими единицами, уже входящими в данную ЛСГ, и образуют показанные выше парадигматические связи единиц ЛСГ, ср.:

- на S *Бог* – R: *вера* (53), *религия* (19), *церковь* (11), *Библия* (6), *святое* (5), *рай* (4), *христианство* (3), *иконы* (1), *ислам* (1), *Пасха* (1), *проповедь* (1), *христианский* (1) (ЕВРАС);

- на S *Бог* – R: (1-4) – *молиться* (6), *крест* (2), *икона* (1), *молитва* (1); (5-6) – *молитва* (5), *вера* (3), *церковь* (2), *Библия* (1), *в церкви* (1), *молиться* (1); (7-8) – *вера* (10), *церковь* (6), *религия* (5), *крест* (2), *Библия* (1), *христиане* (1); (9-11) – *вера* (27), *церковь* (9), *религия* (7), *молитва* (6), *рай* (6), *икона* (5), *крест* (4) (РАСШ);

- на S *Богородица* – R: *икона* (16), *церковь* (7), *религия* (2), *святое* (2), *святой* (2), *крест* (1), *православие* (1) (РАС).

Как показывают приведенные данные, с возрастом тематические реакции становятся более устойчивыми, определенными, в их составе выделяются основные (ядерные) ассоциаты, ср.: *Бог* – *вера*, *религия*, *церковь*; *Богородица* – *икона*. В ассоциациях учащихся младших классов такое ядро отсутствует.

3. Синтагматические реакции

Некоторые из полученных реакций указывают на наличие устойчивых сочетаний и оборотов речи, междометных образований с представленными лексическими единицами (*ангел-хранитель*, *Пресвятая Богородица*, *Бог знает что*, *не дай Бог!*, *черт возьми* и т.д.), ср.:

- на S *ангел* – R: *хранитель* (26), *во плоти* (6) (РАС);

- на S *Бог* – R: *мой* (7), *знает* (6), *ведь что* (4), *поможет* (4), *с тобой* (3), *ведь* (2), *даст* (2), *знает что* (2), *с ним* (2), *в помощь* (1), *видит* (1), *все видит* (1), *все даст* (1), *дай* (1), *его знает* (1), *не дай бог!* *боже мой!* (1), *с нами* (1), *с ней* (1) (РАС);

- на S *Богородица* – R: *святая* (25), *Пресвятая* (7) (РАС);

- на S *дух* – R: *святой* (9) (РАС);

- на S *черт* – R: *поberi* (21), *возьми* (11), *знает что* (5), *подери* (3), *с тобой* (3), *его знает* (2), *лысый* (2), *с ним* (2), *знает* (1), *какого* (1), *нам не брат* (1), *ногу сломит* (1), *с ними со всеми* (1) (РАС).

Среди синтагматических R выделяется 2 группы:

а) устойчивые определительные сочетания (расчлененные номинации), характерные для стимулов *ангел*, *Богородица*, *дух* (*ангел-хранитель*, *ангел во плоти*, *святая* / *Пресвятая Богородица*, *святой дух*);

б) устойчивые междометные выражения, характерные для лексем *Бог* и *черт* (*Бог знает*, *Бог мой*, *черт возьми*, *черт поberi* и др.).

Ассоциации 1-го типа обнаруживают большее единство в сознании испытуемых: они менее разнообразны при значительной их частотности; ассоциации 2-го типа характеризуются меньшим единством: они более разнообразны при меньшей частотности каждого из ассоциатов (исключение составляет высокочастотное выражение *черт поberi*).

4. Фонетические реакции

Часть реакций дана испытуемыми по принципу фонетического сходства, ср.:

- на S *бес* – R: *балбес* (2), *ГЭС* (2), *лес* (1) (РАС);

- на S *Бог* – R: *бок* (1) (ЕВРАС);

- на S *Бог* – R: (1-4) – *лох* (1), *рог* (1); (5-6) – *мог* (1), *ох* (1); (7-8) – *мог* (1), *ног* (1) (РАСШ);

- на S *Богородица* – R: *богоогородица* (1), *водица* (1), *городобица* (1) (РАС);

- на S *кудесница* – R: *лестница* (2), *колесница* (1) (РАС).

5. Реакции, связанные с прецедентными феноменами

Некоторые из реакций респондентов являются отсылками к различным художественным произведениям (книги, сказки, мультфильмы, рок-оперы), ср.:

- на S *волшебник* – R: *Изумрудного города* (19), *сказка* (8), *Иктерн* (1), *старик Хоттабыч* (1), *изумрудного замка* (1), *изумрудный* (1) (РАС);

- на S волшебник – R: (1-4) – из страны Оз (1), изумруд (1), изумрудник (1), Изумрудного города (1), Хоттабыч (1); (5-6) – Али-Баба (1), Мерлин (1), мультфильм (1), страна Оз (1); (7-8) – Изумрудного города (3) сказки (1); (9-11) – изумруд (2), страна Оз (2), Гендольф (1), Гудвин (1), Дэвид Копперфилд (1), Дэвид Блейн (1), Изумрудного города (1), изумруды (1), Мерлин (1) (РАСШ);

- на S Христос – R: Иисус Христос суперзвезда (1) (РАС);

- на S чертенок – R: N 13 (2), сказка (1) (РАС),

а также называют авторов произведений, ср.:

- на S волшебник – R: Набоков (1) (РАС);

- на S демон – R: Лермонтов (2) (ЕВРАС);

- на S пророк – R: Пушкин (4), Лермонтов (2) (РАС);

- на S чертенок – R: Гоголь Н.В. (1), Пушкин (1) (РАС).

6. Оценочные реакции

Отмечаются реакции, являющиеся оценочными суждениями респондента, они:

а) выражают восхищение свойствами характера, способностями и талантами, ср.:

- на S кудесница – R: красавица (2), искусница (1), молодец (1), мудрая (1), очаровательная (1), прелестница (1), премудрая (1), умница (1) (РАС);

б) выражают снисходительно-ироническое отношение к забавным качествам объекта, ср.:

- на S чертенок – R: смешной (3), веселый (1), веселье (1), озорной (1), хорошенький (1), хороший (1), шаловливый (1) (РАС);

в) имеют положительную/отрицательную коннотацию, дифференцируются по признаку хороший/плохой (добрый/злой), ср.:

- на S волшебник – R: добрый (13), злой (2), добро (1) (РАС);

- на S волшебник – R: (1-4): добрый (9), злой (2); (5-6) – добрый (2); (7-8) – добрый (2), доброта (1); (9-11) – добро (1), добрый (1) (РАСШ);

- на S дьявол – R: зло (4), страшный (3), страх (2), ужас (2), гад (1), злой (1) (РАС).

Также к этой группе можно отнести ряд реакций, имеющих иронический характер, ср.:

- на S Бог – R: есть = сказал Маркс (1), КПСС (1), халаящик (1) (РАС);

- на S волшебник – R: (1-4) – Вова (1), Михаил (1); (7-8) – брехня (1), (9-11) – пи*добол (1), придурок (1) (РАСШ);

- на S кудесница – R: сказала= что... (1) (РАС);

- на S чертенок – R: бес – черное маленькое существо с# (1), Костя (1), Петя (1), по имени Вася (1), ребенок=который напакостил (1), непоседливый малыш (1) (РАС).

В таких ассоциациях сближаются противоположные, взаимоотрицающие сущности (есть = сказал Маркс, КПСС), используются сниженные жаргонные слова, ненормативная лексика (брехня, пи*добол, придурок, халаящик), недосказанность (черное маленькое существо с#, сказала=что...), эксплицирован антропоморфный перенос (ребенок=который напакостил, непоседливый малыш), вплоть до индивидуализации (Вова, Костя, Михаил, Петя, по имени Вася).

Реакции, эксплицирующие антропоморфный перенос, характерны для разговорной мелиоративно-окрашенной уменьшительно-ласкательной формы чертенок, использующейся в русской речи, прежде всего, в переносном значении (о бойком, озорном ребенке, шалуने).

Проанализированный материал позволяет сделать следующие выводы.

1. Парадигматические реакции разнообразны в своей частотности, однако регулярны для входящих в ЛСГ единиц. Данные реакции указывают на синонимические отношения лексем в составе ЛСГ и подтверждают возможность выделения лексико-семантических подгрупп на основе этих отношений.

2. Разнообразен коннотативный потенциал данной ЛСГ, полученные ассоциативные реакции выражают отношения респондентов к заданным стимулам: восхищение, иронию, противопоставление по признаку добрый/злой. Данные реакции довольно разнообразны, однако являются малочастотными.

3. Вербальное ассоциирование подвержено изменениям в зависимости от возраста респондентов: для младших школьников характерны больше оценочные, парадигматические и прецедентные ассоциации, в то время как у старших школьников и взрослых отмечается преобладание и значительная общность тематических реакций, также становятся более разнообразными прецедентные реакции. Синтагматические реакции характерны именно для старшей группы испытуемых – взрослых носителей языка, у которых сформированы устойчивые дискурсивные связи слов, проявляющиеся в реакциях данного типа.

Исследование ассоциативных связей лексических единиц, называющих сверхъестественных существ в религиозных культурах, позволило получить сведения о месте единиц ЛСГ «Сверхъестественные существа в религиозных культурах» в сознании носителей русского языка и характере их существования в ассоциативно-вербальной сети носителей русского языка.

Литература

1. Белянин В.П. Введение в психолингвистику. – М., 1999.
2. ЕВРАС: Русский региональный ассоциативный словарь (Европейская часть России) / под ред. Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова; Российская академия наук, Институт языкознания РАН, Московская международная академия. – М.: Московская международная акад. От стимула к реакции. – Москва, 2018.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Отв. ред. Д.Н. Шмелев. – М., 1987.
4. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие – М.: Флинта: Наука, 2007.
5. РАС: Караулов Ю.Н., Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Русский ассоциативный словарь. – М.: АСТ-Астрель, 2002.
6. РАСШ: Русский ассоциативный словарь: ассоциативные реакции школьников 1-11 классов: в 2 т. / В.Е. Гольдин, А.П. Сдобнова, А.О. Мартынов; Саратовский гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2011.
7. Русский семантический словарь: Толковый словарь систематизированный по классам слов и значений под общ. ред. Н.Ю. Шведовой. – М.: Азбуковник: ИРЯ РАН, 2014.

Д.В. Утицких (Воронеж)

Национальная специфика структурной организации ассоциативных полей ВРЕМЯ – TIME

Аннотация: В статье исследуется национальная специфика структурной организации ассоциативных полей (АП) ВРЕМЯ – TIME, полученных по результатам свободного ассоциативного эксперимента с носителями русского и американского варианта английского языка. Предлагается модель описания структурной организации АП с помощью инструментов сопоставительно-параметрического метода лингвистических исследований.

Ключевые слова: национальная специфика, ассоциативное поле, сопоставительно-параметрический метод.

Abstract: The paper examines the national specifics of the structural organization of associative fields (AF) время–time obtained from the results of a free associative experiment with native speakers of Russian and American English. A model for describing the structural organization of the AF using the tools of the comparative parametric method of linguistic research is proposed.

Key words: national specificity, associative field, comparative parametric method.

Предметом настоящего исследования является национальная специфика структурной организации ассоциативных полей (АП) **ВРЕМЯ – TIME**, полученных по результатам свободного ассоциативного эксперимента, в котором приняли участие 200 носителей русского языка и 200 носителей американского варианта английского языка в возрасте от 18 до 35 лет.

В сформированных ассоциативных полях были выделены ядро, ближняя, дальняя и крайняя периферия. Определение зон поля опиралось на следующие количественные критерии: ядро составляют ассоциации, характеризующиеся наибольшим числом ответов, от границы ядра и до четырех реакций включительно – зона ближней периферии, 2-3 реакции – дальняя периферия, единичные ответы относятся к зоне крайней периферии.

В соответствии с этими критериями исследуемые ассоциативные поля выглядят следующим образом:

Зоны ассоциативного поля ВРЕМЯ

Ядро: часы 36

Ближняя периферия: деньги 24; идет 7; час 6; мало 5; бежит, бесконечность, течет 4

Дальняя периферия: бремя, года, день, лечит, относительно, песок, секунда 3; быстро, 15:00, вперед, год, истекло, летит, ограничение, скоротечно, ночь, ценность, делу 2

Крайняя периферия: быстротечно, быстрое, быстротечность, вечер, вечность, все изменит, всегда, вышло, дедлайн, действий, дело, делу..., длится, долгое, дорогое, жить, закончилось, замирание, зимовать, исход, кончилось, кот, мгновение, место, мимолетно, минута, момент, московское, недрема, необратимо, неподвластно, обед, ограниченность, ограничено, опыт, относительность, пластично, поздно, полдень, постоянство, пришло, программа, пространство, прочь, радость, река, ресурс, сейчас, скорость, скоротечность,

смерть, сознание, спешит, спокойное, сроки, старость, текучее, текучесть, тикает, торопливость, точное, уроки, уход, уходит, ушло, формальность, ценить, 17:00, 14:00, 9:00, 5:00 1;

Зоны ассоциативного поля TIME

Ядро: clock 50

Ближняя периферия: hour 12; management 10; date 8; minutes, watch 6; day 5; money, late 4

Дальняя периферия: fast, second, frame, place, valuable 3; night, hours, limited, morning, period, wasted, when, now, time, what time is it 2

Крайняя периферия: action, precious, life, nonreversible, limit, space, hurry, still, age, central, arrival, band, capsule, central, countable, curios, early, energy, essence, hours minutes seconds, impatient, lost of time, machine, manage, mine, not enough, numbers, patience, quick, running, save, sheet, stop, stopwatch, to go, unlimited, wait, world, zone, timely, endless, infinite, pass, 1:00, 10:04, 10:36am, 12:00, 12:06, 1300, 2:12, 3 o'clock, 4:00, 4:15, 5:15, 8:23, 9:34am, 2.00 1;

Для выявления национальной специфики рассматриваемых ассоциативных полей были использованы инструменты сопоставительно-параметрического метода лингвистических исследований (Стернина 2014).

В ходе исследования возникла необходимость по аналогии с введенным В.И. Карасиком термином *номинативная плотность*, под которым понимается количество лексических единиц, номинирующих определенную сферу действительности (Карасик 2004, с. 111), ввести термины *ассоциативная плотность поля* и *ассоциативная плотность зоны поля*.

Под *ассоциативной плотностью поля* мы понимаем количество ассоциаций, составляющих поле, под *ассоциативной плотностью зоны поля* понимается количество ассоциаций, вошедших в ту или иную зону.

В русском языке ассоциативная плотность ядра поля оказалась равной 34, ближней периферии – 54, дальней – 43, крайней – 69. В английском языке ассоциативная плотность ядра равняется 50, ближней периферии – 55, дальней – 35, крайней – 57. В целом ассоциативная плотность русского поля оказалась равной 200, а английского – 197.

Представилось необходимым также ввести *индекс сформированности поля*, под которым понимается отношение ассоциативной плотности к числу участников ассоциативного эксперимента. Данный индекс для русского поля оказался равным 100%, а для английского – 98,5%.

Как показало проведенное исследование, в зонах поля в русском и английском языках наблюдаются как совпадающие, так и эндемические реакции. Остановимся на них более подробно. Так, одинаковые реакции зафиксированы в русском и английском полях в ядре: *время – time*, в ближней периферии: *деньги 24 – money 4, час 6 – hour 12*; дальней периферии: *секунда 3 – second 2, ночь 2 – night 2, быстро 2 – fast 3* и крайней периферии: *действий 1 – action 1, дорогое 1 – precious 1, необратимо 1 – nonreversible 1, ограниченность 1 – limit 1, пространство 1 – space 1, спешит 1 – hurry 1, спокойное 1 – still 1, старость 1 – age*.

Для характеристики степени совпадения одноименных зон поля был введен *индекс совпадения зон поля*, определяемый через отношение количества

ассоциаций, совпадающих в одноименных зонах в обоих языках, к ассоциативной плотности поля. Для русского языка этот индекс оказался равным 7%, для английского – 7,10%.

Помимо совпадения ассоциаций в одноименных зонах, зафиксированы также случаи одинаковых реакций в разноименных зонах. В частности, наблюдаются случаи пересечения зон ближней и крайней периферии, ближней и дальней периферии, а также крайней и дальней периферии. Для наглядности представим данные о пересечении зон исследуемых полей в виде таблицы.

Таблица 1

Пересечение зон ассоциативных полей ВРЕМЯ – TIME

Русский язык	Английский язык	Совпадающие ассоциации
ближняя периферия	крайняя периферия	<i>бежит 4 – running 1 идет 7 – pass 1 мало 5 – not enough 1</i>
крайняя периферия	ближняя периферия	<i>поздно 1 – late 4 минута 1 – minutes 6</i>
дальняя периферия	ближняя периферия	<i>день 3 – day 5</i>
дальняя периферия	крайняя периферия	<i>быстрое 2 – quick 1 ограничение 3 – limit 1</i>
крайняя периферия	дальняя периферия	<i>место 1 – place 3 ограничено 1 – limited 2 полдень 1 – afternoon 3 сейчас 1 – now 2 сроки 1 – period 2</i>

Для характеристики степени совпадения разноименных зон поля нами был введен *индекс пересечения зон поля*, определяемый через отношение количества ассоциаций, совпадающих в разноименных зонах в обоих языках, к ассоциативной плотности поля. В русском языке этот индекс оказался равным 6,5%, в английском – 6,59%.

Что касается эндемичных реакций, то в ядрах рассматриваемых полей таких реакций не выявлено, в ближней периферии в русском языке отмечено 2 эндемичных реакции (*течет 4, бесконечность 4*), в английском – 3 (*management 10, date 8, watch 6*), в дальней периферии – 10 и 7 соответственно, в крайней периферии – 55 в русском языке и 44 – в английском. В целом в русском поле выявлено 67 эндемичных ассоциаций, в английском – 54.

С целью оценки эндемичности зон изучаемых полей и полей в целом нами были введены *индекс эндемичности зоны поля*, вычисляемый через отношение количества эндемичных реакций в зоне к ассоциативной плотности зоны и *индекс эндемичности ассоциативного поля*, определяемый как отношение количества эндемичных реакций в поле к ассоциативной плотности поля.

Согласно проведенному анализу, индекс эндемичности ядра в русском языке оказался равен нулю, ближней периферии – 14,81%, дальней – 65,8%, крайней – 77,4%. В английском АП индекс эндемичности ядра также равен нулю, а индексы эндемичности ближней, дальней и крайней периферии составили соответственно 43,6%, 45,7% и 77,19%. *Средний индекс эндемичности зон поля*, вычисляемый как среднее арифметическое индексов эндемичности ядра,

ближней, дальней и крайней периферии, для русского АП составил 39,5 %, а для английского – 41,62%.

Индекс эндемичности поля в целом в русском языке оказался равен 45%, а в английском – 42,63%.

В ходе исследования национальной специфики изучаемых АП выявилась целесообразность введения еще одного индекса – *индекса разнообразия поля*, определяемого через отношение количества разных реакций в поле к ассоциативной плотности поля. В русском языке этот индекс оказался равным 47,5 %, в английском – 41,1%.

Для интерпретации полученных в ходе исследования результатов нами были использованы разработанные в рамках сопоставительно-параметрического метода шкалы определения национальной специфики по отдельным параметрам для параметров, выраженных в процентах, и для параметров, выраженных в абсолютных числах (Стернина 2014, с. 105). Результаты представлены в Таблице 2.

Зафиксированное нами отсутствие различий в сравниваемых полях по одному из параметров дает нам основание дополнить шкалу определения национальной специфики по отдельным параметрам, выраженным в абсолютных числах, еще одним пунктом – в случае, если отношение абсолютных чисел равно единице, констатируется отсутствие национально-специфических различий.

Как видно из Таблицы 2, наибольшая степень проявления национальной специфики, характеризующаяся как заметная, отмечается по индексу разнообразия поля, то есть по количеству разных ответов в поле, а также по параметру ассоциативной плотности крайней периферии. По параметру ассоциативной плотности ядра различий не выявлено. По остальным параметрам национально-специфические различия являются несущественными (4 параметра) и видимыми (4 параметра).

Для окончательного вывода о степени выраженности национальной специфики АП **ВРЕМЯ – TIME** мы использовали шкалу выраженности национальной специфики лексических группировок, согласно которой в зависимости от характера преобладающих национально-специфических различий степень выраженности национальной специфики определяется как неярко выраженная, умеренно выраженная, ярко выраженная, либо гипервыраженная (Стернина 2024, с. 5). Поскольку в рассматриваемых ассоциативных полях преобладают несущественные и видимые национально-специфические различия, мы констатируем, что национальная специфика данных полей является **неярко выраженной**.

Таблица 2

**Степень проявления национальной специфики АП
по отдельным параметрам**

Параметр	Рус- ский язык	Англий- ский язык	Отношение показателей / численная разница между индексами	Характер национально- специфических различий
1. Ассоциативная плотность поля (абсолютные числа)	200	197	1,01	несущественные
2. Ассоциативная плотность ядра (абсолютные числа)	1	1	1	отсутствие национально- специфических различий
3. Ассоциативная плотность ближней периферии (абсолютные числа)	54	55	1,01	несущественные
4. Ассоциативная плотность дальней периферии (абсолютные числа)	41	35	1,17	видимые
5. Ассоциативная плотность крайней периферии (абсолютные числа)	71	57	1,24	заметные
6. Индекс сформированности поля	100%	98,5%	1,5%	видимые
7. Индекс совпадения зон поля	7%	7,10%	0,1%	несущественные
8. Индекс пересечения зон поля	6,5%	6,59%	0,09%	несущественные
9. Индекс разнообразия поля	47,5 %	41,11%	6,39%	заметные
10. Индекс эндемичности ассоциативного поля	45%	42,63%.	2,37%	видимые
11. Средний индекс эндемичности зон поля	39,5%	41,62%	2,12%	видимые

Литература

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Москва: ГНОЗИС, 2004.
2. Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований. – Воронеж: Истоки, 2014.

Дискурсивные исследования

Д.Ю. Антонова (Иркутск)

Трансформация прецедентных ситуаций и образов в юмористическом дискурсе (на примере выступлений русскоязычных стендап-комиков)

Аннотация: В статье рассматриваются особенности юмористического дискурса как одного из видов дискурсивной практики. В жанровом разнообразии юмористического дискурса выделяется популярный жанр комедии – стендап. В рамках анализа дискурсивной практики описывается важность анализа прецедентных ситуаций и образов в юмористическом дискурсе на примере русскоязычной стендап-комедии.

Ключевые слова: прецедентные ситуации, прецедентные образы, юмористический дискурс, стендап-комедия.

Abstract: The paper deals with the peculiarities of humorous discourse as one of the types of discursive practice. In the genre diversity of humorous discourse the popular genre of comedy – standup – is singled out. Within the framework of the analysis of discursive practice the importance of analyzing precedent situations and images in humorous discourse at the example of Russian-language stand-up comedy is described.

Key words: precedent situations, precedent images, humorous discourse, stand-up comedy.

Большинство исследований, посвященных вопросам изучения юмористического дискурса, направлены на выявление и анализ способов достижения смехового эффекта в различных жанрах юмора. Очевидно, что комическое искусство выступает одной из форм развлечения и, соответственно, для исследователя представляет интерес изучение способов достижения комического эффекта. В научных исследованиях достаточно хорошо описаны и представлены таковые способы в разнообразных юмористических жанрах. Однако отечественная комедия за последнее десятилетие трансформировалась, появились новые юмористические жанры, и вместе с ним возникло «поле» для дальнейших исследований. Так, по данным аналитических ведущих интернет-площадок и рейтинга телевизионных передач из юмористического разнообразия шоу-программ лидирующее место занимает стендап-комедия (по данным «Яндекса.Афиша» и «Comedy Club Production» за 2022-2024 гг.).

Немногочисленные зарубежные исследования рассматривают природу стендап-комедии с точки зрения когнитивной лингвистики и дискурсивного анализа, выделяя лингвистический, социальный, культурный, этнический, национальный и др. компоненты (И. Филани, Х. Катаяма, Ф. Скарпетта, А. Спаньолли, П. Макилвенни, С. Меттоваара, Р. Тапио, Э. Фергюсон). Интерес российских лингвистов к современному жанру выступлений комиков появился гораздо позже и представлен в основном в рамках функциональной прагматики и дискурс-анализа (А.В. Горлышкина, К.Б. Свойкин, Н.Р. Зарипова, Д.А. Павлюк, Е.В. Манжелевская) (Вербицкая 2005; Зайцева 2020; Иванова, Вельдина 2020, с. 3; Карасик 1992, 1997; Решетарова 2020). Стендап-комедию

можно рассматривать как вид дискурсивной практики, который заставляет аудиторию не только начать размышлять над действующими социальными проблемами, но и «видеть» пути решения данных проблем. Актуальность выбранной темы обусловлена противоречием между популяризацией русскоязычной стендап-комедии и малочисленными ее исследованиями. В рамках данной статьи будет представлен анализ прецедентных ситуаций и образов в стендап-комедии, и благодаря их «трансформированности» в соответствии с социальной действительностью представляется возможным проанализировать стендап-комедию с точки зрения дискурсивной практики.

Прецедентная ситуация и образ рассматриваются как коллективная социально-культурная память общества. В самом широком смысле, под прецедентной ситуацией и образом понимается всем известная, хрестоматийная история, которая имеет свойство повторяемости и принадлежит к определенной эпохе. Большой вклад в теорию «прецедентности» внесли Ю.Н. Караулов и В.В. Красных. Авторы выделили критерии, по которым образ, текст и феномен можно относить к прецедентному: 1) хорошо известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества («имеющие сверхличностный характер»), т. е. носители языка знают (как минимум) о его существовании; 2) актуальные в познавательном и эмоциональном планах, т. е. за ними всегда стоит какое-либо представление – общее, обязательное для всех носителей данного ментально-лингвального комплекса; 3) постоянно «всплывающие» в речи того или иного национально-лингвокультурного сообщества, т. е. постоянная «возобновляемость» обращения к прецедентному феномену в независимости от частотности, но обязательно с полным пониманием (Красных и др. 1997, с. 23).

В данном исследовании под *прецедентной ситуацией* (ПС) понимается некая «эталонная», «идеальная» ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу; означающим ПС могут быть прецедентное высказывание или прецедентное имя (Там же).

Рассмотрим некоторые примеры, демонстрирующие использование прецедентных ситуаций и образов в стендап-комедии.

В монологе Дмитрия Романова показана прецедентная ситуация «характеристика еврейской культуры». Так, при чтении монолога комик демонстрирует национальную черту евреев – скупость, алчность: «...естественно, так как это еврейская организация, то за выступление они платили – ничего...». Далее на протяжении всего выступления комик показывает «торги» между представителями одной диаспоры, что еще раз усиливает значимость национальной еврейской черты, но в то же время комик и зрители не осуждают эту данность, а в смеховой форме показывают ее как одну из форм предприимчивости (<https://ya.ru/video/preview/7464537644073201451>).

При анализе данной ПС можно проследить путь ее трансформации в различные исторические периоды. Так, отношение к «еврейской алчности» выражено в русской классической литературе в произведении Н.В. Гоголя «Тарас Бульба». Сценка «еврейского погрома» показывает отрицательное отношение автора к представителям данной диаспоры и акцентирует внимание

на их «скупости». С течением лет отношение к национальной черте евреев менялось. В советском и постсоветском пространстве способы достижения «еврейского богатства» (через «скупость», «алчность») не рассматривали как отрицательные, а позиционировали как элемент предприимчивости. Примером, демонстрирующим данный факт, выступают песни, притчи и фильмы. Так, в стихотворении, которое впоследствии стало музыкальной композицией, К. Беляева «Кругом одни евреи» показано неоднозначное отношение к данной национальности, но на протяжении всего текста прослеживается мысль о безмерном таланте евреев во всех возможных отраслях. Также в современной России еврейская мудрость и предприимчивость показана в развлекательном сериале «Интерны», где образ еврейского доктора (доктор Купитман) полностью совпадает с прототипом «богатого еврея».

Также в данном монологе дается отсылка к прецедентному имени еврейской диаспоры – Александр Д*. Через использование данного имени выступающий в полной мере аргументирует свою позицию, связанную с предприимчивостью, показывает, что «алчность» и «скупость» не всегда в наше время носят отрицательную коннотацию. В данном монологе стендап-комик «призывает» аудиторию к размышлению над вопросом, который связан с неоднозначным отношением к людям, которые обладают либо «алчностью», либо «предприимчивостью», в данном случае однозначной трактовки быть не может.

В выступлении Елены Новиковой показаны следующие прецедентные образы: образ Золушки, образы Веры и Надежды. Выступающий представил Золушку следующим описанием: «...Обычная женщина, с обычного региона, которую все обманывают: то армяне, то Мавроди – и на которую вдруг падает олигарх...». В данном отрывке достаточно ярко и точно совпадает образ Золушки с описанием современной женщины (<https://ya.ru/video/preview/14698433527342313131>).

Стендап-комик активно показывает отношение к данной ситуации, а точнее высмеивает ее одновременную типичность и невозможность. В представленном отрывке комик призывает женскую часть аудитории избавиться от иллюзий «понска принца», а сосредоточиться на имеющейся социальной действительности. Кардинальной трансформации образа Золушки не произошло, но четко показан конечный результат. Если в сказке «Золушка» конец положительный, в представленных стендап-комиком русских сериалах – положительный, то в монологе выступающего, который призывает к адекватной оценки ситуации, образ Золушки в реальности жизни невозможен.

Также в данном отрывке упоминаются прецедентные имена – Сергей Мавроди, который является основателем крупнейшей финансовой пирамиды, из-за нее пострадало огромное количество жителей России. Использование прецедентного имени было связано с демонстрацией наивности и доверчивости типичной русской женщины, что еще раз указывает на призыв к адекватной оценки социальной реальности.

Прецедентные православные образы Веры и Надежды были описаны в следующем отрывке: «...Они так и называются (про типичные русские сериалы) любовная любовь, обручальный обруч, медовый инцест или просто: Вера, Надежда и Лидия». Как видно из отрывка данные образы целенаправленно были

поставлены в один семантический ряд. Выступающий использовал данный прием для демонстрации религиозной поддержки в ситуациях, которые можно отнести к категории «маловероятные». Православные образы Веры и Надежды в прямом смысле олицетворяют веру и надежду в поисках «принца». Таким образом, в анализируемом выступлении стендап-комик призывает аудиторию (преимущественно женскую) посмотреть на типичность «эталонных» ситуаций и переосмыслить их в соответствии с изменившимися условиями.

Стендап – комедия как вид дискурсивной практики позволяет задуматься о современной социальной действительности, осознать на разных уровнях глубину затрагиваемых тем, которые актуальны в анализируемый период времени. Для стендап-комедии характерно повествование в форме «смехового монолога», но при этом глубина и важность тем не вызывает сомнения. Использование прецедентных ситуаций в юмористическом дискурсе позволяет проанализировать измененные образы в разные исторические периоды, а также выявить причины и следствия этих изменений.

Литература

1. Вербицкая О.Ю. Опыт лингвистического исследования парадоксального речевого акта в комическом дискурсе: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2005.
2. Зайцева Е.С. Приемы создания комического эффекта в стендап-шоу и особенности их перевода с испанского языка на русский язык // Иностранные языки в высшей школе. – 2020. – №4 (55). – С. 46-55.
3. Иванова С.А., Вельдина Н.Г. Особенности формирования прагматического потенциала выступлений в жанре «стендап-комедия» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – №3. – С. 141-144.
4. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения // Жанры речи. – 1997. – №1. – С. 144-153.
5. Карасик В.И. Язык социального статуса: монография. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1992.
6. Красных В.В., Гудков Д.Б., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник Московского университета. – 1997. №3. – С. 62-85.
7. Решетарова А.М. Структурные и композиционные особенности юмористических текстов в жанре стендап-комедии // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д: Филология и психология. – 2020. – №2. – С. 108-111.

Л.М. Борисова (Воронеж)

Метакоммуникативный комментарий как способ манифестации процесса вербализации

Аннотация: Целью данного исследования является рассмотрение метакоммуникативных комментариев речевых формулировок в художественном дискурсе и определение их функционально-прагматического потенциала.

Ключевые слова: метакоммуникативный комментарий, художественный дискурс, способы вербализации, прагматический потенциал, языковое сознание.

Abstract: The purpose of this study is to examine the metacommunicative comments of speech statements in artistic discourse and to determine their functional and pragmatic potential.

Key words: metacommunicative commentary, artistic discourse, methods of verbalization, pragmatic potential, linguistic consciousness.

Метаязыковая деятельность имеет дискурсивную природу (Вепрева 2002, с. 74). Предметом нашего внимания является метакоммуникативный комментарий предложенной или планируемой повествователем или персонажем речевой формулировки в художественном дискурсе. В данном случае объектом анализа является комментарий отдельно взятой употребленной актуальной лексемы (ср. также «рефлексивы», под которыми понимается «метаязыковой комментарий по поводу употребления актуальной лексической единицы» (Вепрева 2002, с. 76), «реляционные единицы, метаоператоры» (Ляпон 1986), «квалифицирующее комментирование» (Онишко 2011), «структивно-дискурсивные элементы, комментирующие формулы» (Григорьева 2007)).

Данного плана комментарии могут быть представлены в различных текстовых формах:

- «1) как канонический текст-рефлексив, отдельное речевое произведение;
- 2) как рефлексивы внутри целого текста: а) в виде авторского попутного замечания, словесной реплики, ремарки, комментирующих основной текст, б) в виде метаязыкового высказывания;
- 3) в виде цепочки взаимосвязанных высказываний – текстового фрагмента» (Вепрева 2002, с. 74).

При этом следует учитывать, что при узком понимании метатекстов к ним относят «вербальную экспликацию по поводу лексической единицы» (Вепрева 2002, с. 75), представляющей собой различные тематизации достоинства, уместности, возможности использования предложенной или планируемой и оцениваемой формулировки. В данном понимании метатекст как результат осознания языковой действительности также является «эксплицированным проявлением метаязыкового сознания» (Вепрева 2002, с. 75). Таким образом, в центре внимания оказывается процесс выбора слова, репрезентированный метакоммуникативным комментарием. В дальнейшем мы пользуемся термином «метакоммуникативный комментарий» (Firle 1987).

При оценке способа вербализации в поле зрения говорящего оказываются собственно языковые достоинства избираемого обозначения: прежде всего его способность более или менее адекватно представить сущность описываемого фрагмента действительности. То есть проблема выбора словесной формы выступает как самостоятельный пункт коммуникативной программы. Обсуждение этой программы образует тем самым второй план сообщения. (Ляпон 1986, с. 49).

При этом «метатекстовые конструкции включают разнообразные способы проявления речевых тактик говорящего и слушающего, ... отражают стратегию автора при производстве текста». Подобное понимание метатекста соответствует, по мнению И.Т. Вепревой, трактовке языкового сознания как

механизма организации речевого высказывания, поскольку дифференциальным признаком метатекста является «его ориентация на конкретную речевую ситуацию создания или/и восприятия конкретного текста» (Вепрева 2002, с. 75).

Материалом исследования послужил текст романа «Пушкинский дом» А.Г. Битова.

1. Эксплицитная манифестация процесса поиска формулировки

Пример 1

Неумело, неловко пробовал заиграть с Левой, долго выбирал и тасовал, что же сказать сыну, и наконец говорил пошлость – и Лева запоминал лишь чувство неловкости за отца, не запоминая ни слов ни жеста, так что, со временем, каждая мимолетная встреча с отцом (отец всегда был очень занят) выражалась лишь в этом чувстве неловкости, неловкости вообще. (Битов, с. 21-22)

Отец Левы, ученый, редко находил время для общения с ребенком и, соответственно, не имел навыков общения с сыном, что и привело к формированию таких взаимоотношений. Аукториальный (всезнающий) повествователь, опираясь на воспоминания ребенка, предпринимает метакоммуникативный комментарий манеры речевого общения отца с сыном, давая резко сниженную оценку результату поиска нужных слов.

Пример 2

Господи! – взмолился Лева. – Это же невозможно видеть – ненависть! Ну что я тебе сделал? Я хочу понять, объясни... – Ни-че-го. Ничего ты мне не сделал – за это! Только я тебя не ненавижу. Тут другое слово. Я бы сказал, что люблю, да пошло – литература уже съела такой поворот. Жить мы на одной площадке не можем – вот что! Может, это и есть классовое чутье? – Митишатьев захохотал. – Или нет, это, наверно, биология. Ты думаешь, я тебе не даю покоя? Нет, нет! Ты! Я не могу, пока ты есть. А ты все есть да есть! Ты неистребим. (Битов, с. 343)

И если в первом примере результат речевой деятельности имеет ярко выраженную негативную коннотацию, то во втором случае на обсуждение антагонистом главного героя и его вечным соперником Митишатьевым выносятся изначально не соответствующая интенции говорящего формулировка, характеризующая отрицательной коннотацией, которая подлежит затем ревизии и предлагается альтернативная формулировка, характеризующая истинное отношение Митишатьева к главному герою романа Леве Одоевцеву. Используется выражение *жить мы на одной площадке не можем*. Можно предположить, что имеется в виду, на одной лестничной площадке, что свидетельствует об абсолютном неприятии одним человеком другого человека, с дальнейшей генерализацией неприятия: *Я не могу, пока ты есть*. В данном метакоммуникативном комментарии, согласно интенции автора, репрезентировано вечное соперничество и зависть к человеку, принадлежащему к «старому и славному русскому роду», отец которого возглавляет кафедру, но в свое время отказался от своего отца-ученого, репрессированного и сосланного на поселение в Сибирь, и тем самым предал его.

Пример 3

...Лева прошел сквозь строй. Это – фактически, а метафорически было вот что. По неловкому поведению родителей, по тому, что при нем несколько раз обмолвились, словно случайно, выдавая себя внезапным в Левину сторону взглядом, люди и вовсе малознакомые, получалось, что в драме с дедом определенную и неблагоприятную роль сыграл его сын, Левин отец: в юности – отказавшись от него, а через 20 лет, заработав себе его кафедру критикой его школы, – так что кафедра была еще «тепленькая». Это словечко и услышал краем уха Лева: какая же тепленькая, если двадцать лет остывала?... что дед, – шептало вокруг, – почти тридцать лет... что видеть сына не захотел, или даже руки не подал, или даже плюнул и ногой растер, при народе... – приходилось сглатывать. (Битов, с. 48)

С помощью двух представленных повествователей, согласно интенции автора, комментариев на метаакциональном уровне по поводу выражения *прошел сквозь строй* и номинации *это словечко*, соотносящееся с прилагательным «тепленькая», имеющим мощный отрицательный в данном контексте в русской культуре коннотативный потенциал, что отмечено и графически, реализуется вербализация концепта национальной трагедии, ответственности и вины на примере нескольких поколений одной семьи, принадлежащей к академической среде, члены которой по-разному повели себя в период исторических испытаний и которые по-разному осмысливают всю ситуацию.

Каскадное комментирование, репрезентирующее сложность номинации, соотносящейся с лексемой *репутация*, которая в результате парафразирования вербализуется повествователем как *самая неопределенная вещь*, представлено в следующем примере.

Пример 4

У Левы была определенная репутация, то есть та самая неопределенная вещь, к которой все инстинктивно стремятся, но не все обладают. Очень трудно четко выразить, что это такое – репутация – и из чего состоит. Но мы попытаемся окружить ее многими невнятными словами, с тем чтобы потихоньку сомкнуться вокруг понятия. То есть мы хотим попытаться справиться с задачей не словами, которых нет для определения столь любопытного, но ускользающего явления, как «репутация», – а стилем, напоминающим по фактуре ее поверхность... (Битов, с. 120-121)

Утверждение повествователя, что для обозначения репутации нет слов, хотя дефиницию данного понятия дают все толковые словари русского языка, свидетельствует о значимости репутации человека, особенно в определенный исторический период, в котором обозначение позиции и отношения к событиям человека своими поступками и делами играет особенно важную роль в концепте национального сознания. В данном случае мы видим индивидуально-авторское осмысление понятия *репутация* в художественном дискурсе, детерминированное историко-социальным и культурно-национальным контекстом. Речь в романе идет о нравственно-политической и социально-психологической ответственности людей в непростой период отечественной

истории и их реакции на определенные события, а также об осознании чувства собственной вины.

2. Метакоммуникативный комментарий возможной вербализации

Эксплицитная тематизация на метаакциональном уровне предпринимаемой формулировки представлена в примере 5.

Пример 5

*Они (аристократы. – Л. Б.) могли служить, исполнять, руководствуясь понятиями чести и долга, не входя ни в какие конфликты с совестью.... Эта-то их способность и проявилась. Они ничего не приняли из перемен, но остались жить в измененном мире с тем, чтобы сохранить в себе хотя бы те присущие им и несущие их структуру черты, которые **словно бы** могут являться общечеловеческими, как то: честность, принципиальность, верность слову, благородство, честь, мужество, справедливость, умение владеть собой... Они потеряли все, но эти черты им бы хотелось потерять в последнюю очередь: это была их природа. Но и эти черты не имели возможности уцелеть вне их классовой сущности, абстрактно, вне смысла происходящего и при отсутствии, отнятости самой почвы. Последовательное проведение в жизнь, осуществление подобных черт и принципов грозило немедленной гибелью, измена им – была немислима: это была бы нравственная гибель, – и родился удивительный психологический феномен, позволивший им выжить. **Его можно было бы назвать «абсолютной аполитичностью», и это было бы близко, но не полно.** ... Им пришлось, подсознательно, сделать вид, что никакой измены не было, и никогда больше не прикасаться к этому вопросу, чтобы не дай бог не расковырять его и не выпустить на свободу «джинна» совести, испепеляющего русскую душу со скоростью света. И стали они, как нерусские люди... (Битов, с. 110-111).*

Предложенный вариант формулировки оценивается как не отражающий в полной мере суть явления. Предпринимаемый автором метакоммуникативный комментарий, соотнесенный с лексемой (удивительный психологический) феномен детерминирован всем предыдущим повествованием и является попыткой вербализации обозначенного фрагмента русской действительности концептуальной картины мира, опосредованной авторским художественным замыслом. Предлагаемая номинация, которая фокусирует внимание читателя на описываемых экстралингвистических событиях, квалифицируется повествователем как близкое по сути обозначение, но не охватывающее в полной мере все нюансы этого явления российской действительности.

Пример 6

*Лицо его было сделано крупно и неплохо, довольно мужественное лицо, несколько сероватое, из тех, что даже у чистоплотных людей кажутся нематыми или слегка порочными; было и еще выражение, не очень броско, но четко расположенное в его лице, – **его можно было бы назвать выражением самолюбия: некая сумма отблесков вызова, скрытности и недоверия.** Так он исподволь поглядывал на прохожих, со скрытой насмешкой, что ли, особенно на девушек – тут скрытая усмешка чуть возрастала и почему-то очень его выдавала не открытостью выражения, а наоборот, его скрытностью,*

ощущением невероятного напряжения воли, уходящей на эту скрытость. (Битов, с. 232)

В данном примере эксплицитно тематизируется возможная вербализация выражения лица одного из персонажей. Наглядно проявляется принцип кооперации с потенциальным читателем, на обсуждение с которым и выносятся предлагаемая формулировка.

3. Отсутствие возможности вербализации

Пример 7

*Дядя Диккенс (Дмитрий Иванович Ювашов), или дядя Митя, прозванный Диккенсом лишь за то, что очень любил его и всю жизнь перечитывал, и еще за что-то, **что уже не в словах**, – воевал во всех войнах, а в остальное время, за небольшими промежутками, – сидел.* (Битов, с. 33)

С помощью данного коммуникативного комментария активизируется интерес потенциального читателя и его размышления по поводу того, за что Ювашов любил Диккенса.

Метакоммуникативный комментарий речевого поведения данного персонажа представлен в примере 8:

Пример 8

И нельзя сказать**, чтобы дядя Митя много рассказывал – ничего он не рассказывал (не из осторожности, а потому, что стало ...можно), – но, странное дело, стоило дяде Мите **употребить слово** «Гражданская», или «Отечественная», или «Кресты» – так это уж была действительно «Гражданская», «Отечественная», «Кресты», – и будто сам Лева там дядю Митю видел. Дядя Митя, очерк души, **прямо скажем**, несчастный, **создавал рядом с собою факт простым словоупотреблением. (Битов, с. 39)

Предлагая изначально некорректную формулировку, которая на метаакциональном уровне подлежит ревизии, повествователь, предлагая альтернативную вербализацию *ничего он не рассказывал*, прибегает к речевому действию – уточнение, которое оформлено также графически. Характеризуя на метаакциональном уровне положительно личность данного персонажа как *очерк души – несчастный*, повествователь эксплицитно комментирует манеру речевого поведения Ювашова при назывании исторических, национально релевантных реалий и событий и ее значимость для главного героя романа, постигающего и осмысляющего историю жизни таких людей, как дядя Митя и дед.

4. Метакоммуникативный комментарий с выбором лексем

Метакоммуникативный комментарий (пример 9) сопровождает выбор лексем при описании внешности одного из героев романа, Дмитрия Ивановича Ювашова, и если первая экспликация на метаакциональном уровне предвещает сравнение, акцентируя его легитимность, то вторая экспликация свидетельствует о значимости и важности данного персонажа, несмотря на все пережитые героем испытания:

Пример 9

*...А глаза – миндалевидные, широко брошенные, огромные, хотя и монгольские, – были, **иначе не скажешь**, как у коня, храпящего и косящего... К этой громоздкости портрета следует прибавить, что сам дядя Диккенс был высушен и миниатюрен, **а маленьким назвать его было нельзя...*** (Битов, с. 33)

В следующем примере повествователь прибегает к комментарию на метаакциональном уровне уже предложенной лексемы, подчеркивая тем самым ее важность и определяя характер труда главного героя. Комментарий имеет также графическое оформление, что подчеркивает переход на иной, нежели нарративный уровень повествования.

Пример 10

Пушкина он обожествлял, в Лермонтове прозревал свой собственный инфантилизм и относился снисходительно, в Тютчеве кого-то (не знаем кого) открыто ненавидел. Заканчивает Лева свою историческую новеллу (иначе мы не можем это определить) рассуждением о правомерности собственных построений. (Битов, с. 276)

Затруднения, связанные с однозначной формулировкой, тематизированы эксплицитно в примере 11, в котором репрезентированы две альтернативные формулировки.

Пример 11

Юноша этот, несмотря на мороз, был без пальто и без шапки, причем было видно, что так он ходит всю зиму, а не просто выскочил в ближайший магазин за вином. По какому признаку это было очевидно, трудно сказать: то ли не было в нем того возбуждения и нетерпения, которое естественно для раздетых людей на морозе, то ли так спокойно он стоял – не дрог, не переминался, что было понятно, что это для него привычное дело, закалка... (Битов, с. 231-232)

5. Метакоммуникативный комментарий с некоторым ограничением

Допустимость предпринятой формулировки с некоторым ограничением репрезентирует следующий метакоммуникативный комментарий:

Пример 12

Нет, он не смотрел на нее ни восторженно, ни восхищенно, ни умиленно – просто во взгляде его не было и тени сомнения, что Фаина – единственная на земле женщина и о достоинствах и недостатках ее говорить не приходится, потому что сравнения нет и быть не может. Так выглядят, наверное, счастливые люди, неотъемлемыми друг от друга...

У Левы все замерло от любви к ней, именно к ней, ни к кому больше – и себя в этом не было. Впервые, быть может, за все время его чувство и можно было назвать любовью, разве что еще какой-нибудь один далекий момент, самый первый, уже забытый им. (Битов, с. 251)

6. Метакоммуникативный комментарий с указанием на тип выражения

В примерах 13 и 14 тематизируется буквальность предпринимаемых формулировок, являющихся или фразеосочетаниями, которые воспринимались героем как образное выражение.

Пример 13

Лева брел в этом неудавшемся пространстве, вываливаясь в дыры света и снова пропадая. Его трясло крупной неправдоподобной дрожью: не было бы преувеличением или образом выражение «стучать костями» – оно было бы буквально. (Битов, с. 96)

Пример 14

Туда, в пустоту, уходил пустырь, с бурьянами и свалками: чуть ближе, прямо в поле, было трамвайное кольцо, действительно кольцо (Лева раньше думал, что выражение это образное, а не буквальное). Оно поблескивало в черной траве, и трамвая не было. (Битов, с. 59)

Таким образом, анализ метакоммуникативных комментариев в романе «Пушкинский дом» А.Г. Битова показывает, что подобного рода речевые действия на метаакциональном уровне, комментирующие выбор той или иной лексической единицы, позволяют выявить интенции и речевые тактики повествователя, соответствующие замыслу писателя. И несмотря на то, что этот процесс касается отдельных высказываний в письменном художественном дискурсе, важным представляется тот факт, что метаязыковые высказывания могут служить «исследовательской базой для выявления мировоззренческих установок языковой личности, социокультурных умонастроений, психологического состояния человека и общества в целом» (Вепрева 2002, с. 76). При этом следует учитывать, что «художественная картина мира – вторичная, опосредованная картина мира, причем она опосредована дважды – языком и индивидуально-авторской концептуальной картиной мира» (Попова, Стернин 2007, с. 8).

Литература

1. Битов А.Г. Пушкинский дом: роман. – М.: Вагриус, 2007.
2. Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002.
3. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагматический и когнитивный аспекты: монография. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2007.
4. Ляпон М.В. Смысловая структура сложного предложения и текст. К типологии внутритекстовых отношений. – Москва: Наука, 1986.
5. Онишко С.Г. Характер квалифицирующего комментирования номинаций в прозе М. Цветаевой // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – №2. – С. 84-86.
6. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальное сознание. – Изд. 3., перераб. и доп. – Воронеж: Истоки, 2007.
7. Firlé M. Erzählen als Sprachhandlung in der poetischen Kommunikation // LS/ZISW, R. A Arbeitsberichte 167. – Berlin, 1987.

В.Ю. Бурносова (Воронеж)

Фразеологические обороты как средство выразительности в художественном тексте (на примере сказки Е.В. Клюева «Отзывной Календарь»)

Аннотация: В статье на примере литературной сказки Е.В. Клюева анализируются виды фразеологических сочетаний как средства выразительности в художественном тексте.

Ключевые слова: фразеологические сочетания, семантика, языковые средства выразительности.

Abstract: Using the example of a fairy tale by E.V. Klyuev, the paper analyzes the types of phraseological units as a means of expression in a literary text.

Key words: phraseological units, semantics, linguistic means of expression.

Цель данной статьи – проанализировать устойчивые выражения в тексте литературной сказки, определить их роль при создании образа главного героя.

Фразеологизм, согласно «Словарю лингвистических терминов» Т.В. Жеребило, – это «устойчивый оборот, значение которого основано на возникновении постоянного контекста, возникающего тогда, когда одно из слов выпадает из свободного употребления, превращаясь в компонент составной лексемы. По существу, в основе образования фразеологизма лежит семантическое опрощение. Степень семантического опрощения различна. Чем древнее фразеологизм и чем менее он связан со словами общего употребления, тем менее мотивировано фразеологическое значение» (Жеребило 2005).

В «Словаре лингвистических терминов» Д.Э. Розенталя и М.А. Теленковой приводится следующее определение фразеологизма: «Лексический неделимый, устойчивый в своем составе и структуре, целостный по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы» (Розенталь, Теленкова 1985).

По степени семантической слитности В.В. Виноградов выделяет три вида фразеосочетаний: 1) фразеологические сращения – фразеологизмы, значение которых абсолютно не выводимо из значений составляющих их компонентов (*ни в зуб ногой*); 2) фразеологические единства – фразеологизмы, целостное значение которых выводимо из значений слов-компонентов, но не прямо, а через образное представление (*мелко плавать, как с гуся вода, ломиться в открытую*); 3) фразеологические сочетания – особый структурно-семантический тип фразеологизмов, значения которых выводимы из значений составляющих их компонентов, обычно в состав таких устойчивых сочетаний входят слова со свободными и фразеологически связанными значениями» (Виноградов 1946).

В Энциклопедическом словаре-справочнике А.П. Сковородникова приводится четвертый вид фразеологизмов – фразеологические выражения, под которыми понимаются фразеологизмы, целостное значение которых складывается из свободных значений их компонентов (*люди доброй воли, вопросительный знак, заработная плата, центр тяжести*) (Сковородников 2011).

Отметим, что сращения, единства и сочетания относятся к идиоматическим словосочетаниям, в то время как фразеологические выражения в идиоматику языка не входят.

Иной подход к классификации фразеологизмов по степени семантической слитности их компонентов предлагают М.М. Копыленко и З.Д. Попова. Данный подход предполагает использование семемного анализа при определении степени семантической слитности компонентов устойчивых выражений (анализируются все типы сочетаний лексем во всех возможных сочетаниях семем, которые несут эти лексемы). К фразеосочетаниям исследователи предлагают относить сочетания, в состав которых входят только коннотативные семемы (K11 – K3) (Копыленко, Попова 2010).

Материалом исследования послужил текст литературной сказки Е.В. Клюева «Отрывной Календарь» (Клюев 2003, с. 3-5).

На первом этапе исследования методом сплошной выборки из текста сказки были выделены фразеосочетания – всего 10 единиц: *шуточное дело, (быть) на виду, написано на лице (на лбу), как не бывало, день за днем, на глазах (худеть), растративать себя, хоть отбавляй, на износ (работать), сбиться с ног*.

Затем было описано лексикографическое значение каждого фразеологизма по данным трех словарей: «Фразеологический словарь русского литературного языка» под ред. А.И. Федорова (ФСФ), «Фразеологический словарь русского языка» под ред. В.Н. Телии (ФСТ); «Учебный фразеологический словарь» под ред. Н.М. Шанского (ФСШ).

Представим интегрированное лексикографическое значение устойчивых выражений.

ШУТОЧНОЕ ДЕЛО

Фразеологизм представлен только в одном словаре: ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. Экспрес. Очень важно, совсем не пустяк.

Да и любой на его месте засмутился бы: шуточное ли дело – висеть у всех на виду! (Клюев 2003, с. 3)

НА ВИДУ

Фразеологизм представлен только в одном словаре: ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Устар. Прост. 1. Тот, кто, выделяясь из числа других, обращает на себя внимание влиятельных людей, начальства. 2. у кого. В положении, состоянии доступности для обозрения.

Да и любой на его месте засмутился бы: шуточное ли дело – висеть у всех на виду! (Клюев 2003, с. 3)

В данном контексте актуализируется второе значение устойчивого выражения «В положении, состоянии доступности для обозрения».

НА ЛИЦЕ (НА ЛБУ) НАПИСАНО

Фразеологизм представлен в таких словарях, как: ФСФ, ФСТ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. Экспрес. (ФСФ) Сразу заметно (ФСТ); легко определить по внешнему виду (ФСТ); по выражению лица видно (ФСФ), что переживает, думает этот человек (ФСФ).

С ними ему предстояло прожить долгую и интересную жизнь, что Отрывной Календарь, конечно, ужасно радовало – и радость эта была прямо **написана** у него **на лице**. (Клюев 2003, с. 3)

Далее в тексте сказки есть контекст, в котором фразеологический оборот перестает выполнять свою функцию: Е.В. Клюев обыгрывает ситуацию, при которой на листке (=лице) календаря написано слово «радость»: С ними ему предстояло прожить долгую и интересную жизнь, что Отрывной Календарь, конечно, ужасно радовало – и радость эта была прямо **написана** у него **на лице**. – «Дайте-ка я прочту, что у Вас **на лице написано**, – присмотрелась к нему Картина-с-Противоположной-Стены и прочла: – «Радость».

КАК НЕ БЫВАЛО

Фразеологизм представлен только в одном словаре: ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. Экспрес. Кто-либо бесследно исчез или что-либо бесследно исчезло.

А утром следующего дня с него сорвали первый листок – первого января **как не бывало!** (Клюев 2003, с. 3)

ДЕНЬ ЗА ДНЕМ

Фразеологизм представлен в таких словарях, как: ФСФ, ФСШ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Неизм. (ФСШ), Разг. (ФСФ), Экспрес. (ФСФ) Постепенно (ФСШ); однообразно, без всяких изменений (ФСШ); кто-либо бесследно исчез (ФСФ) или что-либо бесследно исчезло (ФСФ).

Так и пошла вперед его жизнь – **день за днем**: второе января, третье, четвертое... февраль, март» (Клюев 2003, с. 3)

Фразеологизм, с одной стороны, используется в прямом значении «Постепенно; однообразно, без всяких изменений», с другой стороны, актуализируется образ движения времени (второе января, третье, четвертое... февраль, март) в виде смены листков календаря.

НА ГЛАЗАХ (ХУДЕТЬ)

Фразеологизм представлен только в одном словаре: ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. 1. В непосредственной близости от кого-либо. 2. При жизни, во время деятельности кого-либо. 3. Разг. Экспрес. Довольно быстро; так, что можно наблюдать, замечать. 4. у кого. Не таясь, открыто; не скрываясь.

Отрывной Календарь не замечал, что **худеет на глазах**. (Клюев 2003, с. 3)

В тексте сказки фразеологизм используется в следующем значении: «Довольно быстро; так, что можно наблюдать, замечать»: ежедневно от него отрывали листки, и из-за этого календарь быстро уменьшался в объеме.

РАСТРАЧИВАТЬ СЕБЯ

Фразеологизм представлен только в одном словаре: ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. Экспрес. Употреблять свою энергию, свои физические и душевные силы на что-либо мелкое, пустое, недостойное.

Да так... **растрачиваете свою жизнь** направо и налево – вот и худеете! (Клюев 2003, с. 3)

ХОТЬ ОТБАВЛЯЙ

Фразеологизм представлен в таких словарях, как: ФСШ, ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. (ФСШ, ФСШ). Неизм. (ФСШ). Экспрес. (ФСФ). Очень (ФСШ, ФСФ), слишком много, в избытке (ФСШ).

А она, между тем, шла и шла – дел было **хоть отбавляй!** (Клюев 2003, с. 3)

НА ИЗНОС (РАБОТАТЬ)

Фразеологизм представлен только в одном словаре: ФСФ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

1. что. До полной негодности. 2. С полной отдачей сил, до изнеможения (работать). 3. О работе, требующей полной отдачи сил.

– Вы, дорогой мой, **работаете на износ**, – в середине октября обратилась к Отрывному Календарю очень щадившая себя Хрустальная Люстра, которую зажигали только по большим праздникам. (Клюев 2003, с. 5)

Анализ семантики данного фразеологизма показывает, что автор сказки активно использует такой прием выразительности, как полисемантизм выражения. С одной стороны, в середине текста сказки актуализируется значение «С полной отдачей сил, до изнеможения (работать)»: И каждый день был полон событий, о которых ему **надо было успеть напомнить всем в доме**. Два дня назад, например, был первый день весны – самое важное событие в году! И только в конце сказки читатель понимает, что был актуализирован и такой смысл, как «До полной негодности»: Листки с Отрывного Календаря слетали так быстро, что он даже не успевал провожать их взглядом, – до тех пор, пока не остался последний, 31 декабря. «Ну, вот и всё, – подвело за Отрывной Календарь итог его жизни Ленивое Кресло. – Так бывает с каждым, кто возлагает на себя неподъемные задачи».

СБИТЬСЯ С НОГ

Фразеологизм представлен в таких словарях, как: ФСФ, ФСШ. Приведем интегрированное определение данного выражения:

Разг. (ФСФ, ФСШ). Экспрес. (ФСФ). Сильно устать (от хлопот, беготни, суеты и т. п.) (ФСШ, ФСФ); хлопотать до изнеможения (стремясь сделать что-либо или в поисках кого-либо, чего-либо).

А приблизительно с середины месяца все просто **сбились с ног**: пришло время подарков. (Клюев 2003, с. 5)

Таким образом, анализ фразеосочетаний, входящих в текст сказки Е.В. Клюева «Отрывной календарь», показывает следующее.

Большая часть фразеологических оборотов относятся к моносемным единицам: ШУТОЧНОЕ ДЕЛО, НА ЛИЦЕ (НА ЛБУ) НАПИСАНО, КАК НЕ БЫВАЛО, ДЕНЬ ЗА ДНЕМ, РАСТРАЧИВАТЬ СЕБЯ, ХОТЬ ОТБАВЛЯЙ, СБИТЬСЯ С НОГ (7 выражений), только три фразеосочетания являются полисемными: (БЫТЬ) НА ВИДУ, НА ГЛАЗАХ (ХУДЕТЬ), НА ИЗНОС (РАБОТАТЬ). Одно из выражений в сказке Е.В. Клюева вербализуется в двух значениях (НА ИЗНОС РАБОТАТЬ).

С точки зрения степени семантической слитности все анализируемые сочетания относятся к фразеологическим единствам.

Е.В. Клюев активно использует фразеологизмы в качестве эффективного средства выразительности, при этом большая часть фразеологизмов относится к описанию главного героя – Отрывного календаря.

Только один из оборотов (РАСТРАЧИВАТЬ СЕБЯ) был подвергнут автором трансформации – при сохранении значения он представлен в несколько ином виде – РАСТРАЧИВАТЬ СВОЮ ЖИЗНЬ.

В одном из примеров (НАПИСАНО НА ЛИЦЕ) автор использует языковую игру, при которой данное выражение в одном случае представлено как устойчивое выражение, а в другом – как свободное сочетание слов.

Фразеологизм ДЕНЬ ЗА ДНЕМ актуализирует образ движения времени в виде механической смены листков календаря.

Литература

1. Большой фразеологический словарь русского языка / [авт.-сост.: И.С. Брилева и др.]; отв. ред. В.Н. Телия. – М.: АСТ-Пресс, 2009.
2. Виноградов В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1946. – С. 45-96.
3. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. – Изд. 4, испр. и доп. – Назрань: Пилигрим, 2005.
4. Клюев Е.В. Сказки на всякий случай. – М.: Новое лит. обозрение, 2003.
5. Копыленко М.М., Попова З.Д. Очерки по общей фразеологии: фразеосочетания в системе языка. – Изд. 2. – М., 2010.
6. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителей. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Просвещение, 1976.
7. Сковородников А.П. Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты. – Изд. 3, стереотип. – М.: Флинта, 2011.
8. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка: около 13000 фразеологических единиц. – 3-е изд., испр. – М.: АСТ: Астрель, 2008.
9. Шанский Н.М., Боброва Т.А. Этимологический словарь русского языка. – М.: Прозерпина: Школа, 1994.

А.С. Иванова, О.В. Новоселова (Тверь)

Манипулятивные приемы в новостных заголовках электронных СМИ

Аннотация: В статье представлены результаты лингвистического анализа манипулятивных приемов, используемых в заголовках новостных статей крупнейших российских и зарубежных электронных изданий. Проведен анализ лексических и синтаксических средств, которые позволяют автору новостного заголовка оказать прагматическое воздействие на массового адресата и привлечь внимание широкой аудитории к новостному сообщению.

Ключевые слова: СМИ, новости, заголовок, манипулятивный прием, лингвистический анализ.

Abstract: The paper presents the results of a linguistic analysis of manipulative techniques used in the headlines of news articles in the major Russian and foreign electronic publications. The analysis of lexical and syntactic tools that have a pragmatic impact on the mass addressee and draw the attention of a wide audience to the news message is carried out.

Key words: media, news, headline, manipulative technique, linguistic analysis.

Волна глобальной цифровизации и информатизации не обошла стороной и российские медиа – все крупные СМИ в настоящее время публикуют свои материалы на сайтах в Интернете, что позволяет обеспечить максимально возможный охват читательской и зрительской аудитории, а также дает возможность журналистам и издателям проиллюстрировать публикуемые материалы всевозможными мультимедиа – изображениями, анимацией, видео и гиперссылками, сделав по-настоящему впечатляющие и захватывающие информационные сообщения.

В условиях современного медиaprостранства, где аудитория встречается с внушительным количеством информации, заголовок становится ключевым элементом новостной заметки, который привлекает внимание читателей (Новоселова 2024; Новоселова, Агошкова 2022). Именно из заголовков аудитория узнает, о чем будет идти речь в публикации, и решает, хочет ли она уделять время на чтение такой новости. Заголовок – это фактически название публикации, раскрывающее ее основную тему, презентующее самую суть содержания медиатекста (Исакова 2024, с. 148). Поэтому исследование манипулятивных приемов в заголовках поможет понять, какие механизмы используются в СМИ для привлечения внимания широкой аудитории.

Новостные заголовки также выполняют и ряд других функций. Они играют важную роль в формировании общественного мнения, влияют на решение аудитории – продолжить знакомство со статьей или перейти к прочтению новых заголовков, поэтому важно проанализировать языковые средства их поверхностной манифестации, так как с формальных показателей начинается знакомство адресата с новостной заметкой. Кроме того, различные СМИ могут по-разному преподносить одну и ту же информацию, используя определенные стилистические и риторические приемы. Исследование таких приемов поможет проанализировать, как лексика, стилистика и структура заголовков отражают редакционную политику и ценности тех или иных медиа, а также может дать возможность оценить этические аспекты использования манипулятивных приемов в заголовках и их последствия для общества.

Одним из технических способов привлечения внимания к заголовку является место его размещения. Как правило, заголовок публикации размещается в самом заметном месте страницы –верху основного текста. Его выделяют большими буквами и/или жирным шрифтом, что мгновенно привлекает взгляды читателей и побуждает их прочесть если не всю статью, то ее заголовок. Для СМИ характерно и то, что сенсационные и скандальные заголовки часто помещают на обложку издания или на стартовую страницу – ведь именно из-за таких «громких» и злободневных заявлений многие читатели и принимают решение купить свежий номер или подписку на Интернет-издание.

Манипулятивные приемы и манипуляции в текстах СМИ – это техники, используемые для воздействия на восприятие и поведение аудитории с целью

формирования определенного мнения или побуждения к конкретному действию. Они могут включать в себя искажение фактов, эмоциональные апелляции, использование недостоверных данных, предвзятости или субъективные интерпретации событий. Такие приемы направлены на то, чтобы контролировать восприятие информации и создавать желаемую реакцию у читателей, слушателей или зрителей, что может подрывать объективность и правдивость представленных материалов (Данилова 2022, с. 483-488).

Рассмотрим используемые манипулятивные приемы в заголовках новостных статей в современном медиапространстве на примере таких авторитетных российских и зарубежных изданий, как РБК, The Telegraph и International Herald Tribune.

Так, в издании РБК зафиксирован заголовок «*Ситуация уже напряженная*»: почему падает рубль и что будет дальше (РБК, <https://pro.rbc.ru>, дата обращения 06.10.24 г.). Данной формулировкой названия материала автор привлекает внимание внушительного количества читателей, поскольку курс национальной валюты – это тема, затрагивающая вопросы благосостояния абсолютно каждого гражданина. Более того, указанная тематика обсуждается в свете сложной экономической ситуации в стране. Использование цитаты «*ситуация уже напряженная*», которая, как выясняется из текста статьи, принадлежит управляющему директору «Газпромбанк» Егору Сусину, придает данной информации авторитетность и весомость – она взята из экспертных оценок и мнений людей, которые непосредственно работают в сфере финансов и разбираются в происходящем. Наречие «уже» создает ощущение надвигающейся катастрофы. Ведь, как известно, рубль падает постоянно и непрерывно на протяжении десятилетий, о чем свидетельствуют стабильные темпы инфляции в стране. И если ситуация вдруг стала «уже напряженной», то значит есть ухудшения, и, следовательно, нужно обязательно прочитать данный материал – непременно и внимательно, чтобы быть в курсе надвигающегося экономического кризиса.

Другой манипулятивный прием в рассматриваемом примере – риторический вопрос «что будет дальше?», который не требует точного или правильного ответа на него. Тем не менее, такой вопрос затрагивает интересы каждого человека и побуждает познакомиться с текстом статьи.

Среди зарубежных СМИ также распространено манипулирование вниманием читателей при помощи заголовков. Так, например, в британском издании The Telegraph можно увидеть новость «*Why Britain risks breaking point as debt rockets towards £3 trillion*» (URL: <https://www.telegraph.co.uk>, дата обращения 06.10.24). В этом примере бросаются в глаза идиома «*breaking point*» и метафора «*rockets*». Благодаря использованию перечисленных языковых средств, у читателей складывается ощущение, что Британия находится на грани потери равновесия, в поворотной точке – «*breaking point*» – из-за стремительного роста государственного долга. Конечно, поднятая тема в целом важна для каждого, однако складывается впечатление, что каждый гражданин и резидент несет персональную ответственность за этот долг. При этом общеизвестно, что государственный бюджет и долг – это управленческие вопросы, решаемые на государственном уровне и лежащие в плоскости механизмов международных

финансовых отношений. Метафора «*rockets*» применительно к госдолгу передает стремительный и неукротимый характер его роста, как будто угрожающего чему-то или кому-то.

Построенный таким образом заголовок новостной статьи выносит административный вопрос в область непосредственного внимания каждого жителя страны, не имеющего, однако, полного представления об экономических процессах. Тем не менее, в результате такой подачи информации у адресата возникнет чувство беспокойства, волнения или тревоги.

Издание International Herald Tribune содержит экспрессивный заголовок «*Elon Musk leaps to Trump's side in Rally Appearance*» (<https://www.nytimes.com>, дата обращения 06.10.24). Как известно, Илон Маск поддержал Дональда Трампа в предвыборной гонке Президента США. Здесь слово «*leaps*» (буквально – «прыгает»), употребленное в переносном значении, указывает на эмоциональную составляющую данного действия, как бы говоря о том, что Маск стал поддерживать Трампа не на фоне каких-то рациональных соображений, а на волне эмоций. Этот случай может способствовать подражательному поведению у избирателей.

Таким образом, проведенный анализ манипулятивных приемов, используемых в заголовках российских и зарубежных СМИ, показал, что журналисты и редакторы регулярно используют преувеличения и метафоры для того, чтобы привлечь внимание широкой аудитории и вовлечь ее эмоционально в знакомство с публикуемыми материалами.

Отметим также такие манипулятивные приемы, как использование эмоционально окрашенной лексики, риторических вопросов, а также использование кратких заголовков. Эти механизмы помогают создать определенный эмоциональный фон, который способствует повышению интереса к статье и формированию определенных ожиданий у аудитории.

Литература

1. Данилова Е.В. Манипулятивный потенциал современных интернет-СМИ // Материалы Научной сессии. Сборник материалов Научной сессии института филологии и межкультурной коммуникации Волгоградского государственного университета. – Волгоград, 2022. – С. 483-488.
2. Исакова С.С. Лингвопрагматический аспект изучения медиатекста // AlatooAcademicStudies. – 2024. – № 2. – С. 147-157.
3. Новоселова О.В. XV Международные научные чтения «СМИ и массовые коммуникации – 2023» // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2024, № 1. – С. 145-149. – Режим доступа: www.tverlingua.ru.
4. Новоселова О.В., Агошкова А.А. Рекламный текст как объект лингвистического исследования // Студенческая наука к юбилею вуза: сборник научных трудов по материалам 50-й научно-практической конференции студентов и молодых ученых. – Тверь, 2022. – С. 618-620.

Источники примеров

1. «Ситуация уже напряженная»: почему падает рубль и что будет дальше // РБК. – URL: https://pro.rbc.ru/demo/66feb7bb9a79477d5795ac5c?from=vitrina_for_investors_1&utm_source=rbc.ru&utm_medium=inhouse_media&utm_campaign=vitrina_for_investors_1&utm_content=66feb7bb9a79477d5795ac5c&utm_term=10.4Z.noauth (дата обращения 06.10.24)

2. Elon Musk leaps to Trump's side in Rally Appearance // International Herald Tribune.
– URL: <https://www.nytimes.com/2024/10/05/us/politics/elon-musk-trump-butler-rally.html>
(дата обращения: 06.10.24).
3. Why Britain risks breaking point as debt rockets towards £3 trillion // The Telegraph.
– URL: <https://www.telegraph.co.uk/business/2024/10/06/why-britain-risks-breaking-point-as-debt-rockets-3-trillion/> (дата обращения: 06.10.24).

С.А. Кириллов (Воронеж)

Сопоставительный анализ стихотворения «Молитва» М.Ю. Лермонтова и его перевода на английский язык

Аннотация: В статье проводится сопоставительный анализ стихотворения «Молитва» М.Ю. Лермонтова жанровой отнесенности «литературная молитва» и его перевода на английский язык. С привлечением междисциплинарных данных и утвердившихся в филологической науке когнитивных технологий выявляются пространственные и временные значения текста.

Ключевые слова: когнитивные технологии, лингвистика текста, стилистика текста, теория текста.

Abstract: The paper provides a comparative analysis of the poem "Prayer" by M.Y. Lermontov of the genre of "literary prayer" and its translation into English. Using interdisciplinary data and cognitive technologies established in philological science, the spatial and temporal meanings of the text are revealed.

Key words: cognitive technologies, linguistics of text, stylistics of text, theory of text.

Современный этап развития филологического знания позволяет проводить анализ текста в следующих стратегиях: герменевтика текста (и типология смыслов как ее тактика), лингвистика текста (и типология пространственных и временных значений как ее тактика), стилистика текста (и типология стилей текста как ее тактика), а также речевая системность текста (и типология факторов и принципов системности текста как ее тактика) (Припадчев 2004).

В данной работе оригинальный текст М.Ю. Лермонтова «Молитва» и его перевод на английский язык рассматриваются в аспекте *лингвистики* и *стилистики текста* с учетом полифункциональности, то есть множественной значимости (Соссюр 1977) единиц текста и взаимодействия системы языка, системы речи и системы стиля. При этом речевые серии синтаксисом и синтагм выделяются по теории множеств (Кантор 1985, с. 184), а объем серии определяется по теории вероятности (Яглом 1957, с. 17).

Молитва

В минуту жизни трудную,
Теснится ль в сердце грусть,
Одну молитву чудную
Твержу я наизусть.

Есть сила благодатная
В созвучье слов живых,
И дышит непонятная,
Святая прелесть в них.

С души как бремя скатится,
Сомненье далеко –
И верится, и плачется,
И так легко, легко...

1839 (Лермонтов 1989, с. 35)

Функционально-семантическая категория пространства – это одновременность денотатов в тексте. Категория пространства является ключевой для истории общенаучной мысли, однако она может быть рассмотрена с лингвистических позиций. Отметим, что логико-познавательный и языковой аспекты тесно взаимосвязаны, а их изучение в отрыве друг от друга не представляется возможным.

Пространство наряду со временем является неотъемлемой частью бытия. В понимании пространства всегда имеет место определенное смысловое ядро, притом само это понятие по своему содержанию может меняться.

В историческом аспекте семантическое пространство жанра «литературная молитва»:

- антропоцентрично (на это указывает синтаксема я);
- темпоцентрично (серия союзов, восходящих к указательному местоимению с изначально локальным, а затем темпоральным значением и указывающих на одновременность денотатов в тексте: *и (верится)* – *и (плачется)* – *и (есть легко)*;
- логоцентрично (отношения «общее–частное»: *в минуту трудную – грусть; молитву – созвучье слов; бремя – сомненье*).

В структурном аспекте пространство жанра «литературная молитва» неявно расчленено по степени удаленности и местоположению объектов. На это указывает отсутствие в тексте указательных местоимений с семантикой замещенного лица, служащих для обозначения объектов, находящихся далеко, то есть распознаваемых по дальнедействующему контексту, кроме единичного использования местоимения со значением замещенного предмета-лица *в них* (в словах). При семантической декодировке данной синтаксемы векторы «вдали» и «вблизи» нейтрализуются.

Пространство литературной молитвы более расчленено по местоположению объектов «впереди-сзади». В частности, объекты сзади обозначаются названной выше синтаксемой «*в них*» (слово в речи полифункционально).

По критерию расчлененности семантическое пространство текста ретроспективно соотносится с мифологической космологией и ее элементами (я – человек), с теологической космологией и ее элементами (*сила благодатная – молитву*: обращенность к Создателю), а проспективно – с секуляризованной космологией, одним из центров которой является реальное, а также ментальное и оценочное пространство (*трудную – грусть; благодатная, чудную, легко; непонятная*).

В аспекте признаков семантическое пространство слабо обратно направлено. Радиус действия обратного указания составляет две строки (*слов – в них*).

В функциональном аспекте пространство жанра «литературная молитва» ментально и оценочно. Их обнаружением служит глагол со значением действия субъекта в ментальности (*твержу: твердил – твержу – буду твердить*, а также синтаксемы с семантикой оценки: *трудную – чудную; непонятная*).

Итак, речевые функции (значимости) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных категории пространства: 1) выражение антропоцентричности пространства; 2) выражение темпоцентричности пространства; 3) выражение логоцентричности пространства; 4) выражение слабой расчлененности пространства; 5) выражение слабой направленности пространства; 6) выражение ментальности и оценочности пространства.

Партитура (состав серий) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных пространственных значений текста: 1) одиночная синтаксема личного местоимения со значением персонажа-действителя: *я*; 2) серия синтаксем союзов, имеющих темпоральное значение и указывающих на одновременность денотатов в тексте: *и (верится) – и (плачется) – и (есть легко)*; 3) серия синтаксем и синтагм, указывающих на отношения общее–частное: *в минуту трудную – грусть; молитву – созвучье слов; бремя – сомненье*; 4) одиночная синтаксема личного местоимения: *в них*; 5) серия из синтаксем глагола со значением действия субъекта в ментальности: *твержу*, а также синтаксем с семантикой оценки: *трудную – чудную – непонятная*.

Функционально-семантическая категория времени – это последовательность денотатов в тексте.

В историческом аспекте время жанра «литературная молитва» неекторное, так как это фабульный текст. Это обозначается глаголами со значением настоящего вневременного, которое аккумулирует в себе все три вектора языкового времени (*теснится – есть – дышит – скатится – верится – плачется*).

В структурном аспекте время молитвы не членится на отрезки с относительной суточной длительностью. Это также обозначается глаголами с контекстуальным значением настоящего вневременного – слово в речи полифункционально (*теснится – есть – дышит – скатится – верится – плачется*).

В аспекте признаков время жанра «литературная молитва» обратимо, то есть порядок синтагм в тексте можно изменить. В тексте: *в минуту жизни трудную – теснится ль в сердце грусть – одну молитву чудную – твержу я наизусть*. В эксперименте: *твержу я наизусть – одну молитву чудную – теснится ль в сердце грусть – в минуту жизни трудную*.

В функциональном аспекте время жанра «литературная молитва» ментально. Оно не событийно (то есть основывается не на действиях, а на блоках информации), протяженно (то есть длительность каждого действия выходит за пределы суток), обратимо (то есть порядок синтагм в тексте может не соответствовать реальной последовательности действий).

Речевые функции (значимости) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных категории времени: 1) выражение

неекторности времени; 2) выражение отсутствия расчлененности времени; 3) выражение обратимости времени; 4) выражение ментальности времени.

Партитура (состав серий) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных временных значений текста: 1) серия синтаксем глаголов с контекстуальным значением настоящего вневременного: *теснится – есть – дышит – скатится – верится – плачется*; 2) серия синтаксем текста, для которых возможно их расположение в обратном порядке: *в минуту жизни трудную – теснится ль в сердце грусть – одну молитву чудную – твержу я наизусть*; в эксперименте: *твержу я наизусть – одну молитву чудную – теснится ль в сердце грусть – в минуту жизни трудную*.

В аспекте типов языка (до XVIII в.) формируется **стиль языка** как наджанровая величина. Он маркируется в тексте фактом тропов-аллегорий (*бремя скатится* – вторая номинация разрешения сомнения), размера – четырехстопного ямба (*в минуту жизни трудную* – VI|VI|VI|VV) и рифмы – перекрестной (*трудную – грусть – чудную – наизусть*).

В проекции на известную систему (М.В. Ломоносов) языковых функциональных стилей (Вомперский 1970) текст литературной молитвы соотносится с высоким стилем и со стилем художественной литературы.

Стиль языка вербализуется тропами, например, метафоры: *прелесть дышит* – семантическая структура тропа: конкретное значение (нечто в высшей степени привлекательное) + изменение функции понятия (имеет жизнь, живет) = абстрагированный по признаку неодушевленный образ (в словах молитвы имеет жизнь нечто в высшей степени привлекательное); *бремя скатится* – семантическая структура тропа: конкретное значение (тяжесть, груз) + изменение функции понятия (падет, станет ничтожным, малозначимым) = абстрагированный по признаку неодушевленный образ (былая тяжесть станет малозначимой); *сомненье скатится* – семантическая структура тропа: конкретное значение (нерешительность, неуверенность в истинности чего-л.) + изменение функции понятия (падет, станет ничтожным, малозначимым) = абстрагированный по признаку неодушевленный образ (былая нерешительность станет малозначимой).

В плане **стилистики речи**, кроме указанных реализаций пространства и времени, рассмотрим регистровое строение текста.

Рефлексивный регистр (лицо в ситуации) выражается неполной серией синтаксем существительных с семантикой предмета-лица в В. п.: *в минуту – молитву*.

Операционный регистр выражается формами Р. п. существительных с семантикой предмета-лица. Лицо (или реалія) не введено в ситуацию, оно вне ситуации. В тексте есть неполная серия таких синтаксем: *жизни – слов*.

Личностный регистр автора (лицо организует ситуацию оценкой) проявлен в серии синтаксема со значением оценки: *трудную – грусть; благодатная – святая; непонятная*.

Личностный регистр «персонажа-действителя» (лицо организует ситуацию ментальным действием) выражен одиночной синтаксемой формы И. п. главного действителя: *я (твержу)*.

Предметный регистр (вещное окружение лица) не типизируется по лексической семантике и грамматическим признакам. Данный регистр важен для горизонталей текста, в которых реализуется язык и его различительное означивание. Регистр остается в горизонтали текста: *в минуту – в созвучье*.

Понятийный регистр (когнитивное окружение лица) выражен существительными в И. п. с наиболее абстрактной семантикой: *грусть – сила – прелесть – время – сомнение*.

Речевые функции (значимости) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных регистрах речи: 1) выражение рефлексивного регистра; 2) выражение операционного регистра; 3) выражение личностного регистра автора; 4) выражение личностного регистра «персонажа-действующего»; 5) выражение предметного регистра; 6) выражение понятийного регистра.

Партитура (состав серий) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных регистрах текста: 1) неполная серия синтаксисом существительных с семантикой предмета-лица в В. п.: *в минуту – молитву*; 2) неполная серия синтаксисом существительных формы Р. п. с семантикой предмета-лица: *жизни – слов*; 3) серия синтаксисом со значением оценки: *трудную – грусть; благодатная – святая; непонятная*; 4) единичная синтаксема формы И. п. главного действующего: *я (твержу)*; 5) серия синтаксисом существительных в И. п. с наиболее абстрактной семантикой: *грусть – сила – прелесть – время – сомнение*.

Перейдем к анализу текста *в переводе* на английский язык, выполненном Линдси С. Перкинсом.

The Prayer

*In life's dark moments when with care
And grief my heart is sore,
The accents of a wondrous prayer
I whisper o'er and o'er.*

*They bring a blessing with each tone,
Those living words of light,
And breathe a charm before unknown,
A holy, calm delight.*

*The burdens of my doubts and fears
Far from my spirit go;
My faith, my penitential tears,
How easy, easy flow!*

1916 (The Russian Review 1916, p. 154)

Переложение английского текста на русский язык:

Молитва

*В темные моменты жизни,
Когда мое сердце уязвлено тревогой и горем,
Слова чудесной молитвы*

Я шепчу раз за разом.

*Своим звучанием они несут благословение,
Те живые светлые слова,
И дышат очарованием перед неизвестным;
Священным, тихим восторгом.*

*Время моих сомнений и страхов
Покидает мой дух;
Моя вера, мои слезы раскаяния,
Так легко, легко текут!*

В историческом аспекте *семантическое пространство* жанра «литературная молитва» антропоцентрично (на это указывают синтаксемы: *Я – ты /мое – ты /моих – ты /моего – ты /моя – ты /мои*), логоцентрично (на это указывают синтагмы и синтаксемы, обнаруживающие отношения общее–частное: *in dark moments /в темные моменты – with care and grief /тревогой и горем; tone /звучание – of words /слов*).

В структурном аспекте пространство жанра «литературная молитва» расчленено по степени удаленности и местоположению объектов. На это указывает наличие в тексте синтаксисом указательных местоимений с семантикой замещенного лица, служащих для обозначения объектов, находящихся далеко, то есть распознаваемых по дальнедействующему контексту (за пределы строфы): *they /они – those /ме*.

Пространство литературной молитвы более расчленено по местоположению объектов «впереди–сзади». В частности, объекты сзади обозначаются синтаксемами *they /они – those /ме* (слово в речи полифункционально).

По критерию расчлененности семантическое пространство текста ретроспективно соотносится с мифологической космологией и ее элементами (*Я – человек*), с теологической космологией и ее элементами (*blessing /чудесной – prayer /молитва: обращенность к Создателю*), а проспективно – с секуляризованной космологией, одним из центров которого является реальное, а также ментальное и оценочное пространство (отрицательная оценка: *dark /темные – care /тревогой – grief /горем; положительная оценка: blessing /благословение – wondrous /чудесной – charm /очарованием – delight /восторгом*).

В аспекте признаков семантическое пространство обратно направлено. Радиус действия обратного указания синтаксемами составляет до трех строк (*the accents /слова – they /они; the accents /слова – those /ме*).

В функциональном аспекте пространство жанра «литературная молитва» реально. Его обнаружением служат синтаксемы глаголов со значением действия субъекта в реальности (*whisper /шепчу*), а также со значением результативности (*bring (a blessing) /приносят (благословение) – go /уходят*).

Итак, речевые функции (значимости) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных категории пространства: 1) выражение антропоцентричности пространства; 2) выражение логоцентричности

пространства; 3) выражение расчлененности пространства; 4) выражение направленности пространства; 5) выражение реальности пространства.

Партитура (состав серий) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных пространственных значений текста: 1) серия синтаксисом, указывающих на персонажа-действителя: *I/я – ты/мое – ты/моих – ты/моего – ты/моя – ты/мои*; 2) серия синтаксисом и синтаксисом, обнаруживающих отношения общее–частное: *in dark moments /в темные моменты – with care and grief /тревогой и горем; tone /звучание – of words /слов*; 3) неполная серия синтаксисом: *they /они – those /те*; 4) серия синтаксисом и синтаксисом со значением действия субъекта в реальности: *whisper /шепчу*, а также со значением результативности: *bring a blessing /приносят благословение – go /уходят*.

В историческом аспекте **время** жанра «литературная молитва» не векторное, так как это по преимуществу фабульный текст. Оно обнаруживается глаголами с контекстуальным значением настоящего вневременного, которое аккумулирует в себе все три вектора языкового времени (*breathe /дышит*). Но при этом значительно присутствие в тексте глаголов с результативным значением (*bring a blessing /приносят благословение – go /уходят*), а также с предметным значением (*flow /текут*).

В структурном аспекте время молитвы не членится на отрезки с относительной суточной длительностью. Это также обозначается глаголами со значением настоящего вневременного (*breathe /дышит*).

В аспекте признаков время жанра «литературная молитва» необратимо, то есть порядок синтаксисом в тексте невозможно изменить при сохранении смысла. В тексте: *in life's dark moments /в темные моменты жизни – when with care and grief my heart is sore /когда мое сердце уязвлено тревогой и горем – the accents of a wondrous prayer /слова чудесной молитвы – I whisper o'er and o'er /я шепчу раз за разом – the accents of a wondrous prayer /слова чудесной молитвы – when with care and grief my heart is sore /когда мое сердце уязвлено тревогой и горем – in life's dark moments /в темные моменты жизни*.

В функциональном аспекте время жанра «литературная молитва» во многом операционно за счет присутствия глаголов со значением результативности (*bring a blessing /приносят благословение – go /уходят*), а также глаголов с обязательной позицией объектного падежа (*whisper the accents /прошептываю слова – bring a blessing /несут благословение; breathe a charm /дышат очарованием*). Оно не событийно (то есть основывается не на действиях), длительно (то есть длительность действий может не выходить за пределы суток) и обратимо (то есть порядок синтаксисом в тексте может не соответствовать реальной последовательности действий).

Речевые функции (значимости) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных категории времени: 1) выражение не векторности времени; 2) выражение нерасчлененности времени; 3) выражение обратимости времени; 4) выражение операционности времени.

Партитура (состав серий) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных временных значений текста: 1) серия синтаксисом и синтаксисом: *breathe /дышит – bring a blessing /приносят благословение – go /уходят – flow*

/текут; 2) необратимый порядок синтаксисом в тексте: *in life's dark moments /в темные моменты жизни – when with care and grief my heart is sore /когда мое сердце уязвлено тревогой и горем – the accents of a wondrous prayer /слова чудесной молитвы – I whisper o'er and o'er /я шепчу раз за разом*; в эксперименте: *I whisper o'er and o'er /я шепчу раз за разом – the accents of a wondrous prayer /слова чудесной молитвы – when with care and grief my heart is sore /когда мое сердце уязвлено тревогой и горем – in life's dark moments /в темные моменты жизни*.

Стиль языка как наджанровая величина маркируется в тексте фактом тропов-метафор (*words breathe a charm /слова дышат очарованием*), размера – четырехстопного ямба (*in life's dark moments when with care – VI|VI|VV|VI*) и рифмы – перекрестной (*care – sore – prayer – o'er*).

В проекции на известную систему (М.В. Ломоносов) языковых функциональных стилей (Вомперский 1970) текст литературной молитвы соотносится с высоким стилем и со стилем художественной литературы.

Оценка проявляется в тропах, например, метафоры: *words breathe a charm /слова дышат очарованием* – семантическая структура тропа: конкретное значение (слова молитвы) + изменение функции понятия (дышат чем-либо, то есть имеют это как главное средство к существованию) = абстрагированный по признаку неодушевленный образ (слова молитвы имеют очарование как имманентный признак); *the burdens go /бремя уйдет* – семантическая структура тропа: конкретное значение (бремя, тягота) + изменение функции понятия (уйдет прочь) = абстрагированный по признаку неодушевленный образ (тяготы уйдут прочь).

В плане **стилистики речи**, кроме указанных реализаций пространства и времени, рассмотрим регистровое строение текста.

Рефлексивный регистр (лицо введено в ситуацию) выражается серией синтаксисом существительных с семантикой предмета-лица в объектном падеже: *accents /слова – a blessing /благословение – a charm /очарованием*.

Операционный регистр выражается серией синтаксисом формы притяжательного падежа существительных с семантикой предмета-лица. Лицо (или реалитя) не введено в ситуацию, оно вне ситуации: *life's /жизни – of a prayer /молитвы – of light /светлые – of doubts and fears /сомнений и страхов*.

Личностный регистр автора (лицо организует ситуацию оценкой) проявлен серией синтаксисом со значением оценки: отрицательная оценка: *dark /темные – care /тревогой – grief /горем*; положительная оценка: *blessing /благословение; wondrous /чудесной – charm /очарованием – delight /восторгом*.

Личностный регистр «персонажа-действителя» (лицо организует ситуацию действием) выражен единичной синтаксисом формы субъектного падежа главного действующего: *I/я*.

Предметный регистр (вещное окружение лица) не типизируется по лексической семантике и грамматическим признакам. Данный регистр важен для горизонталей текста, в которых реализуется язык и его различительное означивание. Регистр остается в горизонтали текста, его обнаружениями служат синтаксисомы: *in moments /в моменты – the accents /слова – tears /слезы*.

Понятийный регистр (когнитивное окружение лица) выражен неполной серией синтаксем существительных в субъектном падеже с абстрактной семантикой: *the burdens /бремя – faith /вера*.

Речевые функции (значимости) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных регистрах речи: 1) выражение рефлексивного регистра; 2) выражение операционного регистра; 3) выражение личностного регистра автора; 4) выражение личностного регистра «персонажа-действителя»; 5) выражение предметного регистра; 6) выражение понятийного регистра.

Партитура (состав серий) текстообразующих средств жанра «литературная молитва» в данных регистрах текста: 1) серия синтаксем существительных с семантикой предмета-лица в объектном падеже: *accents /слова – a blessing /благословение – a charm/ очарованием*; 2) серия синтаксем и синтагм формы притяжательного падежа существительных с семантикой предмета-лица: *life's /жизни – of a prayer /молитвы – of light /светлые – of doubts and fears /сомнений и страхов*; 3) единичная синтаксема формы субъектного падежа главного действующего лица: *I /я*; 4) неполная серия синтаксем в субъектном падеже с абстрактной семантикой: *the burdens /бремя – faith /вера*.

В ходе анализа пары текстов удалось выявить **аспекты тождества и различия** между ними. При сохранении антропо- и логоцентричности в данных категории пространства в переводном тексте устраняется темпоцентризм, которой нейтрализовывалась оценочность. В структуре текстового пространства более явным становится его расчлененность и направленность.

В данных категории времени сохранена его не векторность, нерасчлененность и условно сохранена обратимость. Однако ментальный характер текстового времени в переводе заменен операционным.

По данным словового состава синтагм, ритм текста оригинала в переводе в целом выдержан: силлабо-тонический ритм и количество стоп (четыре ямбические стопы) сохранены. Различие в ритмическом строе, обусловленное несоответствием ритмики русской и английской речи, состоит в замене пиррихия в конце первых и третьих строк на ямбическую стопу. Вызванное этим возможное увеличение темпа речи компенсируют пунктуационные и интонационные особенности, а также анжамбеман.

Структура тропов при переводе в целом сохранена, но их образная насыщенность снижена за счет употребления общеязыковых выражений.

В аспекте стиля речи в тексте перевода антропоцентрическая модель заметно усилена: отмечается шесть ее примеров (по преимуществу в форме косвенности, т.е. со значением лица в пространстве) против одного (в номинативе как обнаружении лица во времени) в исходном тексте. Это подтверждается количественным усилением рефлексивного и операционного регистров в английском тексте. Данный вывод соотносим с высказанной ранее мыслью о пропорции форм косвенности и именительного падежа как обнаружении пространственного, пространственно-временного или временного регистра речи (Кириллов 2024). В связи с этим также можно отметить отчетливость понятийного регистра русского текста, где синтаксемы абстрактной семантики в именительном падеже регулярно актуализируются как существующие во времени, а не в пространстве.

Индивидуально-авторские стили также различны: они выявляются по смысловой сигнификативной модели (Кириллов 2024).

Помимо того, имеются различия в жанровом отношении. В русском тексте молитва представлена как предстояние перед трансцендентным лицом, что предполагает диалогический характер речи, ее открытость для ответа, а также направленность оценки на себя. В переводном тексте молитва представлена с большей лиричностью, как рассуждение, то есть в монологической форме при направленности оценки на всех молящихся.

Композиция английского текста представлена как асимметрия (Карцевский 2004, с. 239) фабулы и усиленного сюжета, а в русском тексте – как асимметрия фабулы и отсутствующего или мерцающего сюжета.

Литература

1. Вомперский В.П. Стилистическое учение М. В. Ломоносова и теория трех стилей. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1970.
2. Кантор Г. Труды по теории множеств. – М.: Наука, 1985.
3. Карцевский С.И. Из лингвистического наследия. – Т.2. М.: Языки славянской культуры, 2004.
4. Кириллов С.А. Когнитивные технологии в теории текстовых систем как основа межкультурной коммуникации (на материале стихотворения М.Ю. Лермонтова «Молитва» и его перевода на английский язык). Герменевтика текста // Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка: сборник научных статей / Науч. ред. А.В. Рудакова. – М.: Изд-во ООО «РИТМ», 2024. – Вып. 10. – С. 219-226.
5. Лермонтов М.Ю. Полное собрание стихотворений: в 2 т. / сост.: Э.Э. Найдич. – Л.: Советский писатель. Ленинградское отделение, 1989. – Т. 2. Стихотворения и поэмы. 1837–1841.
6. Припадчев А.А. Проблемы исторической лингвистики текста. – Воронеж: ИД ВГУ, 2004.
7. Соссюр Ф. Труды по языкознанию / Пер. с франц. под ред. А.А. Холодовича. – М.: Прогресс, 1977.
8. Русское обозрение. – 1916. – Т. 1. – №3.
9. Яглом А.М. Вероятность и информация. – М.: Гостехиздат, 1957.

Е.И. Клименко (Воронеж)

Авторские маркемы как фрагмент языковой картины мира писателя (на материале произведений Н. Готорна)

Аннотация: В статье описывается маркемологический подход к исследованию языка на примере работ Натаниэля Готорна.

Ключевые слова: маркемный анализ, маркема, семантический блок, индекс тематической маркированности.

Abstract: The paper represents the results of a markemic analysis at the example of Nathaniel Hawthorne's prose.

Key words: markemic analysis, markeme, semantic block, Index of Thematic Markedness.

Исследование литературных произведений Натаниэля Готорна является важным аспектом изучения американской литературы XIX века. Он считается одним из влиятельных авторов той эпохи, его произведения пронизаны глубоким символизмом и сложными моральными вопросами.

В данной статье мы попробуем проанализировать работы Н. Готорна в лингвистическом ключе, используя метод маркемного анализа. Маркемологический подход к исследованию языка художественного текста позволяет выявить ключевые смыслы творчества писателя на лингвистическом уровне.

Маркемный анализ – один из алгоритмических методов интерпретации литературных произведений, дающий возможность выявить аксиологию текста. Применяемый нами метод маркемного анализа представляет собой метод компьютерного выделения ключевых слов-маркем. Маркема – это одна из 50 проанализированных словоформ с максимальным положительным значением индекса текстуальной маркированности словоформ ИнТеМ (Фаустов, Кретов 2017). Для вычисления ИнТеМ используется программа тематического анализа английской лексики ProTemAL-Engl, созданная А.С. Гусельниковой – научный руководитель – д.техн.наук. И.Е. Воронина, научный консультант – д.ф.н. А.А. Кретов (Гусельникова и др. 2015).

В результате обработки собранных в единый файл текстов одного автора формируется маркемный список автора. Считается целесообразным выделять 50 маркем в произведениях одного автора. В качестве потенциальных маркем рассматриваются имена существительные как наиболее маркированная и ориентированная на внеязыковую действительность часть речи. К числу маркем относится абстрактная лексика, базовые понятия и лексемы, обозначающие природные объекты и артефакты-символы.

После обработки собранных в единый файл работ Н. Готорна был получен список словоформ с установленным для каждой из них ИнТеМ. Далее был составлен маркемный список Готорна, в который вошли 50 маркем с максимальным ИнТеМ.

Доминантной маркемой Н. Готорна является *consciousness* ‘сознание, сознательность’, вице-доминантой – *circumstance(s)* ‘обстоятельство, случай’.

Стратификация маркем на основе среднего значения позволила выделить ядерные и периферийные маркемы в работах Н. Готорна. Маркемное ядро составляют 18 маркем, маркемная периферия представлена 23 маркемами. В результате дополнительной стратификации ядерных и периферийных маркем установлены ядро и периферия ядра и ядро и периферия периферии.

Ядро ядра образуют 4 маркемы – *consciousness*, *circumstance(s)*, *disappointment*, *intelligence*; периферию ядра образуют 9 маркем: *accomplishment*, *contemplation*, *transformation*, *consideration*, *responsibility*, *individuality*, *imagination*, *astonishment*, *recollection*.

Ядро периферии образуют 12 маркем – *respectability*, *magnificence*, *understanding*, *cheerfulness*, *entertainment*, *opportunity*, *satisfaction*, *sensibility*, *companionship*, *conventionalism*, *melancholy*, *distinctness*; периферию периферии образуют 14 маркем – *atmosphere*, *observation*, *destruction*, *remembrance*,

providence, *experience*, *development*, *possibility*, *wilderness*, *earnestness*, *indistinctness*, *disposition*, *peculiarity*.

В результате семантической классификации маркемы Н. Готорна были распределены в 8 семантических блоков (СБ): ментально-перцептивные маркемы (СБ МентМ), эмоциональные маркемы (СБ ЭмоцМ), качественные маркемы (СБ КачМ), социальные маркемы (СБ СоцМ), фундаментальные маркемы (СБ ФундМ), межличностные маркемы (СБ МежлМ), морально-этические (СБ МорЭтМ) и натурфакты (СБ НатурМ).

В количественном отношении ключевым в работах Н. Готорна является семантический блок ментальных маркем (13) в составе *consciousness*, *consideration*, *recollection*, *conscience*, *comprehension*, *perception*, *imagination*, *impression*, *understanding*, *observation*, *intelligence*, *remembrance*, *contemplation*.

Семантический блок качественных маркем – 12: *possession*, *individuality*, *cheerfulness*, *sensibility*, *distinctness*, *indistinctness*, *disposition*, *earnestness*, *peculiarities*, *self-congratulation*, *tenderness*, *benevolence*.

Семантический блок фундаментальных маркем (10): *transformation*, *immortality*, *catastrophe*, *simplicity*, *providence*, *destruction*, *misfortune*, *wretchedness*, *opportunity*, *development*, *possibility*.

Далее идут маркемы, относящиеся к блокам социальных (7) и эмоциональных маркем (6):

СБ СоцМ – *circumstance(s)*, *atmosphere*, *experience*, *conventionalism*, *magnificence*, *accomplishment*, *respectability*;

СБ ЭмоцМ – *disappointment*, *contemplation*, *astonishment*, *entertainment*, *satisfaction*, *melancholy*.

Минимальное количество маркем – по 1 – характеризуют семантический блок межличностных отношений – *companionship*, блок натурфакты – *wilderness* и блок морально-этических маркем – *responsibility*.

Таким образом, можно точно сказать, что для Натаниэля Готорна самым важным является описание понятий, связанных с разумом, сознанием и восприятием человеком окружающего мира. Это подтверждается тем, что самым главным семантическим блоком является блок ментальных маркем.

Литература

1. Гусельникова А.С., Воронина И.Е., Кретов А.А. Модуль настройки естественного языка для выделения тематически маркированной лексики в текстах // Информатика: проблемы, методология, технологии: сборник материалов XV Международной научно-методической конференции. – Воронеж, 2015. – С. 250-254.
2. Фаустов А.А., Кретов А.А. Понятие маркемы и предварительные итоги маркемного анализа русской литературы // Вестник ВГУ. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2017. – № 4. – С. 16-31.

Лингвокреативность на грани риска

Аннотация: Статья посвящена анализу лингвокреативных способов передачи информации в рекламном тексте. Особое внимание уделяется примерам нарушения языковых, коммуникативных и этических норм.

Ключевые слова: языковая норма, лингвокреативность, рекламный текст.

Abstract: The paper is devoted to the analysis of linguistic and creative ways of transmitting information in an advertising text. Particular attention is paid to examples of violations of linguistic, communicative and ethical norms.

Key words: language norm, linguistic creativity, advertising text.

Вопросы функционирования языка и творческого использования возможностей языковой системы по-прежнему остаются в списке актуальных. В свое время Е.Н. Ремчукова предложила термин «массовый лингвокреатив», под которым понимается «интенсивная лингвокреативная деятельность русской языковой личности за пределами художественного текста, характеризующаяся перераспределением ролей между функциями языка: прежде всего реализуются коммуникативная и волонтиративная функции языка, в то время как эстетическая функция, ведущая в художественном тексте, имеет здесь второстепенное значение, так как конфликт между прагматикой и эстетикой в текстах массового лингвокреатива, как правило, определенно разрешается в пользу первой» (Ремчукова 2013, с. 84; Ремчукова, Махиянова 2015, с. 134).

Регулярно к творческим экспериментам прибегают авторы рекламных текстов, блогеры, представители масс-медиа, и наиболее яркие проявления лингвокреативности можно наблюдать в текстах баннеров, вывесок, билбордов и других форм наружной рекламы. Минимум объема и максимум воздействия, сочетание информации с прагматическими задачами – вот необходимые черты такого формата.

Большинство подобных текстов относятся к типу креолизованных, в которых текстовая часть воспринимается в совокупности с изобразительной частью, причем соотношение этих частей может быть различным. Одним из примеров классификации может служить следующее распределение: 1) взаимообусловленные тексты, в структуре которых вербальный и изобразительный компонент равноправны и подвергаются интерпретации в совокупности друг с другом; 2) тексты с определяющим вербальным компонентом, где изображение зависит от вербального компонента и без последнего смысл изображения может быть неясен или превратно истолкован; 3) тексты с определяющим визуальным элементом, где изображение доминирует, играя ведущую роль в раскрытии темы, и определяет интерпретацию вербальной части (Колтышева 2008, с. 171).

Учитывая указанную специфику, основная доля текстовой информации приходится на слоган.

Слоган – это микротекст, который может существовать и как фрагмент более объемного текста, и как самостоятельная рекламная константа, т.е. изолированно от других рекламных текстов. Например, женская косметика «Чистая линия»

снабжалась такими слоганами: *Чистая линия. Косметика российских трав и Косметика, внушающая доверие*, а торговая марка «Жокей» использовала слоган: *Кофе Жокей. Смотри на жизнь веселей!*

Общей чертой слоганов является антиномия информативной и экспрессивной функций языка, что влечет за собой поиск неоднозначных и оригинальных лингвистических средств выражения, а следовательно, проявление лингвокреативности.

Объектом исследования являются текстовые составляющие современной городской наружной рекламы, имеющие элементы нестандартного употребления языковых единиц.

Первое наблюдение касается окказиональных номинаций новых объектов, явлений, действий. Часть подобных неологизмов живет, пока актуальна реклама, некоторые остаются в употреблении на более долгий срок. Как правило, окказиональные слова являются глагольными формами, наречиями и существительными (см. рис. 1).

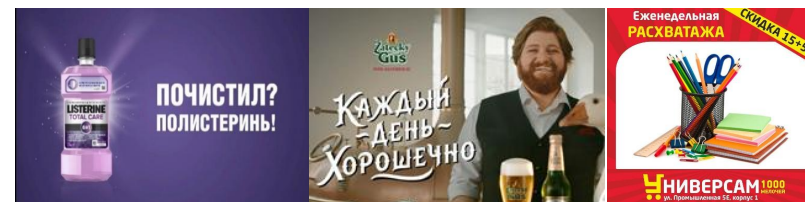


Рис. 1

Для привлечения внимания авторы рекламы придумали императив от названия жидкости для ополаскивания зубов «Листерин» (*полистеринь*), псевдочешское слово *хорошечно* для рекламы пива и существительное *расхватажа* для обозначения очень быстрой распродажи. Подобные примеры можно продолжить и вспомнить *скитлстранку* (скитлс + ветрянка), призыв «Шерь! Стримь! Сторь!» – в рекламе Мегафона, «Кэибэч на всём!» – слоган МТС. А заимствование из английского «не айс» из популярной когда-то рекламы жевательной резинки используется до сих пор в сленге для негативной оценки. Прочно вошли в русский язык и превратились в клише рекламные словосочетания «в одном флаконе», «сладкая парочка», «три в одном».

Примеры из НКРЯ подтверждают это:

Маша подняла глаза от чаши и посмотрела на меня. – Не айс, – вынесла она приговор. – Почему не айс? – искренне удивился я. [Андрей Клепаков. Опекун // «Волга», 2016]

И это все устроила сладкая парочка Демидов-Ескевич, причем один из них сейчас прибудет сюда. [Марина Зосимкина. Ты проснешься. Книга первая (2015)]

Участие члена семьи в лечебной программе – это три в одном: выздоровление созависимого члена семьи, резкое повышение эффективности лечения зависимого члена семьи и профилактика возможных расстройств у детей. [Реклама // «Психология на каждый день», 2011]

Веселый. Как говорится, всё в одном флаконе. Вот Довлатов, например, писал веселые вещи, но сам был грустен и даже трагичен. [Юрий Лепский. В поисках Бродского // «Дальний Восток», 2019]

Востребованность в рекламе окказионального и потенциального словообразования, таким образом, является работающим способом привлечения внимания и проявления творческих способностей рекламщиков.

Второе наблюдение касается использования неоднозначности языкового знака на разных уровнях.

С нами – значит с «правами»! (реклама автошколы, которая обыгрывает омонимы *права* – водительские документы, *права* мн. ч. от сущ. *право* – возможность осуществлять, делать что-л., признаваемая обществом и закреплённая законодательно).

Автомобиль «Лада». Заведи надёжного друга! (также омонимия глагола *завести* – «запустить двигатель» и «приобрести»).

Приведем и другие примеры неоднозначности (рис. 2).



Рис. 2

Показанные выше рекламные объявления можно считать креативными, но сложно считать приемлемыми: *Стояк гарантируем при комплексной замене водопровода и отопления. Я дала своему соседу месяц интернета и кабельного ТВ бесплатно. Каждому сосну или ель при покупке участка в экологически чистой зоне.* Языковая игра с омоформами в данном случае сопровождается дополнительными способами привлечения внимания (игра со шрифтами, отсутствие пунктуации, неподходящие иллюстрации), наталкивающими на определенную семантику, связанную с действиями интимного характера, говорить о которых не принято публично. Подобные лингвкреативные «двузначности», недопустимые с этической точки зрения, малоинформативны. Так, значение слова «стояк» согласно БТС: Вертикальный брус, столб, труба в каком-либо сооружении, устройстве и т.п., служащие для опоры или соединения чего-либо. *Стояк парового отопления. Стояки строительных лесов. Водоразборный стояк. Стояки потолка. Вбить гвоздь в стояк* [<https://gramota.ru/meta/stoyak>]. Таким образом, это элемент конструкции, который нельзя гарантировать (т.е. поручиться, взять обязательство). Гарантировать можно замену стояка, ремонт стояка. А если бы авторы рекламы действительно имели в виду дерево, которое обещано при покупке участка в экологически чистой зоне, то должны были поставить тире в знак пропуска сказуемого (*каждому – сосну*, т.е. каждому обещаем, гарантируем сосну).

Вопрос цензурности решают специалисты ФАС России, так как рекламная деятельность регулируется положениями ФЗ «О рекламе», в котором содержатся правовые нормы. По подсчетам специалистов нарушения закона только нарастают. Так, в 2021 г. антимонопольные органы рассмотрели 17 607 заявлений, а в 2023 г. уже 18 036 заявлений о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе [https://fas.gov.ru/pages/rezultati_raboti_v_reklame].

Как любой институциональный дискурс, реклама регулируется обществом, следовательно, должна отвечать принятым в обществе нормам культуры общения, которая опирается на систему национальной речевой культуры. Социальный аспект языковой нормы «проявляется не только в отборе и фиксации языковых явлений, но и в системе их оценок («правильно – неправильно», «уместно – неуместно»), причем эти оценки включают и эстетический компонент («красиво – некрасиво»). М.С. Саломатина предложила опираться на традиционное представление о культуре речи как феномене, функционирующем в виде трех аспектов – нормативного, коммуникативного и этического, для определения языковой формы, противоречащей общепринятым нормам морали и нравственности, что важно для установления оскорбительного характера высказывания (Саломатина 2022). Думается, что этот подход можно использовать и для анализа рекламного текста. Важно знать основные коммуникативные качества речи и учитывать их в процессе речевого взаимодействия. Таким образом, мы можем говорить о необходимом соблюдении трех типов норм (языковых, этических и коммуникативных) для получения качественного рекламного текста. А то, в каком объеме эти нормы соблюдаются, может оцениваться как степень ненадлежащего характера рекламы.

Нормативный аспект культуры речи предполагает соответствие речи сформировавшимся в данном языковом коллективе нормам. Коммуникативный аспект культуры речи предполагает соответствие текста сфере речевого взаимодействия, задачам общения, особенностям адресата. Соблюдение этических норм предполагает соблюдение требований чистоты и уместности речи.

Так, например, на рис. 3 представлены вывески, содержащие нарушения языковых норм – тавтологию (*осветительные светильники*) и орфографические ошибки (*децкая адежда*).

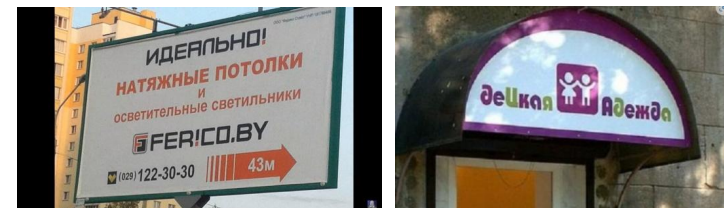


Рис. 3

Такая «креативность», безусловно, отрицательно влияет на восприятие информации, тем самым нарушая и коммуникативные нормы. К тому же в ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» закреплено недопущение употребления слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка.

О несомненной конфликтности рекламы свидетельствует использование окказиональных лексем, в основе которых лежит жаргонная, вульгарная, обценная лексика (*окурели, уху ели, зашибись, аннуительно, японуться*) (см. также примеры на рис. 4).



Рис. 4

На рис. 5 показана реклама, использующая дополнительно игру со шрифтами и рисунками, что, на наш взгляд, только усиливает нарушение этических норм. Такие новообразования негативно воздействуют на массовую аудиторию, часто дезориентируют потребителя и приводят к справедливому возмущению.

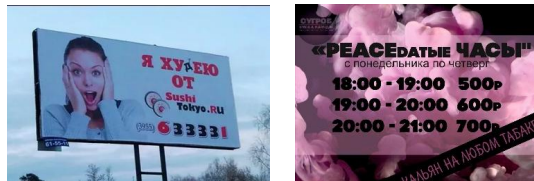


Рис. 5

Думается, что исправленный вариант приведенных примеров рекламных текстов вряд ли лишится прагматической направленности, так необходимой именно в рекламе. Игнорирование того факта, что реклама, ввиду массовости ее распространения, выполняет и воспитательную функцию, и функцию формирования ценностных ориентиров, представляется крайне опасным (Ряжских, Хорошунова 2020).

Таким образом, говоря о лингвокреативности, можно выделять ее разные проявления: от языковой игры и окказиональности до девиантности и недопустимости. Если нарушены все три аспекта речевой культуры, реклама имеет наивысшую степень рискогенности. «Литературный язык лишен цвета и запаха, он нужен как ткань, на которой вышивается узор. Узор, вышивка, отклонение от нормы не может существовать без ткани, холста, литературно-языковой основы. Норма существует для того, чтобы было от чего отклоняться; тогда включается стилистическая игра. Это высшая культура речи, но – от великого до смешного один шаг. Эти отклонения у одного – искусство, у

другого – монстр» (Тер-Минасова 2002, с. 20). Очень хочется, чтобы рекламных монстров было как можно меньше.

Литература

1. Колтышева Е.Ю. Креолизованная диктема как структурно-смысловой элемент рекламного текста // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. – 2008. – № 1. – С. 168-176.
2. Ремчукова Е.Н. Массовый лингвокреатив: преодоление стандарта // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2013. – № 2. – С. 83-90.
3. Ремчукова Е.Н., Махиянова Л.Р. Лексикограмматические механизмы лингвокреативности в сфере городской номинации // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2015. – № 2. – С. 132-141.
4. Ряжских Е.А., Хорошунова И.В. Эпатажные рекламные медиатексты с речевой неоднозначностью и их восприятие потребителем: лингвоэтический аспект // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 1. – С. 71-76.
5. Тер-Минасова С.Г. Интервью // Мир русского слова. – 2002. – № 4. – С. 20.

В.В. Салькова (Воронеж)

Синтаксические способы выражения эмоций в драматургическом тексте (на примере французской пьесы Робера Тома «Восемь влюбленных женщин» и ее перевода на русский язык)

Аннотация: Статья посвящена описанию способов передачи эмоций через синтаксис текста. Объектом исследования выступает пьеса «Восемь любящих женщин» Робера Тома. Отмечается, что синтаксис дает возможность создать особую эстетику текста, разрушить стандартные шаблоны речи и привлечь внимание читателя.

Ключевые слова: синтаксис, синтаксические средства, парцелляция, повтор, драматургия, эмотивность, экспрессивность.

Abstract: The paper is devoted to the description of ways to convey emotions through the syntax of the text. The object of the study is the play "Eight Loving Wives" by Robert Thomas. It is noted that syntax makes it possible to create a special aesthetics of the text, destroy standard speech patterns and attract the reader's attention.

Key words: syntax, syntactic means, parcellation, repetition, drama, emotiveness, expressiveness.

Изучение способов выражения эмоций в тексте представляет одну из важных задач современной лингвистики. Эмоции являются неотъемлемой частью процесса передачи смыслов и намерений в тексте. Для этого используются разнообразные средства языка – лексические, морфологические, словообразовательные и синтаксические. Именно синтаксическая экспрессивность представляет собой инструмент актуализации эмотивных значений текста. В отличие от морфологии синтаксис располагает большими возможностями, поскольку непосредственно выражает замысел автора благодаря наличию разнообразных стилистических приемов.

Известно, что читатель не всегда способен усмотреть в произведении истинную мысль автора или прийти к должному выводу, поэтому именно использование стилистических приемов помогает преумножить эффективность воздействия речи на читателя, усилить его интерес. По мнению немецкого филолога Эриха Ауэрбаха, именно пьесы (драматургические тексты) являются «посредником между устным и письменным наследием» (Ауэрбах 2000), занимая срединное положение между письменными и устными текстами и включая признаки обоих типов текстов. Для того чтобы более точно передать «внутренний спектакль», который уже успел сформироваться в сознании автора, тот прибегает к использованию различных синтаксических средств выражения эмоций: 1) риторические восклицания, утверждения и вопросы; 2) повторы; 3) парцеллированные конструкции; 4) инверсированные конструкции.

Особенностью большинства сценических коммуникаций является то, что они представляют собой тексты, созданные для того, чтобы быть впоследствии представленными, сыгранными актерами и воспринятыми аудиторией, читателями. Именно в синтаксисе театрального диалога имеются особенности, отличающие его от повседневного, даже поверхностного, диалога. Так и пьеса, будучи драматическим произведением, одновременно является и литературным произведением, и сценическим материалом, то есть его можно и «ставить», и читать. На примерах из пьес можно проследить передачу экспрессивности, выявить, какие именно синтаксические средства используются для передачи эмоциональности.

Множество пьес на французском языке были написаны в жанре герметичного детектива, который является популярным у читателей по всему миру. Указанный поджанр достаточно широко используется во французской литературе и подразумевает собой детективный роман, особенностью которого является то, что все его персонажи оказываются запертыми в «четырех стенах» и автоматически становятся подозреваемыми в убийстве. В отличие от знакомого читателю детектива, в произведении данного жанра автор делает акцент не на самом процессе расследования кого-либо дела, а на продумывании психологии персонажей, их внутреннего мира, создании запутанных и сложных взаимоотношений героев.

Материалом исследования послужила пьеса французского драматурга Робера Тома «Восемь любящих женщин» и ее перевод на русский язык С. Володиной.

Накануне Рождества восемь женщин, шесть из которых связывают родственные узы, а также горничная и кухарка, оказываются в особняке, изолированном от внешнего мира бушующим снаружи снегопадом. Происходит убийство. Никто не имеет права покидать особняк до выявления убийцы, который, возможно, скрывается среди представительниц женского пола. Автор создает атмосферу загадочности и тайны, которая сохраняется до конца пьесы.

Вводная сцена пьесы погружает читателя в атмосферу особняка, когда две служанки ведут откровенный разговор. Одна из них, мадам Шанель (*Madame Chanel*), выполняет свои обязанности по дому, находя в этом смысл и удовлетворение. Женщина искренне любит свою работу, поскольку считает, что всё, что она делает, для нее не просто обязательство. В то же время ее молодая помощница Луиза (*Louise*), недавно приступившая к работе в должности

прислуги, признается в том, что устроилась на работу в этот дом не по доброй воле. Дело в том, что именно жизненные обстоятельства вынудили молодую служанку, мечтающую о лучшем будущем, принять эту роль. Два контрастирующих персонажа раскрывают многогранность человеческих чувств и жизненного выбора. Анализируемые образы также представляют собой интригующую основу для дальнейшего развития сюжета пьесы.

Беседа мадам Шанель и Луизы наполнена риторическими восклицаниями и вопросами. Реплики Луизы демонстрируют ее недовольство нынешним положением и стремление к переменам. Использование упомянутых синтаксических средств объясняется необходимостью создать и передать читателю ощущение напряженности, что подчеркивает важность мыслей персонажей.

Например, в оригинальном тексте пьесы в разговоре с мадам Шанель Луиза отвечает той со спокойной интонацией (*«Pas beaucoup»* – с фр. *не совсем*), чего нельзя сказать о версии в переводе, где используются перевернутые восклицательные предложения (*«О, что вы! Я в восторге»*) для передачи недовольства Луизы условиями или текущей ситуацией.

Использование многоточия в конце реплики *«Faut bien vivre...»*, принадлежащей Луизе, помогает автору передать динамику речевого процесса. Живой речи присущи такие черты, как естественные паузы и колебания в голосе. В свою очередь многоточие, как стилистический прием, делает общение между двумя служанками более реалистичным для читателя. Также при переводе *«Faut bien vivre...»* с французского на русский язык прослеживается замена на утвердительное предложение *«Жить-то ведь как-то надо»*, в котором демонстрируется завершенность мысли и отсутствует недосказанность.

По сравнению с оптимистичной и жизнерадостной мадам Шанель, Луиза не может сдержать свое недовольство, которое хорошо прослеживается в репликах *«Evidemment!»* и *«C'est bien ma chance»*. Фраза *«C'est bien ma chance»* переводится как *«Ну и повезло же мне»*. Однако переводчик заменяет риторическое восклицание на повествовательное предложение *«Значит, мне не повезло»*. При переводе был использован прием контекстуальной адаптации, когда при переводе текста на другой язык учитываются культурные, социальные и эмоциональные аспекты контекста. В анализируемой ситуации перевернутое повествовательное предложение помогает лучше передать мысль персонажа, позволяя русскоговорящему читателю более точно воспринимать смысл прочитанного.

Риторический вопрос Луизы *«Que voulez-vous qu'on fasse d'autre?»*, который в оригинале переводится как *«Ну, и что вы хотите, чтобы мы делали?»*, в переводе был заменен фразой *«И никакого выхода!»*. Данная фраза в русском языке означает отсутствие иного пути решения и используется для внесения ясности в реплики Луизы. Восклицание *«Quel dimanche!»* (*Вот это вечерок!*) Луиза произносит с иронией и сарказмом, тем самым акцентируя внимание на неудобстве ситуации.

Отметим, что Луиза обращается с вопросами, выражающими недовольство, и передает свои переживания через восклицания, что заставляет читателя обратить внимание на безвыходность ее положения.

В первой сцене пьесы было обнаружено 31 восклицательное предложение, среди которых было 6 риторических восклицаний. Присутствие большого количества восклицательных предложений в диалогах создает атмосферу интенсивного взаимодействия персонажей в сцене. Предполагается, что автор пьесы использовал большое количество восклицаний для того, чтобы эффективно передать эмоции героини, подчеркнуть ее внутренние переживания и помочь зрителям ощутить драматизм происходящего в сцене 1 (см. Таблица 1).

Таблица 1

Оригинал	Перевод
Madame CHANEL: Quand on travaille dans une maison depuis quinze ans, on finit par croire qu'on est chez soi et que les enfants sont à vous !.. Vous verrez !..	ШАНЕЛЬ: Когда служишь в доме пятнадцать лет – начинаешь верить, что это твой дом и твои дети! Вы тоже это почувствуете со временем.
LOUISE: Si vous croyez que je vais passer ma vie à faire la boniche !	ЛИЗА (<i>насмешливо</i>): Вы что же, думаете, что я проживу всю жизнь в горничных?
Madame CHANEL: C'est un métier qui ne vous plaît pas?	ШАНЕЛЬ: А вам это не нравится?
LOUISE: Pas beaucoup.	ЛУИЗА (<i>с иронией</i>): О, что вы! Я в восторге.
Madame CHANEL: Alors, pourquoi le faites-vous ?	ШАНЕЛЬ: Тогда почему же вы этим занимаетесь?
LOUISE, <i>interdite</i> , puis: Faut bien vivre...	ЛУИЗА (<i>растерянно</i>): Почему? Жить-то ведь как-то надо.
Madame CHANEL: Vous êtes tombée dans une bonne maison, ici...	ШАНЕЛЬ: Вы попали в хорошую семью.
LOUISE: Vous trouvez ?	ЛУИЗА (<i>с иронией</i>): Вы так считаете?
Madame CHANEL: Ah ! de mon temps !.. Je veux dire du temps où Mademoiselle Suzon était là, c'était plais gai !	ШАНЕЛЬ: Конечно, при мадемуазель Сюзон здесь было веселее.
LOUISE: Evidemment ! C'est bien ma chance.	ЛУИЗА: Значит, мне не повезло.
Madame CHANEL: Nous allons passer de merveilleuses fêtes de Noël ! <i>Elle fouille dans le bureau à la recherche de ciseaux.</i>	ШАНЕЛЬ: Но рождество мы проведем великолепно! (<i>Ищет ножницы.</i>)
LOUISE: <i>qui croque le sucre qui reste.</i> C'est ça ! La veillée aux chandelles ! Que voulez-vous qu'on fasse d'autre ? On est à cinq kilomètres du village et avec toute la neige qui est tombée cette nuit, je ne pourrai même pas aller au bal. Quel dimanche ! Et même pas la télévision !	ЛУИЗА (<i>грызет оставшийся сахар</i>): Еще бы! Сочельник при свечах! Замечательно! И никакого выхода! Из этой дыры до ближайшей деревни пять километров. И то через лес. А ночью выпало столько снега. Я даже до деревенского бала не доползу. Хороший праздник! Телевизора – и того нет!
Madame CHANEL: La télévision ? Bah ! vous ne perdez rien, ça fait mal aux yeux !..	ШАНЕЛЬ: И, слава богу, от него болят глаза.

Вторая сцена (см. Таблицу 2) знаменует собой прибытие Маму (далее Бабушка). Большинство реплик заканчиваются многоточием или паузами,

которые в этой сцене выполняют следующую функцию: реплики, произнесенные служанкой Шанель, наполнены паузами, что помогает прочувствовать читателю отношение служанки Шанель к Бабушке. Многоточия могут быть интерпретированы как отражение воспоминаний. Паузы служат важным инструментом в создании эмоционального резонанса и исследовании динамики отношений. Эти элементы позволяют зрителям глубже погрузиться в систему взаимоотношений между персонажами.

В данной сцене также присутствует парцеллированная конструкция: «*On entend une voix de jeune fille qui appelle, dehors*» (*Слышен голос молодой девушки, снаружи*). В данном предложении, в частности в сценической ремарке, выделяется слово *dehors* (*снаружи*).

В переводе на русский язык наблюдается замена многоточий на восклицательные знаки, что в значительной степени меняет восприятие текста, его эмоциональную окраску. Пауза, которую хотел передать автор, переводчик сменяет восклицательными знаками, которые создают обстановку неожиданности. Данный прием приводит к тому, что теряется изначальный посыл, который скрывался за многоточиями, то есть читатель может не уловить намерения, которые были вложены автором в оригинальный текст.

Таблица 2

Оригинал	Перевод
MAMY: Elle est déjà là, ma bonne Chanel ?	БАБУШКА: А-а-а! Моя милая Шанель! Сюзон еще не приехала?
Madame CHANEL: Oui, Madame, votre petite-fille arrive... Regardez le beau sapin. On va le décorer !	ШАНЕЛЬ: Ваша внучка будет здесь с минуты на минуту. Я уже слышала гудок машины. Но дорогу так занесло, что они, наверное, с трудом пробираются.
	БАБУШКА (<i>осматривает елку</i>): Какая красавица!
	ШАНЕЛЬ: А мы ее еще украсим.
MAMY: Ça vous fait plaisir, n'est-ce pas?	БАБУШКА: Вы любите это делать?
Madame CHANEL: Oh oui !..	ШАНЕЛЬ: Очень! Больше всего на свете!
MAMY: Ah ! vous êtes gentille, vous!	БАБУШКА: Вы добрая женщина, Шанель.
	ШАНЕЛЬ: А к вам все добры, мадам.
Madame CHANEL. Pourquoi moi ? Mais tout le monde est gentil avec vous ici !	БАБУШКА: Да, я счастлива. Марсель приютил меня и Огюстину. Но все же мы здесь не дома.
MAMY: Oui, bien sûr ! Je suis heureuse que Marcel m'ai accueillie avec ma fille Augustine... Mais, vous savez, nous ne sommes quand même pas chez nous...	
On entend une voix de jeune fille qui appelle, dehors.	Вот она! Сюзон приехала! Собаки ее узнали и не лают!
La voilà ! Les chiens l'ont reconnue, ils n'ont pas aboyé...	
Madame CHANEL: C'est un record pour ces gueulards...	ШАНЕЛЬ: Подумать только какая у них память!

Конец детективной истории «Восемь любящих женщин» также демонстрирует активное использование автором и переводчиком синтаксических средств передачи эмотивности (Таблица 3).

Таблица 3

Оригинал	Перевод
Recul général de terreur. Catherine les regarde. GABY, dans un souffle. Tu ne... veux pas dire que... c'est toi qui... aurais ?.. CATHERINE. ...Qui aurais tué Papa? Qui parle de tuer ? Triomphante. Papa n'a jamais été mort ! Elle éclate, de rire. C'était ça, ma force à moi et ce qui me permettait de vous juger avec humour ! Papa n'a jamais été mort... Il est vivant ! Derrière sa porte ! Elle revit la scène de la nuit. « Ah ! Papy ! Non ! Ne pleure plus ! Les dames de la famille n'en valent pas la peine... Ecoute, je vais organiser une représentation à ton bénéfice... Dis, est-ce que tu as vu jouer « Le Malade imaginaire » ? Non ? Eh bien, dans « Le Malade imaginaire », le type fait le mort pour savoir ce que pensent sa femme, sa fille et toute la maison... Alors, regarde sur ton lit... je colle ce coupe-papier, genre poignard, dans le dos de ton pyjama... Je renverse de l'encre rouge partout... » Pauvre papa ! Il m'a d'abord regardée d'un drôle d'air ! Comme s'il faisait ma connaissance ! Puis il s'est mis à rire... mais à rire ! Ça lui a fait du bien de rire ! Je lui ai dit : « Elles vont crever de peur, toutes. Je le jure... Alors j'ai monté contre vous une énorme comédie macabre. J'ai téléphoné à Pierrette, coupé les fils du téléphone, endormi les chiens, détraqué la voiture, volé le revolver et les 500 000 francs de maman... J'ai subtilisé la clef de la chambre de papa, pour qu'on lui fiche la paix ! Bref, j'ai tout réglé, tout prévu... Même un attentat contre moi ! Et vous avez marché ! Il n'y a que Chanel qui, soudain, a eu un soupçon. Tu as vu papa derrière sa fenêtre, hein, c'est ça ? Chanel acquiesce. J'ai dû te faire peur. Excuse-moi, ma grosse, mais il fallait que tu te taises, que j'aie jusqu'au bout... Il fallait que toutes les vérités éclatent, la maison ne fait pas le détail ! Folle de joie. Oui, depuis ce matin, papa, bien vivant derrière cette porte et	Все в ужасе. ГАБИ: (бессильно шепчет) Ты хочешь сказать... Что... ты... ты... КАТРИН. Что я убила папу? Да нет же! Папа не умер! Он и не думал умирать! (Смеется.) Он жив! Он там за своей дверью! Я ему сказала: «Нет, нет, папа, не плачь, эти дамы не стоят твоих слез. Ты видел в театре «мнимого больного». Там один тип притворился мертвым, чтобы узнать, что думает о нем его жена, его дочь, его дом? Сейчас ты ляжешь в кровать, я воткну в спину твоей пижамы этот нож из бумаги – он похож на кинжал, и налью всюду красных чернил». Бедный папа, он сперва смотрел на меня как-то странно, словно до сих пор был не знаком со мной, а потом как захохочет. И ему от этого стало легче. Тогда я все устроила! Весь спектакль! Звонок Пьеретте – это я! Телефонные провода – это тоже я! Усыпила собак, вывела из строя автомобиль, стащила револьвер и две тысячи франков из маминной сумочки – все я. Подменила ключ от папиной комнаты, чтобы к папе не лезли зря! – тоже я, и вы всему поверили. Только Шанель засомневалась, только она! Шанель, толстуха моя. Я не хотела, тебя так сильно испугать, ты, наверное, увидела папу в окне, да? Шанель утвердительно кивает головой. А все остальное. Я сделала хорошо и добила своего. И теперь мы с папой уедем. Далеко-далеко. Папа! Папочка! Ты слышишь? Мы с тобой уедем! (Бежит наверх.) Папа!

n'ayant pas perdu un mot de tout ce que vous avez raconté, papa, libéré de vous toutes, attend que sa petite Catherine l'appelle, pour que nous partions loin... très loin... tous les deux ! Elle crie vers la chambre. Tu en as assez entendu, papa ? Tu es convaincu ? Alors, j'arrive ! Elle sort la clef de sa poche. La clef des champs !

Soudain, un coup de feu éclate derrière la porte. Le père vient de se suicider dans sa chambre. Catherine pousse un cri de bête blessée.

Звучит выстрел.

В конце пьесы автор использует такую стилистическую фигуру, как повторы, чтобы привлечь особое внимание к определенным репликам персонажей. Так, например, когда Катрин, младшая дочь хозяина особняка, сознается в том, что склонила отца к инсценировке собственной смерти с целью узнать истинное отношение членов семьи к нему, сделать его «счастливым», ее речь была переполнена повторами: «Il luttait, luttait...» в оригинале (фр. глагол *lutter* – *сражаться*. Он сражался и сражался...). В данном случае автором в тексте используется время l'imparfait stylistique для драматизации конкретного действия, его выделения, в то время как в русской версии пьесы этот драматизм немного недооценен: «Он стойко держался, но они были сильнее, чем он». Повтор «Il luttait, luttait...» (Он сражался и сражался...), используемый в оригинальном тексте для демонстрации нарастания напряженности в монологе Катрины, в русском тексте был заменен фразой «стойко держаться» в значении «быть непоколебимым, стойким, не поддаваться обстоятельствам» с целью воздействовать на адресата и добиться большего понимания сюжета читателем.

Повтор в репликах Катрины, касающихся ее отца: «...Qui aurais tué Papa? Qui parle de tuer? Triomphante. Papa n'a jamais été mort ! Elle éclate, de rire. C'était ça, ma force à moi et ce qui me permettait de vous juger avec humour! Papa n'a jamais été mort... Il est vivant ! Derrière sa porte!»

Используя в речи Катрины повторы в сочетании с разными пунктуационными знаками, обрамляющими предложения, автор стремится передать разные смысловые оттенки одной и той же фразы: «Papa n'a jamais été mort! Elle éclate, de rire» – «Папа никогда не был мертв! Она расхохоталась» (дословно с фр. разг. *éclater de rire* – разразиться смехом, покатиться со смеху).

Стоит отметить, что поскольку целью автора является детальное описание внутреннего мира персонажей пьесы, Робер Тома, делая авторские ремарки, использует прием парцелляции во фразе «Elle éclate, de rire». Автор оформляет на письме парцелляцию с помощью запятой, выделяя тем самым парцеллы «de rire» (от смеха), важный для понимания состояния Катрины, когда та говорит о своем отце: Катрина заставила всех родственников поверить в то, что отец умер. Она пытается показать, насколько девочка семнадцати лет, начитавшись детективных романов, устроила забавное на ее взгляд представление. Это представление вызвало у нее сильный смех, хохот. «Papa n'a jamais été mort... Il est vivant !» – «Папа никогда не был мертв... Он жив!» В конце предложения

ставится многоточие, что позволяет усилить интригу и сделать высказывание «*Il est vivant!*» (*Он жив!*) более загадочным.

В русской версии пьесы в переводе С. Володиной данные реплики словно соединяются в одно высказывание, и в результате предложения утрачивают ту экспрессивность, которую изначально заложил в реплики Катрины автор пьесы: «*Papa ne умер! Он и не думал умирать. (Смеется.) Он жив!*»

В речи Катрины появляется цепочка действий, следующих друг за другом: «*Alors j'ai monté contre vous une énorme comédie macabre. J'ai téléphoné à Pierrette, coupé les fils du téléphone, endormi les chiens, détaché la voiture, volé le revolver et les 500 000 francs de maman... J'ai subtilisé la clef de la chambre de papa, pour qu'on lui fiche la paix! Bref, j'ai tout réglé, tout prévu... Même un attentat contre moi! Et vous avez marché! Il n'y a que Chanel qui, soudain, a eu un soupçon Tu as vu papa derrière sa fenêtre, hein, c'est ça?*»

Вместе с тем, чтобы придать речи большую выразительность, переводчик использует прием парцелляции для привлечения внимания читателя к деталям. В русском тексте парцеллированные конструкции разделены друг от друга восклицательными знаками. В данных фразах присутствует не только парцелляция, но и неполнота – односоставные предложения: «*Тогда я все устроила! Весь спектакль! Звонок Пьеретте – это я! Телефонные провода – тоже я! Усыпила собак, вывела из строя автомобиль, стащила револьвер и 2 тысячи франков из маминой сумки – все я! Подменила ключ от папиной комнаты, чтобы к папе не лезли зря! – тоже я!*»

Фраза на французском языке «*J'ai* + действие в прошедшем времени» заменяется эквивалентами «*это я!*», «*всё я!*», «*тоже я!*».

Таким образом, ведущими синтаксическими средствами передачи эмотивности в тексте французской пьесы являются риторические восклицания, парцелляция и повтор. В результате анализа оригинального текста и его перевода было установлено 257 риторических восклицаний и 128 парцеллированных конструкций. Эти риторические приемы не только подчеркивают характерные черты высказанных идей, но и способствуют более глубокому пониманию художественного замысла, играют ключевую роль в передаче смыслов и настроений как в оригинале текста, так и в его переводе.

Литература

1. Ауэрбах Э. Мимесис. Изображение действительности в западноевропейской литературе. – Москва, СПб.: Per Se, Унив. кн., 2000.
2. Робер Тома. Восемь любящих женщин [пер.: С. Володина]. – URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?url=yabrowser%3A%2F%2F4DT1uXEPPrJRXIUfoewruGKMRkK4a4mWtVhuHF8RUJjzqh1dYZWFWsQWn3BxRQ6rJ8guPW97RsntDcnbmdPAY1Umw7KuGImPmEyCsV9bhWbKw6cT6Nn8ZfTSXJaETnroleiomiBzgvG44K_514chQ%3D%3D%3Fsign%3DzW6sPluEpxs8aUKrBWCKI4V7zWvzXmjrlr1-Tkxyrw4%3D&name=toma_01.doc&nosw=1.
3. Robert Tomas. Huit Femmes. – URL: https://tlf.msk.ru/books/Thomas_Huit_femmes_bl.htm.

М.А. Ульянова (Воронеж)

Религиозные значения концепта ЛЮБОВЬ в памятниках домонгольской письменности

Аннотация: В статье представлены значения слова «любовь» в тексте «Повести временных лет» по Лаврентьевскому списку. Значения слова выделены психолингвистическими и историческими методами.

Ключевые слова: концепт, семантика, любовь, Повесть временных лет.

Abstract: The paper presents the meanings of the word "love" in the text of The Tale of Bygone Years according to the Laurentian List. The meanings are distinguished by psycholinguistic and historical methods.

Key words: concept, semantics, love, A Tale of Bygone Years.

Классическое понимание лексикографии как науки о составлении словарных статей опирается на примеры употребления лексем. Но язык невозможно свести только к лингвистическим компонентам, так как его носителем является человек. К тому же удаленность исследователя от древнерусского письменного источника создает пласты новых смыслов при интерпретации. Поэтому возникает вопрос об описании концепта с учетом языкового сознания летописца, жанровости, культурных категорий домонгольского периода в «Повести временных лет» (далее – ПВЛ). Эти аспекты способен учесть лингвокультурологический подход к описанию семантики слова.

На примере концепта ЛЮБОВЬ из «Повести временных лет» представим методику лингвокультурологического описания (Стернин 1989; Рудакова 2017) концептуального гнезда «Божественная любовь».

При описании используются следующие сокращения: **доп.** – дополнительное значение, которое не зафиксировано в исторических словарях, а сформулировано исходя из употреблений в тексте Повести; **ИЯ** – индекс яркости отдельного значения; **СИЯ** – суммарный индекс яркости концептуального гнезда, включающий индексы яркости сем.

(доп.) *Любовь Бога к людям* (ИЯ 0,10): аще бы Бѣ любилъ васъ и законъ вашъ. то не бысте росточе[ни] по чюжимъ землямъ. еда намъ то же мыслите приати [ПСРЛ 1, стб. 86]; возлюбѣ Бѣ Аврама [ПСРЛ 1, стб. 92]; возлюбѣ Бѣ Аврама и плема его [ПСРЛ 1, стб. 93]; и возлюбѣ Бѣ Изрѣла [ПСРЛ 1, стб. 96]; Тако Бѣ възлюбившю новыѣ людѣ [ПСРЛ 1, стб. 99]; се есть Снѣ мои възлюбленны [ПСРЛ 1, стб. 103]; възвысила бо есть ваю свѣтоноснаѣ любви нбснаѣ [ПСРЛ 1, стб. 138]; ни на срѣце члѣву не взиде еже оуготова Бѣ любачимъ юго [ПСРЛ 1, стб. 207]; аекожъ видѣ ны волею к нему вбращаюшас. w тмами любве еже к намъ [ПСРЛ 1, стб. 224]; да не будетъ кого бо тако Бѣ любить аекоже ны възлюбилъ ѣсть [ПСРЛ 1, стб. 225]; терпѣти и пакы и до живота нашего. аеко вѣщ чадю свое любѣ [ПСРЛ 1, стб. 243].

Человеколюбие (ИЯ 0,02): и лготу ѿ мукъ не мстыти бо Гсѣ дважды w томъ. w неиздреченному члѣколюбю [ПСРЛ 1, стб. 224]; рѣшмъ слава тобѣ члѣколюбче. Поистинѣ дѣти моѣ разумѣте. како ти ѣсть члѣколюбецъ Бѣ. милостивъ и премлѣствъ [ПСРЛ 1, стб. 243]; аеко Бѣ и члѣколюбецъ [ПСРЛ 1, стб. 256].

Комментарий: любовь Господа к людям представляется летописцем всеобъемлющей. «Бог в своем провидении не забывает ни полян, ни саму Киевскую Русь» (Престель 2011, с. 28).

В.В. Колесов в работе «Древняя Русь: наследие в слове» отметил нерушимую связь между Богом и любовью: «Уже в «Повести временных лет» умелым подбором традиционных формул, цитат и просто расхожих выражений летописец выразительно описывает любовь как основу всего живого, живущего и живительного». Продолжая мысль, можно сказать: создателем «всего живого, живущего и живительного» является Бог, а значит он же и «основа» любви. «В новозаветном христианстве, которое исповедовали в Древней Руси, «любовь» почитается как сила, связующая ипостаси сущего в единое целое, представляя целое как живое» (Колесов 2004).

Примечательно, что слово «члвколюбче» употреблено летописцем только по отношению к Господу. Отец Небесный по определению любит человека, разделяя с ним горе и радость.

Таким образом, одним из значений любви в представлении книжника является «Проявление добродетели Бога к людям, его безусловная ко всем любовь, гарантирующая спасение».

(доп.) *Любовь к церкви* (ИЯ 0,08): и монастыреве починаху быти. и бѣ Ярославъ любѣа црквиныѣ оуставы [ПСРЛ 1, стб. 151]; попы любаше по велику [ПСРЛ 1, стб. 151]; вбиходивъ възлюбивъ чернечьскыи вбразъ [ПСРЛ 1, стб. 156]; и ходи по монастыремъ. и не възлюби Бѣ ни хоташо [ПСРЛ 1, стб. 156]; и възлюби мѣсто се. и вселися в не. и нача молитиса Бѣ со слезами глѣ [ПСРЛ 1, стб. 156]; излиха же любаше черноризци. [и] подааше требованье имъ [ПСРЛ 1, стб. 216]; еписпы и попы. и игумены. с любовью взимаите ѿ нихъ блсвлныѣ [ПСРЛ 1, стб. 245]; и митрополита такоже чташе санъ стльскыи. [и] не преслуша молбы его. Володимеръ бо такъ баше любезнѣвъ [ПСРЛ 1, стб. 264]; любовь имѣа к митрополиту [ПСРЛ 1, стб. 264]; паче же и чернечьскыи чинъ любѣа [ПСРЛ 1, стб. 264].

Комментарий: церковь «обладала разветвленной системой учреждений», занимающихся как религиозным просвещением средневекового человека, так и культурным. Формирование государственного и общественного устройства осуществлялось в тесной связи с политикой княжеской власти. «К 1237 г. на Руси насчитывалось уже 16 епархий, территориально близких к самым крупным княжествам» (Шапов 1989, с. 191).

Мысль о взаимодействии князя и церкви иллюстрирована во всех приведенных нами цитатах. По велению князей, которые рисуются неким мерилем духовных ценностей ([ПСРЛ 1, стб. 151], [ПСРЛ 1, стб. 264]), строятся монастыри [ПСРЛ 1, стб. 156]. Князь, «любовь имѣа к митрополиту», получает своего рода божественное одобрение.

Подобная любовь, исходя из ПВЛ, аксиоматична в случае правоверного христианина. Для летописца характерна формулировка положительной оценки на основе отношения правителя к религии, церкви и ее догматам. Например, «Ярославъ любѣа црквиныѣ оуставы», «Володимеръ бо такъ баше любезнѣвъ».

(доп.) *Любовь к Богу детьми его* (ИЯ 0,07): ꙗко възлюби свѣтъ. а тьму встави [ПСРЛ 1, стб. 61]; ни клеветы за клевету. но любовью прилѣпимса Гси Бзѣ

нашемъ [ПСРЛ 1, стб. 169]; ꙗко чада възлюбленѣа [ПСРЛ 1, стб. 188]; ꙗже кто рчѣтъ. любовь Ба а брата своего ненавижу ложь есть [ПСРЛ 1, стб. 203]; не любѣаи бо брата своего Ба ꙗкоже не видить како можетъ любити [ПСРЛ 1, стб. 203]; да любѣаи Ба любить брата своего [ПСРЛ 1, стб. 203]; молвить бо иже Ба любовь [ПСРЛ 1, стб. 252].

Комментарий: цитата [стб. 61, с. 44] требует пояснения по отношению к значению «Любовь к Богу детьми его». Следуя повествованию ПВЛ, речь произносит греческий патриарх после крещение Ольги. Слова, на наш взгляд, являются реминисценцией диалога Никодима и Иисуса (Ин. 3:19). Патриарх в Повести призывает Ольгу «возлюби свѣтъ», что значит обратиться с любовью к Богу.

Только человек, способный проникнуться к Господу, может полюбить «брата своего». Летописец обозначает одно из назначений Бога – учить христиан любви.

(доп.) *Любовь к меньшим, покорение и послушание старших* (ИЯ 0,04): паче же имѣти въ оустѣхъ Плтрь Двдвъ подобаетъ черноризцемъ. симъ бо прогонити бѣсовское оуныныѣ. паче же имѣти к собѣ любовь всѣмъ. меньшимъ и к старѣшимъ покоренье и послушанье [ПСРЛ 1, стб. 184]; старѣшимъ же к меньшимъ любовь и наказанье [ПСРЛ 1, стб. 184]; друзии сыро. въ любви пребывающе. меншии покарѣющеса старѣшимъ [ПСРЛ 1, стб. 188]; такоже и старѣшии има[ху] любовь к меньшимъ [ПСРЛ 1, стб. 188]; При старыхъ молчати. прмдрыхъ слушати. старѣшимъ покаратиса. с точными и меньшими любовь имѣти [ПСРЛ 1, стб. 243].

Комментарий: фрагменты сообщают о социальном укладе общества. «Славяне сначала жили небольшими патриархальными группами – родами, затем пришел общинный быт, где родовая связь уже слабела, появлялся некий союз, державшийся на общих интересах. Но сознания целостности, какой-то начальной государственности, не было. Поэтому любое человеческое действие, несущее зло, вред, рассматривалось лишь с частной точки зрения: как вина частного человека перед частным, которая требует ответа». Российский историк Б.Н. Миронов обозначил роль старшего мужчины в выстраивании коммуникативных отношений древнерусских людей. Профессор Л.Б. Алаева уточнила эту мысль, назвав крестьянскую общину едва ли не единственным источником культуры и права для жителя древней Руси. С учетом этих научных высказываний можно говорить, что в ПВЛ обозначена дидактическая функция старшего поколения по отношению к младшему. При этом лексема *любовь* употреблена летописцем в сочетании со словом «меньшимъ», а «покарѣюса», «покоренье», «покаратиса» – с «старѣшимъ». Книжник дифференцирует понимания любви: любовь к меньшим – милосердие, сострадание, «наказанье»; меньших же к старшим – «покоренье», послушание («При старыхъ молчати. прмдрыхъ слушати»).

(доп.) *Великая любовь, рожденная, в молитве, между братьями в монастыре* (ИЯ 0,04): И ѿпѣвше литургию вбѣдаша братѣа на скупъ кождо с боаеры своими. с любовью великою [ПСРЛ 1, стб. 182]; и приимаху брата в монастырь с радостью. тацѣ бо бѣша любовници и сдержцы. и постници. ѿ нихже намѣню нѣколико мужъ чюдныхъ [ПСРЛ 1, стб. 189]; ꙗже который братъ

въ етеро прегрѣшеные впадаше. оутѣшаху и епитемью. [единого брата раздѣлаху] К. г. ли. д. за великую любовь. тако бо баше любви в братьи тои. [и] въздержанье велико [ПСРЛ 1, стб. 188].

Комментарий: любовь великая, следуя тексту летописи, возникает в орбите всеобщего молитвенного состояния. Создается ощущение присутствия Бога, возникает возможность вступить в диалог с ним. Важно, что достижение любви великой реализовано в монастырских стенах. Историк языка и культуры Ф.Б. Успенский в работе «Иноческие имена на Руси» назвал монашеский постриг еще одним крещением, которое наделяет фигуру служителя сакральными смыслами (Успенский 2017).

Дефиниция приближение через молитву к великой любви выражает сему Бог в денотативной структуре концепта ЛЮБОВЬ.

(доп.) *Любовь совершенная* (ИЯ 0,03): Соломон же речъ братьѣ в бѣдахъ пособива бывають. любви бо естъ выше всего [ПСРЛ 1, стб. 203]; боѣзни нѣс в любви [ПСРЛ 1, стб. 203]; но свершена любви вонь измещеть боѣзнь. ꙗко боѣзнь мученье имать. боѣи же сѧ нѣс свершенъ в любви [ПСРЛ 1, стб. 203]; в любовь бо все свершается [ПСРЛ 1, стб. 203].

Комментарий: в сознании летописца любовь «выше всего». Концепт представляется идеализированной категорией духовной жизни. Любовь неспособна доставлять мученья («боѣзнь»). Она даруется человеку в качестве спасения.

(доп.) *Любящий Христа* (ИЯ 0,03): Равно другога свѣщанъѣ. бывшаго при црѣ Раманѣ и Костантинѣ и Стефанѣ. хслюбивыхъ влдѣхъ мы ѿ рода Рускаго. съли и гостѣ [ПСРЛ 1, стб. 46]; радуитасѧ свѣтлѣи звѣздѣ заоутра възходящии. но хслюбиваѣ стрѣпца. и заступника наша [ПСРЛ 1, стб. 139]; мира. И се да скажемъ что ради прозваса Печерьскыи монастырь. болюбивому бо князю Ярославу [ПСРЛ 1, стб. 155]; сии бо блговѣрныи князь Всеволодъ. бѣ | издѣтска болюбивъ [ПСРЛ 1, стб. 216].

Комментарий: как мы и говорили ранее, в распознавании понимания значения языковым сознанием летописца важен контекст. Во фрагменте *хслюбивыхъ* представлен в роли номинатива византийских императоров. Номинатив имеет однозначную положительную коннотацию. Позднее христоролюбивыми будут называть древнерусских князей. Например, академик С.В. Заграевский, анализируя происхождение прозвища князя Андрея Боголюбского, называл употребление прилагательного при номинации чина системным фактом: «Из всех приведенных цитат следует, что «Боголюбивый», «Боголюбимый», «Христоролюбивый» или «Христоролюбимый» (соответственно, и «Боголюбский») – вполне обычное почетное титулование князей в Древней Руси. В каких-то случаях оно могло быть эпизодическим, в каких-то – постоянным, но главное – оно было именно обычным и общепринятым. И когда Андрей совершил столь впечатляющий поступок, как заложение в течение одного 1158 года города, двух церквей (Рождества Богородицы и Покрова на Нерли) и Успенского собора во Владимире, вряд ли современники могли обойтись без такого титулования» (Заграевский 2014). Но назваться христоролюбивым мог только человек, который жил и действовал по христианским законам, следовал догматам церкви.

Например, как Борис и Глеб – символы праведных христиан, живущих по законам божьим и принявших мученическую смерть.

Поэтому точнее говорить о значении Любящий Христа лексем *хслюбивыхъ* и *болюбивъ* не в прямом смысле христианской любви. Слова при изображении правителей выступают оценочными эпитетами.

(доп.) *Поступки ради любви и во имя нее* (ИЯ 0,02): любви ради и грѣси расыпаются. любви бо ради сниде Гсѣ на землю [ПСРЛ 1, стб. 203]; любви ради мѣнци прольѧша крови своѧ [ПСРЛ 1, стб. 204]; любви же ради сии князь прольѧ кровь свою за брата своего [ПСРЛ 1, стб. 204].

Комментарий: мы обратили внимание при интерпретации семантики на слово «ради». Предлог при Р.п. реконструировал значение «Совершение чего-либо во имя каких-либо интересов» [ПСРЛ 1, стб. 204], любовь не оправдывает «прольѧ кровь». Семантика концепта подчеркивает подвиг Христа, отдавшего свою жизнь. Поступок, считает летописец, есть форма разделения мучений с родом человеческим.

Любовь – преодоление и возвышение блага других над своим. Упоминание распятия [ПСРЛ 1, стб. 204] отсылает к «церковному учению» об «искупительной жертве Иисуса Христа», которая «принесена за всех без исключения людей». Воскресение Иисуса засвидетельствовали христиане, тем сам получив надежду на спасение благодаря вере и любви. «В конечном итоге, именно вера в Иисуса Христа как Бога и Спасителя делает человека причастным к тайне спасения, открывшейся для всего человечества на Голгофе. Те, кто не уверовал в Иисуса Христа, остаются к ней непричастны» (Там же).

Неосознанно летописец формулирует еще одно значение концепта ЛЮБОВЬ – это спасение путем преодоления мучений.

Представленная в работе методика лингвокультурологического описания концепта ЛЮБОВЬ может быть применена для описания концептуального значения и других эмоций, вербализованных в тексте «Повести временных лет».

Литература

1. Заграевский С.В. К вопросу о происхождении прозвища князя Андрея Боголюбского и названия города Боголюбова // Материалы XVIII Международной краеведческой конференции (19 апреля 2013 г.). – Владимир, 2014.
2. Колесов В.В. Древняя Русь: наследие в слове. Кн. 3: Бытие и быт. – Санкт-Петербург: Филол. фак. СПбГУ, 2004.
3. Полное собрание русских летописей. Т. 1: Лаврентьевская летопись, вып. 1: Повесть временных лет. – Ленинград: Изд. АН СССР, 1926. – VIII, 286 стб.
4. Престель Дэвид К. Плоды провидения: языческая и священная история в Повести временных лет // *Rossica Antiqua* (Исторический факультет СПбГУ). – 2011. – №2. – С. 23–42.
5. Рудакова А.В. К вопросу о создании сопоставительных словарей русского языка // Сопоставительные исследования 2017 / Науч. ред. М.А. Стернина. – Вып. 14. – Воронеж: Истоки, 2017. – С. 16–21.
6. Словарь русского языка XI–XVII вв. Вып. 1–30 / АН СССР, Ин-т рус. яз. – Москва: Наука, Нестор-история, 1975–2015. – 30 т.
7. Срезневский И.И. Словарь древнерусского языка: в 3 т. – М., 1989.
8. Старославянский словарь (по рукописям X–XI веков) / Под ред. Р.М. Цейтлин, Р. Вечерки и Э. Благовой. – М.: Русский язык, 1994.

9. Стернин И.А. Экспериментальные методы в семасиологии. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1989.

10. Успенский Б.А., Успенский Ф.Б. Иноческие имена на Руси. – Москва: [б. и.]; Санкт-Петербург: Нестор-История, 2017.

11. Шапов Я.Н. Государство и церковь Древней Руси, X-XIII вв. – Москва: Наука, 1989.

О.С. Филимонова (Воронеж)

Идиостиль и аспекты языковой картины мира М.А. Булгакова в рассказах 1920-х годов

Аннотация: В статье рассматривается идиостиль и аспекты языковой картины мира М.А. Булгакова в рассказах 1920-х годов. Анализируются особенности использования языковых единиц в произведениях писателя, выявляются уникальные стилистические приемы и признаки стиля автора.

Ключевые слова: идиостиль, языковые средства, стилистические маркеры, языковая картина мира, текст, дискурс.

Abstract: The paper discusses the idiostyle and aspects of the language worldview in M.A. Bulgakov's short stories of the 1920s. The peculiarities of using language units in the writer's works are analyzed, unique stylistic techniques and the author's style characteristics are identified.

Key words: idiostyle, linguistic tools, stylistic markers, language worldview, text, discourse.

Художественный текст представляет собой систему, в которой взаимосвязь компонентов обусловлена не только законами языка, но и особенностями авторского мировосприятия и мироощущения. Смысл текста, особенности отображаемой действительности, особенности восприятия и мышления пишущего, использование различных возможностей языковых средств, принципы отбора языковых единиц и организация речетекстовой структуры произведения – то, что создает индивидуальный стиль писателя. Любой художественный текст всегда отмечен авторской индивидуальностью, так как является проявлением личности его создателя.

Одним из определяющих понятий в процессе анализа литературного текста является понятие идиостиля. В настоящей работе под идиостилем будет пониматься система индивидуальных особенностей личности автора, выражающаяся в отборе и комбинации языковых средств, их направленности на решение конкретных авторских задач; важно отметить, что в индивидуально-авторском стиле находит выражение мир писателя, отражающийся в наличии неповторимых образных средств, в стилистических текстовых особенностях и преобладанием языковых средств с актуализированными личностными смыслами (Болотнова 2001, с. 29). При изучении авторского стиля также необходимо рассматривать писателя как представителя конкретной нации и как носителя конкретного языка в конкретный исторический период. Таким образом,

мы будем понимать идиостиль, опираясь на коммуникативно-деятельностный и семантико-стилистический подходы.

Материалом исследования идиостилевых особенностей произведений М.А. Булгакова являются тексты четырех ранних рассказов писателя – «Полотенце с петухом», «Звездная сыпь», «Тьма египетская», «Пропавший глаз».

К стилеобразующим средствам следует относить лексические единицы (Караулов 1987, с. 93).

В результате сплошной выборки из рассказов М.А. Булгакова было выявлено 25 контекстов, содержащих сему «свет»: «свет молнии», «горение», «зажглась», «огонь лампы», «желтое мигание», «ярко освещена». Мотив света связывает все рассказы анализируемого цикла и неразрывно связан с образом лампы-молнии, которая фактически является единственным источником света во всем цикле. Сема «свет» содержится также в лексеме «солнце», которая встречается в тексте единожды и только в обстановке отвлеченности от работы в больнице.

Проведенный анализ лексем показал, что в рассказах М.А. Булгакова номинации света несут важную функциональную нагрузку, так как являются имплицитными индикаторами информации о фигуре автора и о пространстве текста.

Во-первых, эти лексемы характеризуют личность самого писателя, который связывал образ лампы с отцом: *«Особое значение для меня имеет образ лампы. Возник он из детских впечатлений – образ отца, пишущего за столом»*. То есть образ лампы – символ памяти для писателя.

Во-вторых, выявленные лексемы служат локальными индикаторами события, поскольку использование номинаций света дает читателю пространственный ориентир, вызывая ассоциации с операционной.

В-третьих, номинации света могут также служить индикаторами эмоционального состояния главного героя, поскольку операционная, где находится лампа-молния, ассоциируется с эмоциональным переживанием, стрессом, борьбой жизни и смерти.

Отсутствие номинаций источников света создает контекст, соотносимый с Апокалипсисом: окружающий больницу пейзаж практически не знает солнца, а с луной и вовсе не сталкивался. Однако Булгаков сравнивает Божий Град не с городом, а с домом, где работает врач: *«<...>, оглянувшись тоскливо на белый облупленный двухэтажный корпус, на небеленые бревенчатые стены фельдшерского домика, на свою будущую резиденцию – двухэтажный, очень чистенький дом с гробовыми загадочными окнами, протяжно вздохнул: «Привет тебе... при-ют свя-щенный»*. Так, на протяжении всех рассказов у Булгакова прослеживается текст Апокалипсиса, являющийся для всего цикла прецедентным.

Стилистические маркеры также являются одним из языковых средств создания идиостиля, так как тропы часто тесно связаны с ключевыми мотивами произведения, формируют концепты текста (Болотнова 2001, с. 213).

Одним из наиболее частотных тропов в анализируемых текстах является сравнение. В результате выборки в исследуемых рассказах было отмечено, что М.А. Булгаков наиболее активно использует сравнение на уровне

синтаксических конструкций: был выявлен 181 сравнительный оборот, 146 из них в качестве специфического показателя сравнения имеют союз «как». Использование данного союза в подавляющем большинстве случаев обусловлено авторским стремлением сохранения стилистической нейтральности текста.

Анализ показал, что почти половина лексем, номинирующих образ сравнения в художественном дискурсе, репрезентируется существительным, обозначающим концепт «натурфакт», то есть образом сравнения становится естественный природный объект (87 сравнений): *закричал возница и захлопал руками, как петух крыльями; думал я и, как волк, косился на груды торзионных пинцетов; ворвался, топоча, как лошадь, Егорыч*.

Такая особенность данного стилистического средства позволяет говорить о том, что данные концепты представляют собой «сквозные образы», то есть являются ядерными в индивидуальной картине мира М. А. Булгакова. Использование сравнений облегчает восприятие текста, раскрывая читателю образы, связанные со специализированной сферой деятельности, а также демонстрирует образные парадигмы соотношения сфер окружающей действительности. Таким образом, анализ языковых сравнений позволяет проникнуть в механизмы когнитивных процессов сознания писателя.

Еще одним стилистическим средством, отражающим мировосприятие автора, являются эпитеты. В результате выборки было выявлено 243 эпитета, среди которых преобладают однословные эпитеты, выраженные именами прилагательными.

Основной тематической группой эпитетов является та, в которую входят прилагательные и причастия, обозначающие зрительное восприятие, как и в случае с основанием для сравнения: *«битая, смякшая от сентябрьского дождика трава», «очень чистенький дом с гробовыми окнами», «лицо показало бумаженным, белым», «было в светлом апреле», «в поредевшей метели», «мрачные леса»*. Если говорить о функционально-стилистическом своеобразие этих эпитетов в идиостиле М. Булгакова, то следует отметить, что данный троп у автора может содержать любую эмоциональную окраску, причем негативная явно преобладает, что отражает общеязыковое преобладание сферы негативной оценки над позитивной. Такая оценка в описании окружающей среды и природы соответствует отношению самого М. А. Булгакова к медицинской службе в Никольском: *«Тяжкое бремя души...»*, то есть эпитеты выступают не только средством выразительности, но и являются отражением авторского восприятия действительности.

Стоит отметить, что эпитет в совокупности с вышеотмеченным фактом отсутствия номинаций света создает контекст, соотносимый с историческими событиями Февральской революции 1917 года, которую Михаил Афанасьевич застал в Никольском. Уже в 1920-х годах писатель, как и многие его современники, твердо считал Февральскую революцию началом всех последующих бедствий в стране, воспринимал это событие как иррациональную стихию и разгул страстей, что нашло отражение в тексте цикла в описании окружающей героя действительности. Так, эпитет становится средством выражения не только авторской, но и национальной картины мира.

Еще одним средством создания идиостиля писателя в контексте коммуникативно-деятельностного подхода является пунктуация, которая во многом «ответственна» за создание образа автора и является одной из стилиобразующих категорий (Валгина 2003, с. 39).

Одним из наиболее частотных по употреблению знаков в исследуемых рассказах является тире, оно используется М. А. Булгаковым 621 раз. С одной стороны, такая частотность в использовании этого знака обусловлена тем, что тире используется в оформлении прямой речи персонажей, и в таком случае данный знак используется в своей основной функции.

С другой же стороны, в тексте довольно часто можно встретить нерегламентированную постановку тире. Так, активно используется М. А. Булгаковым тире и для передачи особой семантики одной из частей предложения. В таком случае тире можно назвать знаком «неожиданности» – смысловой, интонационной, композиционной:

Гляди – тьма за окнами покойна, спят стынущие поля, нет никакой грыжи.

Одно колесо ухаеет в яму, другое на воздух подымается, чемодан на ноги – бух...

Ах, – ведь я был со школьной парты!

В данных примерах при помощи использования тире в комплементарной сильной позиции автор использует знак в семантико-стилистической функции. Такое использование тире и высокая частотность его употребления в результате анализа позволяют назвать данный пунктуационный знак доминантным в текстах.

При исследовании идиостиля с точки зрения коммуникативно-деятельностного подхода необходимо также рассмотреть и образа адресата в тексте (Болотнова 2001, с. 163). К вышесказанному об образе адресата следует добавить, что в тексте не обозначается позиция читателя в структуре произведения (отсутствуют обращения), не моделируется ситуация речевой коммуникации (отсутствие вопросительных конструкций), не создается оценочность описываемых реалий. Эти факторы позволяют говорить о стремлении М. А. Булгакова сохранить стилистическую нейтральность текста, показать читателю достоверность и объективность повествования.

Однако нельзя сказать, что автор не использует никаких средств адресованности: с помощью метатекстовых операторов М. А. Булгаков создает имитацию устного рассказа. Так автор сближает рассказчика с адресатом, делая последнего не столько читателем, сколько слушателем. Сближение рассказчика с читателем происходит также с помощью самопрезентации повествователя, на уровне авторской речи – с помощью использования разговорных единиц. Эти приемы повышают интимизацию общения, сохраняя при этом объективность повествования.

Подводя итог, к отличительным чертам идиостиля М. А. Булгакова в контексте коммуникативной стилистики мы относим следующие:

1) лексика с семантикой «свет» выступает у М. А. Булгакова имплицитным индикатором информации об авторе и о пространстве текста, а также является средством создания интертекстуальности во всем цикле;

2) концепт «натурфакт», доминирующий в сравнениях и эпитетах, является основным в языковой картине мира автора, отражает индивидуальные и национальные особенности процессов восприятия действительности, способствует восприятию текста читателем;

3) на пунктуационном уровне наблюдается склонность к употреблению тире в качестве доминантного знака: расширение функций тире с целью акцентирования внимания читателя;

4) использование разных пластов лексики создает ориентацию текстов М.А. Булгакова на широкий круг адресата, вне зависимости от его социального положения;

5) в рассказах М.А. Булгакова наблюдается одновременно стремление и к интимизации отношений адресант – адресат, и к сохранению объективности в повествовании, нейтральности стиля;

6) лексико-стилистический анализ идиостиля писателя позволяет сделать вывод о том, что в рассказах М.А. Булгакова создаются контексты, в которых находит отражение не только авторская, но и национальная картина мира.

Таким образом, мы отметили, что маркеры идиостиля М.А. Булгакова в разной степени представлены на разных уровнях текста и являются отражением языковой картины мира автора.

Литература

1. Болотнова Н.С. Коммуникативная стилистика художественного текста: лексическая структура и идиостиль. – Томск, 2001.
2. Булгаков М.А. «Мне нужно видеть свет...»: дневники, письма, документы. – Москва: КоЛибри, 2021.
3. Булгаков М.А. Записки юного врача. – Москва: Изд-во «АСТ», 2023.
4. Валгина Н.С. Современный русский язык: Синтаксис: учебник для студентов вузов. – Москва: Высшая школа, 2003.
5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – Москва: Просвещение, 1987.

Г.И. Шевелева, А.А. Савина (Воронеж)

Сопоставительный анализ лингвистических особенностей издательской аннотации к художественным произведениям (на материале произведений немецкоязычных авторов и их переводов на русский язык)

Аннотация: Исследование посвящено анализу лингвистических особенностей издательских аннотаций к художественным произведениям немецкоязычных писателей, созданных к текстам оригиналов и к текстам переводов произведений на русский язык. В рамках проведенного исследования были выявлены структурно-функциональные, лексико-грамматические и прагматические особенности анализируемых текстов в немецкой и русской лингвокультурах.

Ключевые слова: издательская аннотация, малоформатный текст, структурно-смысловые блоки, образно-выразительные средства, риторические фигуры, информативная, аттрактивная, аппелятивная функции.

Abstract: The paper is devoted to the analysis of linguistic peculiarities of publisher's annotations to the fiction works of German-language authors, created to the original texts and to the texts of translations into Russian. The structural-functional, lexico-grammatical and pragmatic characteristics of the analyzed texts were revealed in German and Russian linguocultures.

Key words: publisher's annotation, small-format text, semantic blocks, figurative and expressive means, rhetorical figures, informative, attractive, appellative functions.

Наш интерес к издательской аннотации к художественным произведениям объясняется тем, что издательская аннотация является одним из самых распространенных информационных жанров. Аннотация предоставляет возможность коммуникативного взаимодействия между читателем и произведением, и продолжительность этого взаимодействия во многом зависит от качества информации, содержащейся в аннотации. В связи с развитием новых тенденций в формировании спроса и предложения на книжную продукцию, исследования в области лингвистики, которые посвящены изучению особенностей составления издательских аннотаций, являются востребованными и актуальными.

Объектом исследования является издательская аннотация как вид малоформатного текста. Предметом исследования являются языковые механизмы создания издательской аннотации.

Цель нашей работы состоит в выявлении и анализе лингвистических особенностей издательской аннотации к литературным произведениям писателей Германии, Австрии, Швейцарии, созданных на немецком и русском языках.

Для анализа были отобраны 40 текстов аннотаций на немецком языке и 39 текстов аннотаций на русском языке, которые создавались к переводам произведений немецкоязычных писателей, например, *Nora Bossong «Gesellschaft mit beschränkter Haftung»* – Нора Боссонг «Общество с ограниченной ответственностью»; *Thomas Brussig «Am kürzeren Ende der Sonnenallee»* – Томас Бруссиг «Солнечная аллея»; *Lukas Bärfuss «Koala»* – Лукас Бэрфусс «Коала»; *Dietmar Dath «Waffenwetter»* – Дитмар Дат «Погода массового поражения».

Издательская аннотация является малоформатным вторичным текстом, который связан с первоисточником – художественным произведением. «Малоформатный текст – это есть текст обозримый и наблюдаемый в самых мелких деталях, обладающий такими важными характеристиками, как отдельность, формальная и семантическая самодостаточность, тематическая определенность и завершенность. Более того, у подобного рода текстов ясна их информативность, их когнитивная подоплека – смысл его создания, общий его замысел и реализованный в особой языковой форме итог создания в виде особого семантического пространства» (Кубрякова 2001, с. 76).

Основными функциями аннотации являются информативная, аттрактивная, фатическая (ср.: Таюпова 2005; Трунова 2010). Типологический анализ

исследуемых текстов показал, что по функциональному назначению издательские аннотации в обеих лингвокультурах являются рекомендательными (Фомин 1929, с. 37).

В рекомендательных аннотациях дается информация о жанре и характере произведения, содержится оценка полезности, важности и уместности произведения в отношении целевой аудитории. Приведем примеры: *«Конец одиночества» – это трогательное повествование, роман-биография, роман-путча. Liebesgeschichte, Kriminalroman, Entwicklungsgeschichte, Politthriller furios zu einem Roman verwoben – das ist das Buch von Juli Zeh, einem der überragenden Talente der deutschen Literatur.*

Следующий критерий, по которому была проведена типология аннотаций, – содержание и ориентация на целевую группу. Анализируемые аннотации являются общими, ориентированы на широкую аудиторию и посвящены основной теме, главному конфликту и способу его разрешения героем (героями) истории. Приведем пример фрагмента издательской аннотации к произведению Норы Боссонг «Общество с ограниченной ответственностью»: *...Luise muss die Firma retten, die mit ihren Handtüchern einst das kaiserliche Heer ausstattete, deren alten Werte heute aber niemanden mehr interessieren. Und sie muss ihren in New York untergetauchten Vater nach Hause holen.../...Луиза должна спасти дело, а заодно вернуть домой отца, затерявшегося где-то в Нью-Йорке... Предал ли он ее или проявил высшую степень родительской любви? Она проиграла или наконец-то добилась желаемого?* Как в аннотации на языке оригинала, так и в аннотации, созданной российскими издателями, говорится о том, что у главной героини проблемы с семейным бизнесом, кроме того, исчез ее отец, и она должна его найти. Это главная проблема в произведении, из которой вытекает основной конфликт отцов и детей.

По объему исследуемые аннотации являются краткими, однако их объем не всегда соответствует требованиям регламентирующих документов по международным стандартам ISO 214 и ГОСТ 7.86 – 2003: 500-600 печатных знаков, включая пробелы (ГОСТ 7.86-2003, 2004; ISO 214, 1976). Было установлено, что авторы русскоязычных аннотаций чаще придерживаются установленных требований. 33% анализируемых текстов аннотаций на русском языке соответствуют требованиям регламентирующих документов, предъявляемым к объему. В немецкоязычных аннотациях такой показатель составляет всего лишь 15%. Мы полагаем, что это может быть отчасти связано с особенностями грамматического строя языков. Русский язык является синтетическим, что означает, что грамматические отношения выражаются внутри слова с помощью окончаний, суффиксов и приставок. В аналитических языках, в числе которых и немецкий язык, для выражения тех же отношений используются отдельные слова (предлоги, артикли), что может повлиять на объем текста. Например, объем аннотации к произведению Корнелии Функе «Король воров» на немецком языке составляет 1270 печатных знаков, объем аннотации к русскоязычному переводу составляет 511 печатных знаков.

Структура текстов на немецком и русском языках представлена следующими блоками: заглавие, основной блок, содержащий информацию о жанре, сюжете, героях произведения, сведения об авторе, информация об издательско-

полиграфическом оформлении. Были установлены следующие различия: в текстах аннотаций на немецком языке блок об издательско-полиграфическом оформлении находится в конце аннотации, в текстах аннотаций на русском языке данный блок располагается в начале текста. Так как аннотация на русском языке создается к переводу произведения, то в ней указывается и автор перевода. Приведем пример:

Аннотация на немецком языке

Автор и название произведения	Dietmar Dath „Waffenwetter“
Основной текст аннотации	Claudia Starik ist neunzehn und leidet unter dem ganz normalen Alltag einer Abiturientin: zudringlichen Lehrern, zerrupften Familienverhältnissen, der Liebe, der Mode, den bevorstehenden Prüfungen und der Klimakatastrophe. Einen Verbündeten hat sie in ihrem Großvater, der nicht nur dem Erscheinungsbild nach anders ist als alle anderen: Konstantin Starik ist Witwer, Exunternehmer, Kommunist und Millionär. Im Kampf gegen die Tücken der modernen Technik muß Claudia ihm beistehen; dafür hilft er ihr, wenn es um die Zumutungen des Imperialismus, die Bildungsmisere und all die Belange des Lebens geht, bei denen Mut gefragt ist. Geschichte, weiß Konstantin, geschieht nicht, sie wird gemacht, und so schenkt er seiner Enkelin zum Abitur eine ungewöhnliche Reise: Als Forscher und Spione brechen die beiden auf zu einer gefährlichen Expedition in die Kälte, dorthin, wo in der Nähe des magnetischen Nordpols die größte Hochfrequenz-Antennenanlage der Welt steht: HAARP, der Stolz amerikanischer Technokraten und – Geheimprojekt des Militärs zur Manipulation von Wetter und globaler Kommunikation? Daths neuer Roman folgt seiner jungen Protagonistin in das Zwiegespräch mit etwas, das denkt, aber kein Mensch ist, bis an den Ort, wo Vernunft und Glaube, Armee und Kirche, Mensch und Sonne, Waffe und Wetter aufeinandertreffen.
Издательско-полиграфическое оформление	Suhrkamp, 2007 Gebundene Ausgabe: 288 Seiten ISBN: 9783518419168

Аннотация на русском языке

Автор и название произведения	Дитмар Дат «Погода массового поражения»
Издательско-полиграфическое оформление	Роман / Дитмар Дат; Пер. с нем. С. Ташкенова. – М.: Текст, 2010. – 285с. – (Первый ряд). ISBN: 978-5-7516-0878-1
Информация о сюжете произведения	Роман современного немецкого писателя Дитмара Дата «Погода массового поражения» – своеобразный дневник чувств и мыслей девятнадцатилетней Клавдии Старик, поданный в несколько непривычной, но весьма изящной художественной форме. Клавдия считает себя вполне обычной немецкой девушкой, отличающейся от своих подруг лишь наличием

	дедушки-коммуниста Константина Старика... Однако позже ей предстоит узнать свое истинное происхождение и предназначение. Для этого ей придется отправиться на Аляску и погрузиться в тайны секретного проекта американских военных – HAARP.
--	---

Из вышеприведенных примеров следует, что одним из блоков структуры аннотации является название произведения. Как было сказано ранее, анализируемые аннотации на русском языке не являются переводами оригинальных аннотаций, они создаются издательством, которое публикует перевод произведения. Однако большинство заглавий произведений являются переводами с немецкого языка на русский. Их показатель составляет 83%. Примеры: *Die Frau auf der Treppe* – *Женщина на лестнице*; *Die Vermessung der Welt* – *Измеряя мир*; *Koala* – *Коала*.

В остальных случаях (17%) заглавия к переводам немецкоязычных произведений были созданы издательствами. Пример: *Ladylike* – *Почтенные леди, или к черту условности!*

Задачей следующего этапа исследования было выявление особенностей текстов аннотаций на лексико-грамматическом уровне. На лексическом уровне были выделены следующие две основные группы лексических единиц, активно используемых авторами аннотаций на немецком и на русском языках: нейтральная лексика и стилистически окрашенные лексические средства. В группе нейтральных лексических единиц отметим употребление терминов из области литературоведения и издательского дела (*Fantasy, Verlag, Trilogie, роман, бестселлер*), топонимы (*Deutschland, Hamburg, Азия*), антропонимы (*Micha Kuppsich, Meggie, Lukas, Цинио, Эмми, Луиза Титъен*).

Наряду с нейтральной лексикой издатели используют стилистически окрашенные лексические средства:

- эпитеты: *In einer stürmischen Nacht taucht bei Meggie und ihrem Vater Mo ein seltsamer Gast auf.* – *По мнению критиков, автор «Чернильного сердца», погружая читателя в сказочную историю не остановилась на приключениях только главного героя, а создала интригующий мир волшебства...;*

- метафоры: *Unausweichlichkeit des Todes; mit einem zerstörten Gesicht – доброе сердце; стойкие люди; с чистого листа; гонка со смертью;*

- сравнения: *eine Reise ... unvergesslich wie die Flussfahrt von Tom Sawyer und Huck Finn* – *...события сменяются с головокружительной быстротой, как маски в вихре карнавала.*

Благодаря таким лексическим средствам решается основная прагматическая задача – образно и ярко представить информацию о произведении и вызвать к нему интерес.

Количественный анализ использования образно-выразительных средств показал, что при составлении аннотаций российскими и немецкими издательствами в основном и примерно в равном количестве используются метафоры и эпитеты. Но такой троп, как сравнение, используется чаще в аннотациях к переводам немецкоязычных произведений на русский язык.

На грамматическом уровне были выявлены некоторые синтаксические особенности как в текстах на языке оригинала, так и в текстах на языке перевода,

а именно употребление риторических фигур: риторического вопроса и риторического восклицания. Они выступают в апеллятивной функции. Риторический вопрос чаще используется в текстах аннотаций на русском языке. Примеры: *Welche Gründe gibt es, sich für das Leben zu entscheiden?* – *Но решится ли она, теперь уже сознательно, устранить последнюю помеху своему благополучию?*

В ходе анализа было установлено, что издательская аннотация к художественным произведениям в немецкой и русской лингвокультурах носит рекламный и рекомендательный характер. Проведенный анализ позволил выявить некоторые отличия текстов аннотаций на немецком и русском языках. Это касается их объема, структуры и лексической организации, однако существенных различий выявлено не было. Полагаем, что и немецкоязычные издательства, создающие аннотации к литературным произведениям писателей Германии, Австрии, Швейцарии, и российские издатели – авторы аннотаций к переводам произведений на русский язык – руководствуются требованиями международных регламентирующих документов.

Литература

- ГОСТ – Межгосударственный стандарт ГОСТ 7.86-2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Общие требования к аннотации. – М., 2004.
- Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика Т. 1. – М., 2001.
- Таюпова О.И. Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных прозаических текстах современного немецкого языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2005.
- Трунова Е.А. Малоформатный текст как объект лингвистических исследований // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2010. – № 1. – С. 49-53.
- Фомин А.Г. Аннотации. Теория и практика их составления. – М.: Логос, 1929.
- ISO 214 «Documentation – Abstracts for publications and documentation». 1976 [Электронный ресурс] – URL: <https://www.iso.org/standard/4084.html> (дата обращения 12.05.2024).

Источники примеров

- Bernhard, Schlink. Die Frau auf der Treppe. – Zürich: Diogenes, 2014.
- Bossong N. Gesellschaft mit beschränkter Haftung. – München: Carl Hanser Verlag GmbH, 2012.
- Dietmar, Dath. Waffenwetter. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2007.
- Боссонг Н. Общество с ограниченной ответственностью. – СПб.: Издательство ИД Ивана Лимбаха, 2017.
- Дитмар Дат. Погода массового поражения. – М.: Текст, 2010.
- Шлинк Б. Женщина на лестнице. – СПб.: Азбука, 2015.

Коммуникативное сознание

Е.Н. Арефьева, А.Ф. Тарелко (Тверь)

Межъязыковая лексическая интерференция в русской речи белорусских военнослужащих

Аннотация: В работе предпринята попытка систематизировать и описать межъязыковые омонимы, межъязыковые паронимы и межъязыковые паралексы, вызывающие нарушения лексических норм в русской речи белорусов в процессе военно-профессиональной коммуникации.

Ключевые слова: русско-белорусское двуязычие, межъязыковая интерференция, лексическая интерференция, межъязыковые омонимы, межъязыковые паронимы, межъязыковые паралексы, интерференционные ошибки.

Abstract: The paper attempts to systematize and describe interlingual homonyms, interlingual paronyms and interlingual paralexes that cause violations of lexical norms in the Russian speech of Belarusians in the process of military and professional communication.

Key words: Russian-Belarusian bilingualism, interlingual interference, lexical interference, interlingual homonyms, interlingual paronyms, interlingual paralexes, interference mistakes.

Офицеры из Белоруссии, обучающиеся в российских военных учебных заведениях, попеременно используют близкородственные русский и белорусский языки в процессе общения. Параллельное функционирование в одном обществе двух языков неизбежно приводит к активному взаимодействию систем контактирующих языков. Языковой контакт является условием возникновения межъязыковой интерференции, т.е. «проникновения элементов одного языка в речь на другом языке, приводящего к нарушению норм одного языка под влиянием другого» (Вайнрайх 2000, с. 22). В условиях близкородственного двуязычия отмечается более высокая степень взаимопроникновения двух языков по сравнению с неродственным двуязычием. Белорусские военнослужащие, даже при свободном владении русским языком, все же допускают ошибки, причиной которых является межъязыковая интерференция. Следует отметить, что интенсивность интерференции широко варьируется в зависимости от образования, языковой среды, профессии, возраста и национальности говорящих.

В данной статье мы уделим внимание проблеме лексической интерференции – вмешательству лексики одной языковой системы в другую, которое зачастую ведет к искажению смысла высказывания. По мнению ученых, «на лексическом уровне интерференция обусловлена несовпадениями в отношениях между означающими, означаемыми и знаками в двух языках» (Валеева 2008, с. 18). Появление лексических нарушений в русской речи белорусов-билингвов обусловлено одновременным влиянием разных факторов.

Ввиду единства происхождения и тесного взаимодействия языков, близости жизни и культуры народов русский и белорусский языки в процессе развития унаследовали общую лексику. Однако при этом исследователи подчеркивают,

что наличие общих черт не говорит о тождестве лексических систем близкородственных языков (Кондратюк 2005, с. 189). В результате сложных языковых процессов у каждого близкородственного языка сформировалась своя лексическая система.

Наибольшую трудность для двуязычных индивидов представляют межъязыковые омонимы, к которым относятся слова, либо полностью совпадающие по форме, либо различные по форме на основании закономерных соответствий, существующих в системных отношениях контактирующих языков. Ученые отмечают, что пары межъязыковых омонимов возникают вследствие того, что «этимологически омонимичные славянские лексемы связаны общим значением, однако с течением времени их семантика разошлась, в результате чего приобрели отличные друг от друга значения» (Савченко, Хмелевский 2023, с. 163).

Проанализировав материал словарей (Грабчиков 1980; Суднік, Чыслаў 1997), мы выявили межъязыковые омонимы, которые могут приводить к интерференционным ошибкам в русской речи белорусов в процессе военно-профессиональной коммуникации. Среди наиболее частотных межъязыковых омонимов, осложняющих общение в военно-профессиональной сфере, можно выделить следующие группы:

1. Слова, полностью совпадающие в звучании и написании, но различающиеся значением, например: рус. *лад* ('способ, образец, манера') – бел. *лад* ('строй').
2. Слова, совпадающие в звучании, но различающиеся написанием, например: рус. *повинен* (кр.ф. прич. *повинный* – 'виноватый в чем-либо') – бел. *павінен* ('обязан').
3. Слова, близкие по звучанию и различающиеся написанием, например: рус. *стрельба* ('осуществление выстрелов') – бел. *стрэ́льба* ('ружье').
4. Слова, совпадающие в написании, но различающиеся ударением, например: рус. *выглядывать* ('то же, что высматривать') – бел. *выглядзіць* ('выглядеть; походить, быть похожим').
5. Слова, близкие по звучанию и написанию, но различающиеся отдельными морфемами, например: рус. *установка* ('целевая направленность на что-либо') – бел. *установа* ('учреждение').

Приведем примеры, когда в процессе военно-профессиональной коммуникации билингвы переносят слово со свойственным ему значением в контактирующий язык (с учетом закономерных формальных соответствий), который содержит эти лексемы, но с иным значением.

Группа 1

Рус. *стан* ('место временного расположения, стоянки, лагерь') – бел. *стан* ('состояние'). *Боевой стан* (вместо *боевое состояние*).

Рус. *страта* ('социальный слой') – бел. *страта* ('урон, потери'). *Противник понес большую страту* (вместо *большой урон*).

Рус. *хват* ('способ охватывания кистью или кистями к.-л. спортивного снаряда или его части') – бел. *хват* ('прием'). *Строевые хваты* (вместо *строевые приемы*).

Группа 2

Рус. *заминка* (разг. ‘задержка’) – бел. *замінка* (‘помеха’). *Уводящая заминка* (вместо *уводящая помеха*).

Рус. *набойник* (‘инструмент, которым что-либо набивается’) – бел. *набойнік* (‘магазин’ (оруж.)). *Коробчатый набойник* (вместо *коробчатый магазин*).

Группа 3

Рус. *стадия* (‘ступень в развитии’) – бел. *стадыя* (‘эшелон’). *Первая стадия* (вместо *первый эшелон*).

Рус. *зарождасть* (‘вызывать, возбуждать’, бел. *зараджаць*) – бел. *зараджаць* (‘вкладывать заряд, снаряд, патрон’, рус. *заряжать*). *Он умеет быстро зарождать автомат* (вместо *заряжать*).

Рус. *уводить* (‘уходя, брать с собой, вести за собой’) – бел. *уводзіць* (‘вводить’). *Уводить войска* (вместо *вводить войска*).

Рус. *формовать* (‘придавать определенную форму’) – бел. *фармаваць* (‘формировать’). *Формовать колонну* (вместо *формировать колонну*).

Группа 5

Рус. *отступ* (‘свободное пространство, оставляемое перед началом строки написанного или напечатанного текста’) – бел. *водступ* (‘дистанция’). *Выдерживать отступ* (вместо *выдерживать дистанцию*)

Рус. *распознавание* (воздушно-го объекта) (в радиолокации: ‘процесс установления принадлежности воздушного объекта, наблюдаемого средствами радиолокации, к одному из заранее определенных классов, входящих в заданный перечень’) – бел. *распазнаванне* (в радиолокации: ‘опознавание, определение принадлежности воздушного объекта своим войскам или чужим’). *Распознавание «свой-чужой»* (вместо *опознавание «свой-чужой»*).

Рус. *развязка* (‘конец, завершение каких-нибудь сложных событий, ситуаций’) – бел. *развязак* (‘решение’). *Боевая развязка* (вместо *боевое решение*).

Проведенный анализ показал, что в группах 3 и 5 содержится наибольшее количество межъязыковых омонимов, имеющих расхождения, которые можно свести к закономерным фонетическим и морфологическим соответствиям. Эти слова близки по звучанию, но различаются или написанием, или отдельными морфемами. Межъязыковые омонимы, относящиеся к военно-профессиональной сфере общения, вызывают интерференцию, поскольку билингвы, говоря на одном из языков, непреднамеренно взаимозаменяют одинаково оформленные в русском и белорусском языках слова. При этом осуществляется перенос значений формально тождественных лексем из одного языка в другой, что приводит к интерференционным ошибкам.

Большое количество нарушений лексических норм русского языка в процессе военно-профессионального общения наблюдается также при употреблении межъязыковых паронимов, когда слово одного языка может употребляться в значении сходного ему по форме слова другого языка.

Приведем примеры межъязыковых паронимов, которые могут осложнять общение в военной сфере:

Рус. *отказ* (‘отрицательный ответ’, бел. *адмова*) – бел. *адказ* (‘ответ’). *Огонь в отказ* (вместо *ответный огонь*).

Рус. *технический* (‘выполненный мастерски’, *техническое исполнение*) – бел. *тэхнічны* (‘технический, связанный с техникой’). *Техническое обеспечение* (вместо *техническое обеспечение*).

Рус. *тактический* (‘обладающий тактом’, *тактический человек*) – бел. *тактычны* (‘тактический, соотн. по знач. с сущ. *тактика*’). *Тактический прием* (вместо *тактический прием*).

Рус. *войсковой* (‘относящийся к войску (войскам) или к вооруженным силам государства’, *войсковое знамя*) – бел. *вайсковы* (‘воинский, свойственный воину, военнотружачему’). *Войсковое мастерство* (вместо *воинское мастерство*).

Межъязыковые паронимы являются потенциальным источником лексической интерференции в речи двуязычных военнотружачих. Незначительные формальные различия русско-белорусских паронимов дают основание считать их генетически родственными, имеющими один корень, что в свою очередь создает иллюзию сходства или тождества их значений, каковых на самом деле нет.

Не менее часто в речи белорусов-билингвов встречаются ошибки, связанные с употреблением межъязыковых паралексов – слов, сходных по содержанию, но имеющих в контактирующем языке незначительные отличия в форме. На основании материала словаря (Суднік, Чыслаў 1997) нами были выделены несколько разновидностей межъязыковых паралексов, затрудняющих коммуникацию в военно-профессиональной сфере:

1. Различающиеся ударением, например: рус. *кафедра* – бел. *катэдра*, рус. *везти* – бел. *вёзти*.

2. Различающиеся словообразовательными средствами, например: рус. *угроза* – бел. *пагроза*, рус. *разведка* – бел. *выведка*, рус. *противник* – бел. *супернік*; рус. *внутренний* – бел. *унутраны*, рус. *встречный* – бел. *сўстрэчны*, рус. *военноустроенный* – бел. *ваенізаваны*; рус. *планировать* – бел. *панаваць*, рус. *уехать* – бел. *выехаць*, рус. *атаковать* – бел. *адакаваць*.

3. Существительные, различающиеся родом, например: рус. *медаль* (ж.р.) – *медаль* (м.р.), рус. *шинель* (ж.р.) – бел. *шынель* (м.р.), рус. *резерв* (м.р.) – бел. *рэзерва* (ж.р.), рус. *название* (ср.р.) – бел. *назва* (ж.р.), рус. *наступление* (ср.р.) – бел. *наступ* (м.р.), рус. *насыть* (ж.р.) – бел. *насып* (м.р.), рус. *самонаведение* (ср.р.) – бел. *самонавод* (м.р.) и др.

4. Глаголы, различающиеся гласным в корне под ударением, например: рус. *загораживать* – бел. *загароджваць*, рус. *настраивать* – *настроўваць*.

Как показал анализ русско-белорусского словаря военной лексики, наиболее частотными причинами интерференционных ошибок при употреблении межъязыковых паралексов являются различия в формо- и словообразовательных средствах. Русско-белорусские паралексы, имеющие в двух языках одно и то же значение, полностью отождествляются и могут взаимозаменяться в речи двуязычных носителей, что приводит, в свою очередь, к возникновению межъязыковой интерференции не только на лексическом, но и на грамматическом уровне.

Таким образом, анализ слов, входящих в перечисленные лексические группы, позволил нам очертить границы зоны возможной лексической интерференции русского и белорусского языков, что, безусловно, может помочь при

прогнозировании и предупреждении речевых ошибок белорусов, говорящих по-русски. Более детальное изучение лексической интерференции и устранение ошибок, порождаемых ею, должно способствовать повышению культуры речи в условиях белорусско-русского билингвизма.

Литература

1. Вайнрайх В. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования. – М., 2000.
2. Валеева Н.Г. Билингвизм и интерференция при опосредованной коммуникации // Вестник РУДН. Серия «Вопросы образования: языки и специальность». – 2008. – № 5. – С. 18-23.
3. Грабчиков С.М. Межъязыковые омонимы и паронимы: опыт русско-белорусского словаря: [свыше 550 пар слов]. – Минск: Изд-во БГУ им. В.И. Ленина, 1980.
4. Кондратюк И. Лексическая интерференция в условиях белорусско-русского двуязычия // Roczniki Humanistyczne – Т. 53. – 2005. – Вып. 7. – С. 189-194.
5. Савченко А., Хмелевский М. К вопросу о межъязыковой омонимии в славянских языках: общий теоретический и практический обзор проблематики // JEZYKOZNAWSTWO. – № 1(18). – 2023. – С. 161-170.
6. Суднік С., Чыслаў С. Расейска-беларускі вайсковы слоўнік. – Минск: «Белфранс», 1997.

Д.М. Курицына, О.В. Новоселова (Тверь)

Специфика реализации вербальных атак в рекламной коммуникации

Аннотация: Статья посвящена исследованию феномена вербальных атак на примере реклам крупных банковских организаций. В работе анализируются коммуникативные средства, используемые в рекламном дискурсе для привлечения внимания целевой аудитории к банковскому продукту.

Ключевые слова: вербальные атаки, видеореклама, реклама, рекламная коммуникация.

Abstract: The paper is devoted to the study of verbal attacks at the example of advertisements of large banking organizations. The paper analyzes communicative means in advertising discourse used to attract the attention of the target audience to a banking product.

Key words: verbal attacks, video advertising, advertising, advertising communication.

В современном мире реклама является мощным инструментом продвижения товаров и услуг и находится в фокусе внимания отечественных и зарубежных исследователей (Новоселова 2024, с. 145). В настоящее время человек регулярно встречается с рекламой и с различными приемами по привлечению внимания рекламодателей к товарам и услугам. Среди большого потока рекламных сообщений особый интерес представляет та реклама, которая содержит эксплицитные или имплицитные упоминания товаров или услуг компаний-конкурента. Иными словами, целесообразно проанализировать, как рекламодатели делают «антирекламу» своим конкурентам, используя

вербальные атаки, в которых пытаются нивелировать качество товаров конкурентов (подробнее о вербальных атаках см.: Романов, Новоселова 2021; 2025).

Представляется перспективным проанализировать специфику использования вербальных атак на примере рекламных роликов таких крупных банковских кампаний, как Сбербанк, Альфа-Банк, Т-Банк. Рассмотрим примеры реализации вербальных атак в видеорекламах перечисленных банков.

Пример 1. Альфа-Банк: «Не за что краснеть»

Не у всех банков выгодные карты.

– Да мне ее на работе выдали (мужчина показывает карту зеленого цвета).

– В дверь позвонил курьер, потом всё как в тумане, и вот (женщина показывает желтую карту), выкинуть боюсь (шепотом).

– С Альфа-картой не за что краснеть! Кэшбэк до 3% на всё, до 7% на остаток! Обслуживание бесплатно! (<https://vk.cc/cE3D3Y>, дата обращения 19.09.24).

Приведенный пример демонстрирует, что рекламодателем является Альфа-Банк, в то время как реклама адресована широкой аудитории в лице настоящих и потенциальных клиентов Альфа-Банка, а также клиентам других банков – Сбербанка и Т-Банка. В данной рекламе Альфа-Банк демонстрирует преимущество своих банковских продуктов над аналогичными продуктами Сбербанка и Т-Банка. Это подтверждают реплики актеров, которые создают впечатление, что люди не хотели становиться обладателями карт Сбербанка, однако стали ими и теперь не знают, что делать с банковскими картами – «выкинуть боюсь».

Также важно отметить, что реплика «Да мне ее на работе выдали» произносится на зеленом фоне, являющемся фирменным для Сбербанка, а реплика «В дверь позвонил курьер, потом всё как в тумане, и вот – выкинуть боюсь» – на фоне желтого цвета, который является фирменным для Т-Банка. Характерно, что перечисление преимуществ использования Альфа-карты представлено в конце ролика на красном фоне: «С Альфа-картой не за что краснеть! Кэшбэк до 3% на всё, до 7% на остаток! Обслуживание бесплатно!»

Таким образом, можно говорить о том, что Альфа-Банк совершает вербальную атаку на Сбербанк и Т-Банк. При этом важно обратить внимание на языковые средства, которые были использованы для формирования такой атаки. В частности, представители Альфа-Банка не задействовали какие-либо языковые средства вербальной агрессии (подробнее о вербальной агрессии см.: Якимова 2011), а сделали воздействие имплицитным при помощи поликодовых средств (ср. также Левченко, Изгаршева 2018; Новоселова 2024; Цыганова 2020).

Пример 2. Сбербанк: «Настоящий рекордсмен только один»

«Чем сложнее задача, тем меньше людей могут ее выполнить. Качающаяся либела – 10000 человек в мире. Двойной аксель – 3000 человек в мире. Тройной лутц, тройной риттбергер – 30 человек в мире. И как бы сильно не старались другие – настоящий рекордсмен только один. Кредит с рекордно низкой ставкой 11,5%. Слушай, сними по-братски, а то друзья не поверят» (<https://vk.cc/cE3xCL>, дата обращения 19.09.24).

В рассматриваемом рекламном ролике в образе Сбербанка выступает олимпийская чемпионка Алина Загитова, о чем свидетельствует ее зеленый костюм (цвет фирменного стиля Сбербанка). Данная реклама наглядно демонстрирует возможности Сбербанка и подтверждением этому являются сложные по технике, трудновыполнимые прыжки Алины Загитовой. Складывается впечатление, что рекламодатель заявляет таким образом, что «лучше нас никого нет», ведь *«как бы сильно не старались другие – настоящий рекордсмен только один»*. Через некоторое время на лед выходит Евгений Кулик в красном костюме (образ другого банка, цвет «намекает» на Альфа-Банк), который пытается повторить прыжки Алины Загитовой, то есть он пытается *«допрыгнуть»* до уровня Сбербанка. Однако у него ничего не выходит.

В тексте данной рекламы перечисляются сложные по технике элементы фигурного катания, и они приравниваются к задачам, которые выполняет Сбербанк, но не может выполнить другой банк (Альфа-Банк), по мнению рекламодателей. Также говорящим стало и название данного ролика «Настоящий рекордсмен только один» – Сбербанк с самого начала ролика «возвышает» себя над конкурентами, в том числе и над Альфа-Банком. Таким образом, рассматриваемый пример рекламы демонстрирует вербальную атаку Сбербанка на своего конкурента – Альфа-Банк. Примечательно, в видеорекламе также не содержится эксплицитного указания на другой банк, а только фраза *«настоящий рекордсмен только один»*.

Пример 3. Т-Банк «Tinkoff Black»

- Спасибо.
- Спасибо на хлеб не намажешь.
- Хорошо, что с Tinkoff Black я получаю настоящий кэшбек (реплику произносит мужчина с заправки желтого цвета).
- У меня процент с каждой покупки.
- До 5% на выбранные категории.
- В этом месяце я выбрала салоны красоты, супермаркеты и кино (реплику произносит женщина в платье желтого цвета).
- И даже до 30% по спецпредложениям.
- Никаких баллов или фантиков (женщина произносит реплику из такси желтого цвета).
- Кэшбек живыми деньгами каждый месяц (появляется желтый баннер с номером телефона банка и названием банка, демонстрируется до конца рекламы).
- Ничего не сгорает.
- Да?
- Да!
- Tinkoff Black.
- Пожалуй, лучшая карта с кэшбеком.
- Я люблю ее.

Установи приложение Tinkoff и оформи заявку на карту Tinkoff Black не выходя из дома» (<https://vk.cc/cE3yaJ>, дата обращения 19.09.24).

Текст данной рекламы демонстрирует вербальную атаку Т-Банка на Сбербанк. Этот процесс подтверждает реплика «Спасибо на хлеб не намажешь», так как

Сбербанк предлагает кэшбек в виде «СберСпасибо», а Т-Банк привлекает клиентов с помощью кэшбека рублями.

Анализируя рассмотренные выше примеры, можно выстроить некоторую «цепь» вербальных медийных атак, осуществленных банками-конкурентами в отношении друг друга. Важно отметить, что участники рекламной коммуникации – Альфа-Банк и Сбербанк – уже обменялись друг с другом вербальными ударами при помощи рекламных роликов. В частности, в ходе анализа были зафиксированы следующие вербальные атаки:

- 1) Альфа-Банк произвел вербальную атаку на Т-Банк и Сбербанк;
- 2) Сбербанк произвел вербальную атаку на Альфа-Банк;
- 3) Т-Банк произвел вербальную атаку на Сбербанк.

Также можно предположительно говорить о том, что вербальные атаки цикличны, так как они не могут не оставаться незамеченными атакуемой стороной. Потенциально возможные (ожидаемые) вербальные атаки:

- 1) Т-Банк произведет вербальную атаку на Альфа-Банк;
- 2) Сбербанк произведет атаку на Т-Банк.

Итак, в ходе исследования были рассмотрены вербальные атаки в рекламах крупных банковских компаний, их воздействие на потребителя и ответная реакция конкурента. На основании проведенного анализа можно заключить, что вербальные атаки рекламной коммуникации оказывают воздействие на массовую аудиторию и могут повлиять на ее решение предпочесть тот или иной товар или услугу, а также вербальные атаки не остаются незамеченными атакуемой стороной. Материал исследования фиксирует цикличность вербальных атак, что позволяет сделать вывод о том, что данный рекламный прием привлекает внимание не только потребителей, но и конкурентов.

Литература

1. Левченко М.Н., Изгаршева А.В. Креолизованный текст в системе Интернет // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2018, №4. – С. 200-215.
2. Новоселова О.В. XV Международные научные чтения «СМИ и массовые коммуникации – 2023» // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2024а, № 1. – С. 145-149. – Режим доступа: www.tverlingua.ru.
3. Новоселова О.В. Полифункциональность новостных заголовков региональных СМИ // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: сборник трудов Международной научно-практической конференции. 7–9 октября 2024 г. Факультет журналистики Ин-та общественных наук и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ». – Белгород, ООО «Космос», 2024б. – С. 164-170.
4. Романов А.А., Новоселова О.В. Менасивные конструкты предвыборной дискуссии: лингвокогнитивный анализ материалов программ президентской кампании 2018 года. – М.: Флинта, 2021.
5. Романов А.А., Новоселова О.В. Лингвополитическая менаология: коммуникативные технологии и современные практики: монография. – М.: Флинта, 2025.
6. Цыганова Н.Д. Социальная интернет-реклама в формате креолизованного текста // Экология языка и коммуникативная практика. – 2020, №1. – С. 85-92.
7. Якимова Н.В. Вербальная агрессия как актуальный феномен современного общества // СибСкрипт. – Вестник КемГУ. – 2011, №1 (45). – С. 184-186.

А.С. Куркина (Воронеж)

Оценка художественных произведений и писателей в коммуникативном поведении А.П. Чехова

Аннотация: В статье описывается коммуникативное поведение А.П. Чехова на примере оценки им художественных произведений и писателей. Материалом исследования является эпистолярное наследие А.П. Чехова.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, А.П. Чехов, оценочность.

Abstract: The paper describes the communicative behavior of A.P. Chekhov at the example of his evaluation of works of art and writers. The research is based on A.P. Chekhov's epistolary heritage.

Key words: communicative behavior, A.P. Chekhov, evaluation.

Целью нашей статьи является описание коммуникативного поведения А.П. Чехова на примере оценки им художественных произведений и писателей. Теоретической основой работы стали коммуникативные исследования ученых Воронежской филологической школы, в частности, И.А. Стернина, основателя теории коммуникативного поведения.

Материалом исследования послужили все имеющиеся письма А.П. Чехова (4494 письма), написанные им в период с 1875 по 1894 гг., общим объемом 3620 страниц.

Описание коммуникативного поведения А.П. Чехова нами представлено в виде перечня коммуникативных признаков с иллюстрирующими их примерами из текста писем писателя и нашими уточняющими комментариями.

В ходе работы мы пользовались сложившимся теоретическим аппаратом и методологическими принципами описания коммуникативного поведения (Стернин, Камбаралиева 2018, с. 21-30), а также разработанной нами методикой описания коммуникативного поведения личности по ее эпистолярному наследию (Куркина 2022, с. 32).

При помощи метода сплошной выборки мы установили все факты коммуникативного поведения А.П. Чехова при оценивании им художественных произведений и писателей; проанализировали все установленные факты, выявили среди них однородные (однотипные), провели классификацию по общим характеристикам и сформулировали названия признаков, используя «нежесткий (ранжирующий) метаязык» (Стернин, Камбаралиева 2018, с. 27-28); провели описание коммуникативного поведения; сопоставили выявленные признаки, описали динамику изменения коммуникативного поведения писателя в исследуемый период.

Описание коммуникативного поведения А.П. Чехова при оценивании им художественных произведений и писателей может быть представлено в виде перечня следующих признаков.

1. Доминирование эксплицитных критических оценок литературных произведений писателей-современников

Многие современники А.П. Чехова доверяли его литературному вкусу, поэтому начинающие и уже имеющие писательский опыт авторы присылали ему свои произведения с тем, чтобы узнать его мнение. Писатель и сам испытывал

тяготение к критике. В некоторых случаях А.П. Чехов первым проявлял инициативу и посылал письмо адресату, чтобы сообщить свое мнение по поводу его произведения и высказать свои критические замечания.

В ходе нашего исследования мы установили, что у А.П. Чехова критических оценок, выявляющих достоинства и недостатки тех или иных литературных произведений, в 4 раза больше, чем оценок положительных без каких-либо замечаний.

Зачастую писатель выражает свои критические замечания эксплицитно. Четвертую часть критических оценок составляют резко негативные оценки, и они в основном заочные.

В большинстве случаев А.П. Чехов разбирает произведение адресата «по косточкам» и дает его подробный критический анализ. Обычно в начале письма после традиционной похвалы Антон Павлович сообщает адресату, что приступает к критике: *Если хотите недостатков, то извольте, могу указать Вам на один, который Вы повторяете во всех Ваших рассказах* (Е.М. Шавровой) – (Письма, т. 5, с. 336); *Если хотите моей критики, то вот она* (И.Л. Леонтеву (Щеглову) – (Письма, т. 2, с. 204); *NB. Ваш недостаток:...* (А.С. Лазареву (Грузинскому) – (Письма, т. 3, с. 39); *Критиковать по существу положительно нечего, разве только по мелочам можно сделать несколько важных замечаний* (А.В. Жиркевичу) – (Письма, т. 6, с. 47).

Чаще всего писатель говорит адресату, что в его произведении только один недостаток или недочетов совсем мало, а затем начинает перечислять их по пунктам: *... разрешите для легкости излагать эту критику по пунктам: 1) <...>. 2) <...>. 3) <...>. 4) <...>. 5) <...>* (А.В. Жиркевичу) – (Письма, т. 6, с. 47).

Как правило, недостатков в произведении адресата оказывается множество. Сначала А.П. Чехов указывает на несерьезные недочеты, а затем переходит к разбору более важных на его взгляд недостатков. В результате такого «скрупулезного исследования» писателя выясняется, что в произведении адресата искажены факты действительности, что «фигуры» надуманны, а язык недостаточно прост. А.П. Чехова не устраивает ни «архитектура» произведения, ни его название, ни имена и фамилии героев, ни их пол, ни место действия, ни знаки препинания. Почти всегда писатель старается смягчить свою критику. Однако разнообразные речевые акты смягчения не делают его критику менее «беспощадной». Множество речевых актов замечания, совета, наставления зачастую превращают критику А.П. Чехова в лекцию «профессора-филолога» или «профессора-медика» в адрес «дилетанта от литературы».

2. Допустимость негативной оценки произведений известных писателей

А.П. Чехов – строгий критик и требовательный читатель. Даже такие писатели, как Ф.М. Достоевский, Л.Н. Толстой и С.И. Тургенев, по его представлениям не являются абсолютными величинами. Чеховское высказывание о «Крейцеровой сонате» Л.Н. Толстого о том, что «повесть не избежала участи всех человеческих дел, которые все несовершенны и не свободны от пятен» (Письма, т. 4, с. 18), могло бы им быть применимо и по отношению к другим произведениям великих писателей: *Купил я в Вашем магазине Достоевского и теперь читаю. Хорошо, но уж очень длинно и нескромно. Много претензий* (А.С. Суворину) – (Письма, т. 3, с. 169); *«Накануне»*

(И.С. Тургенева. – А.К.) *мне не нравится всё, кроме отца Елены и финала. Финал этот полон трагизма. <...> «Затишье» скромно и не удовлетворяет. «Дым» мне не нравится совсем»* (А.С. Суворину) – (Письма, т. 5, с. 174); Каждую ночь просыпаюсь и читаю «Войну и мир». Читаешь с таким любопытством и с таким наивным удивлением, как будто раньше не читал. Замечательно хорошо. *Только не люблю тех мест, где Наполеон. Как Наполеон, так сейчас и натяжки, и всякие фокусы, чтобы доказать, что он глупее, чем был на самом деле. Всё, что делают и говорят Пьер, князь Андрей или совершенно ничтожный Николай Ростов, – всё это хорошо, умно, естественно и трогательно; всё же, что делает и думает Наполеон, – это не естественно, не умно, надумано и ничтожно по значению* (А.С. Суворину) – (Письма, т. 4, с. 291).

3. Частотность резко негативной оценки литературных произведений писателей-современников

Чеховские заочные и очные негативные оценки литературных произведений писателей-современников почти всегда эксплицитны. Приведем типичные чеховские выражения резко негативной оценки: *рассказ жидок; рассказ груб; рассказ положительно никуда не годится; недостоин (журнала); я бы не напечатал рассказа; меня не удовлетворяет; мне не нравится всё; мне не нравится совсем; следует всё вычеркнуть или ничего; совсем швах; так и прут между строк неопытность, неуверенность, лень; скучно читать; мало искренности; мало простоты; рассказ наивен; рассказ фальшив; безвкусная, фальшивая чепуха; грубая подделка; неинтересен; написан однотонно; тон однообразен; грубый тон; нечто претенциозное; что-то несерьезное.*

Возвращаю Вам рукопись П. Боткина. *В ней следует всё вычеркнуть или же ничего. Я бы не напечатал такого рассказа. Это потуга на обличительную сценку и довольно плохая* (А.С. Суворину) – (Письма, т. 5, с. 139); *«Путешествие в Китай» недостойно «Осколков», а рисунки Богданова совсем швах* (Н.А. Лейкину) – (Письма, т. 1, с. 104); *Маминская повесть – это грубая, безвкусная и фальшивая чепуха* (В.А. Гольцеву) – (Письма, т. 9, с. 29); *Вы работаете очень мало, лениво. Я тоже ленивый хохол, но ведь в сравнении с Вами я написал целые горы! Кроме «Забытых писем», во всех рассказах так и прут между строк неопытность, неуверенность, лень. Вы до сих пор еще не набили себе руку, как говорится, и работаете, как начинающая, точно барышня, пишущая по фарфору* (Л.А. Авилловой) – (Письма, т. 7, с. 93-94).

4. Резкая критика писателей, искажающих в своих художественных произведениях факты действительности

Любое художественное произведение А.П. Чехов рассматривает не только как читатель и писатель, но и как ученый, для которого огромную роль в восприятии художественного мира играет достоверность в описании образов и событий. Писатель не терпит художественного вымысла там, где речь идет об исторических или современных реалиях и научных фактах. Общаюсь с адресатом, А.П. Чехов открыто выражает свое негативное отношение к тем или иным натяжкам в его произведении, которые ведут к искажению фактов действительности: *Есть 2-3 неловких выражения, которые я подчеркнул. Попы ни во всеобщей, ни в обедне не читают апостола* (Е.М. Шавровой-Юст) –

(Письма, т. 6, с. 357); *Место, где Иона возится с двумя десятинами, как паук с мухой, прекрасно, но зачем Вы губите его прелесть описанием невозможной и маловероятной забавы с сохой? Разве это необходимо? Вы знаете, что кто пашет первый раз в жизни, тот не сдвинет плуга с места – это раз; дьячку выгоднее отдать свою землю под скопчину – это два; воробьев никаким калачом не заманишь из деревни в поле – это три... <...> В конце рассказа дьячок (это очень мило и кстати) поет: «Благослови, душе моя, господи, и возрадуется...» Такой молитвы нет. Есть же такая: «Благослови, душе моя, господи и вся внутренняя моя имя святое его...»* (Н.А. Хлопову) – (Письма, т. 2, с. 200).

Чаще всего А.П. Чехов резко критикует авторов, которые не знают специфики работы врачей и особенностей некоторых болезней, но берутся об этом писать в своих произведениях. Нередко большая часть чеховских писем такому адресату превращается в лекцию «профессора-медика», прочитанную для дилетанта. Яркими примерами в этом смысле являются письма Е.М. Шавровой, где А.П. Чехов напоминает адресату о справедливости, «которая для объективного писателя нужнее воздуха» (Письма, т. 4, с. 273).

5. Частотность критики художественных образов в произведениях третьих лиц и адресатов

При оценке литературного произведения адресата А.П. Чехов обращает особое внимание на художественные образы или, как их называет Антон Павлович, «фигуры», «лица». Давая им негативную оценку, писатель чаще всего употребляет следующие выражения: *лица мелкие, едва намечены, взяты небрежно, шаблонны; фигуры утрированные, (наполовину) сочинены, хоудельны, притянуты за хвост, похожи одна на другую, нового ничего не дают, эпохи не характеризуют, не внушают доверия.*

Фигура писаря в пиджачке и с клочками сена в волосах шаблонна и к тому же сочинена мористическими журналами. Писаря умнее и несчастнее, чем принято думать о них, и т.д. (Н.А. Хлопову) – (Письма, т. 2, с. 200); *Кроме старушки в Базарове, т. е. матери Евгения и вообще матерей, особенно светских барынь, <ото>рые все, впрочем, похожи одна на другую (мать Лизы, мать Елены), да матери Лаврецового, бывшей крепостной, да еще простых баб, все женищины и девицы Тургенева невыносимы своей деланностью и, простите, фальшью. Лиза, Елена – это не русские девицы, а какие-то Пифии, вещающие, избилующие претензиями не по чину. Ирина в «Дыме», Одинцова в «Отцах» и детях, вообще львицы, жгучие, аппетитные, ненасытные, чего-то ищущие – все они чепуха. Как вспомнить толстовскую Анну Каренину, то все эти тургеневские барыни со своими соблазнительными плечами летят к черту* (А.С. Суворину) – (Письма, т. 5, с. 174-175).

А.П. Чехов советует начинающим писателям работать «пластично», филигранно, отсекая всё лишнее, тогда художественные образы («фигуры») будут «живее», «сочнее», «пухлее», «круглее», «яснее»: *Вы правильно лепите фигуру, но не пластично, Вы не хотите или ленитесь удалить резцом всё лишнее. Ведь сделать из мрамора лиц, – значит удалить из этого куска то, что не есть лицо* (Е.М. Шавровой-Юст) – (Письма, т. 6, с. 357); *Перепишите рассказ еще раз, и Вы увидите, какая будет перемена: станет сочнее, круглее и*

фигуры яснее (Л.А. Авиловой) – (Письма, т. 4: с. 360); *Женицин нужно описывать так, чтобы читатель чувствовал, что Вы в расстегнутой жилетке и без галстука, природу – то же самое. Дайте себе свободы* (А.С. Лазареву (Грузинскому) – (Письма, т. 3, с. 39).

6. Многочисленность критических замечаний по поводу лишних фигур, эпизодов и описаний природы в художественных произведениях адресатов-писателей

Давая оценку художественному произведению какого-либо писателя-современника, А.П. Чехов нередко критикует своих адресатов-писателей за то, что в их произведениях есть лишние фигуры и эпизоды: *Рассказ написан несколько жидковато: тенденция так и прет, подробности расползаются, как пролитое масло, лица же едва намечены. Есть лишние лица; например, брат героини, мать героини. Есть лишние эпизоды; например, события и разговоры перед свадьбой, да и всё, что свадьбы касается* (Е.М. Шавровой-Юст) – (Письма, т. 6, с. 29-31); *Как бы ни было, пьеса выиграла бы, если бы Вы кое-кого из действующих лиц устранили вовсе, например, Надю, которая неизвестно зачем 18 лет и неизвестно зачем она поэтесса. И ее жених лишняя. И Софи лишняя. Преподавателя и Качедыкина (профессора) из экономики можно было бы слить в одно лицо. Чем теснее, чем компактнее, тем выразительнее и ярче* (Е.П. Гославскому) – (Письма, т. 8, с. 171-172).

Очень часто А.П. Чехов советует своим адресатам-писателям при описании природы в художественном произведении проявлять чувство меры и избегать антропоморфизмов, акцентирует внимание на том, что выразительность в описаниях природы достигается простотой: *Пейзаж Вы чувствуете, он у Вас хорош, но Вы не умеете экономить, и то и дело он попадает на глаза, когда не нужно, и даже один рассказ совсем исчезает под массой пейзажных обломков, которые грудой навалены на всем протяжении от начала рассказа до (почти) его середины* (Л.А. Авиловой) – (Письма, т. 7, с. 93-94); *Вы настоящий пейзажист. Только частое уподобление человеку (антропоморфизм), когда море дышит, небо глядит, степь нежится, природа шепчет, говорит, грустит и т. п. – такие уподобления делают описания несколько однотонными, иногда слащавыми, иногда неясными; красочность и выразительность в описаниях природы достигаются только простотой, такими простыми фразами, как «зашло солнце», «стало темно», «пошел дождь» и т. д. – и эта простота свойственна Вам в сильной степени, как редко кому из беллетристов* (А.М. Пешкову (М. Горькому)) – (Письма, т. 8, с. 11-12).

7. Значительная доля резкой критики языка произведения и грамотности писателей

А.П. Чехов часто «ругает» своих адресатов-писателей или третьих лиц за недостаточную простоту языка, разговорный стиль, мещанский тон, неопределенность фраз и однообразие языковых средств: *Почитываю Ваши стихи. У Вас хорошая душа и стихом Вы владеете, но язык недостаточно прост; надо воли себе давать больше* (В.А. Долгорукову) – (Письма, т. 4, с. 18); *Берегись изысканного языка. Язык должен быть прост и изящен. Лакеи должны говорить просто, без пуцц и без теперича* (Ал.П. Чехову) – (Письма, т. 3, с. 210); *Вы не работаете над фразой; ее надо делать – в этом*

искусство. Надо выбрасывать лишнее, очищать фразу от «по мере того», «при помощи», надо заботиться об ее музыкальности и не допускать в одной фразе почти рядом «стала» и «перестала». Голубушка, ведь такие словечки, как «Безупречная», «На изломе», «В лабиринте» – ведь это одно оскорбление. Я допускаю еще рядом «казался» и «касался», но «безупречная» – это шероховато, неловко и годится только для разговорного языка, и шероховатость Вы должны чувствовать, так как Вы музыкальны и чутки, чему свидетели – «Забытые письма» (Л.А. Авиловой) – (Письма, т. 7, с. 93-94).

Читая произведения начинающих авторов, А.П. Чехов всегда обращал внимание на знаки препинания, которые называл «нотами при чтении» и указывал адресату на неправильную их расстановку: *Последнее сказание: знаки препинания, служащие нотами при чтении, расставлены у Вас, как пуговицы на мундире гоголевского городничего. Изобилие многоточий и отсутствие точек* (Н.А. Хлопову) – (Письма, т. 2, с. 200); *Вместо того, чтобы сердиться, вы повнимательнее прочтите мое письмо. <...> Позволять Вам писать или не позволять – не мое дело; я указал Вам на молодость, потому что в 30-40 лет уже поздно начинать; указал на необходимость выучиться правильно или литературно ставить знаки препинания, потому что в художественном произведении знаки зачастую играют роль нот, и выучиться им по учебнику нельзя; нужны чутье и опыт* (Р.Ф. Ващук) – (Письма, т. 6, с. 318).

8. Незначительная доля сдержанных положительных оценок без серьезных критических замечаний

Сдержанные положительные оценки без каких-либо серьезных замечаний в письмах А.П. Чехова встречаются гораздо реже, чем критические оценки. В основном это оценки-ободрения молодым авторам или оценки-рекомендации начинающих писателей в письмах издателям.

Давая подобные оценки художественным произведениям адресата или третьего лица, А.П. Чехов использует выражения: *мне понравился (мне симпатичен) рассказ, меня растрогал рассказ, меня тронула художественность рассказа; рассказ недурен, мил, весьма умен, литературен, вполне интеллигентная (литературная) вещь, симпатичный, приличный, добросовестный, хорош(ий), положительно хорош, сделан хорошо, очень хороший*:

Добрейший Николай Михайлович, начну с того, что «Лунатик» – очень хороший рассказ и всем здесь нравится. Вы делаете поразительные успехи (Н.М. Ежову) – (Письма, т. 5, с. 145); *Сегодня в 9 часов утра, сидя в холодной классной комнате на Новой Басманной, я прочел Ваше «Одиночество» и простил Вам все Ваши преступления. Рассказ положительно хорош, и, нет сомнения, Вы умны и бесконечно хитры. Меня больше всего тронула художественность рассказа* (Т.Л. Щепкиной-Куперник) – (Письма, т. 5, с. 348).

Для оценок-рекомендаций начинающих писателей, которые мы обычно встречаем в чеховских письмах редакторам и издателям журналов, характерен немного снисходительный тон: *Шлю Вам рассказ одной моей знакомой барыни (не Политковской), очень умной и симпатичной, работающей преимущественно в детских журналах. <...> Рассказ, как Вы сами увидите, очень недурен, литературен и не без идейки. Главное, короток. Дамы редко пишут*

коротко!) *Несколько сентиментален, но это не беда... Барыня совсем литературная... Это хорошая знакомая моей семьи, Марья Влад<имировна> Киселева, дама почтенная и (во избежание нехороших идей в Вашей голове) в летах* (Н.А. Лейкину) – (Письма, т. 1, с. 266).

Позитивно оценивая писательскую деятельность каких-либо молодых авторов в письмах своим адресатам, А.П. Чехов использует обычно выражения: *заметно выписывается, заметно прогрессирует, достаточно насобачился, со временем из него выработается настоящий драматург*:

Читал рассказ нового сотрудника, Кулакова. Мне кажется, он может писать и уж достаточно насобачился. Не понравилось мне, что он дебютировал с пьянства. Напишите ему, что описывать пьянство ради пьяных словечек – есть некоторого рода цинизм. Нет ничего легче, как выезжать на пьяных... (Н.А. Лейкину) – (Письма, т. 1, с. 282); Немирович Владимир говорил, что виделся с Вами. Мне кажется, что сей Немирович очень милый человек и что со временем из него выработается настоящий драматург. По крайней мере, с каждым годом он пишет всё лучше и лучше (А.Н. Плещееву) – (Письма, т. 3, с. 293).

9. Повышенная эмоциональность высоких оценок литературных произведений

Высоко оценивая литературное произведение, А.П. Чехов обычно использует слова и выражения с экспрессивной окраской: *великолепный; удивительный; превосходный; эффектный; очень, очень хорошо; чудесно; замечательно хорошо; сильно; деликатно; пикантно; роскошно; божественно; гениально; громадина; (сплошная) прелесть; сплошной восторг; роскошь; волшебная штука: «У гадалки» – великолепный рассказ, и я этому ужасно рад. Очень, очень хорошо* (Е.М. Шавровой) – (Письма, т. 4, с. 191).

Писатель часто употребляет разнообразные речевые акты восхищения: *Боже мой!; Что за роскошь!; Просто хоть караул кричи!; Просто гениально; Это черт знает, как сделано!; Это нечто такое, чего бы я и за миллион не написал!; Замечательно до такой степени, что комар носа не подточит!; Сплошной восторг и больше ничего; Я захлебывался, читая его*:

Боже мой! Что за роскошь «Отцы и дети»! Просто хоть караул кричи. Болезнь Базарова была сделана так сильно, что я ослабел и было такое чувство, как будто я заразился от него. А конец Базарова? А старички? А Кукишина? Это черт знает как сделано. Просто гениально (Письма, т. 5, с. 174-175); *Особенно врезался в мою память один рассказ, где купцы с пасхальной заутрени приходят, я захлебывался, читая его. Мне так знакомы эти ребята, опаздывающие с куличом, и хозяйская дочка, и праздничный «сам», и зама заутрени... (Н.А. Лейкину) – (Письма, т. 1, с. 60); Вчера Ленский прислал мне билет в ученический спектакль. Его ученики играли в Малом театре «Пучину». Пьеса удивительная. Последний акт – это нечто такое, чего бы я и за миллион не написал. Этот акт целая пьеса, и когда я буду иметь свой театр, то буду ставить только этот один акт* (А.С. Суворину) – (Письма, т. 5, с. 11).

Критерием высшей чеховской оценки литературного произведения адресата является сообщение ему о том, что его рассказ читали вслух: ...как

непосредственен, как силен Гоголь и какой он художник! Одна его «Коляска» стоит двести тысяч рублей. Сплошной восторг и больше ничего. Это величайший русский писатель. В «Ревизоре» лучше всего сделан первый акт, в «Женитьбе» хуже всех III акт. Буду читать нашим вслух (А.С. Суворину) – (Письма, т. 3, с. 202); *Ваши «Айвазовский» мне так понравился, что я послал его своему домохозяину, а сей последний – любитель веселого чтения – снес его в Клиники, где и читал вслух* (Н.А. Лейкину) – (Письма, т. 2, с. 127).

Наши наблюдения показали, что художественные произведения и писательская деятельность на протяжении всей жизни А.П. Чехова всегда находились в фокусе его внимания, анализируется и оценивается. Однако коммуникативное поведение писателя при этом не статично: одни признаки остаются неизменными и сохранными, т.е. проявляются на протяжении всей жизни в достаточном количестве писем и подтверждаются достаточным количеством примеров; другие же изменяются (усиливаются или ослабевают), т.е. подтверждаются все большим или меньшим количеством примеров.

Сопоставив все факты, мы выявили следующую динамику коммуникативного поведения писателя в период с 1875 по 1904 гг.:

- не изменились и сохранились следующие признаки: *доминирование эксплицитных критических оценок литературного произведения; допустимость негативной оценки произведений известных писателей; резкая критика писателей, искажающих в своих художественных произведениях факты действительности; незначительная доля сдержанных положительных оценок без серьезных критических замечаний*;

- в последние 7 лет жизни писателя (с 1897 по 1904 гг.) усилились такие признаки, как *частотность критики художественных образов в произведениях третьих лиц и адресатов; многочисленность критических замечаний по поводу лишних фигур, эпизодов и описаний природы в художественных произведениях адресатов-писателей; значительная доля резкой критики языка произведения и грамотности писателей*;

- в последние 7 лет жизни писателя несущественно ослабились признаки: *повышенная эмоциональность высоких оценок литературных произведений; частотность резко негативной оценки современных писателей*.

Таким образом, можно сделать вывод, что А.П. Чехову в большинстве случаев свойственна критическая оценка литературных произведений как третьих лиц, так и адресатов. К концу жизни писателя наблюдается тенденция к снижению эмоциональности как в положительных, так и в отрицательных оценках. Он стремится к сдержанности и снижению категоричности. На протяжении всей жизни А.П. Чехов остается нетерпим к искажению литераторами фактов действительности, которую они изображают. В последние 7 лет жизни он строже оценивает грамотность писателей, чаще критикует их за недостаточную простоту языка, за лишние фигуры, эпизоды и описания, чаще призывает отсекал все лишнее, добиваясь «филигранности» и «пластичности» в создании образов.

Литература

1. Куркина А.С. Реконструкция коммуникативной личности русского писателя (на примере вербального и невербального поведения А.П. Чехова): дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2022.
2. Стернин И.А., Камбаралиева У.Д. Теоретические проблемы описания коммуникативного поведения // Коммуникативные исследования. – 2018. – №2 (16). – С. 20-34.
3. Чехов А.П. Полное собрание сочинений и писем: в 30 т. / под ред. Н.Ф. Бельчикова. – Т. 1-12: 1875-1904. – М.: Наука, 1974-1983.

Е.Н. Рядчикова (Краснодар)

**Мнимая «порядочность» и ложные «ценности»
членов преступной организации «АУЕ»:**

из практики проведения судебных лингвистических экспертиз

Аннотация: Организация АУЕ («Арестантское уркаганское единство») давно существует в преступном мире, однако всё еще остается своеобразной тайной для непосвященных, что создает некую загадочную притягательность для искателей сомнительных приключений, затрудняет распознавание членов этой организации следственными органами и тюремными надзирателями. Предлагаемое исследование построено с опорой на многолетнюю деятельность автора в качестве судебного эксперта-лингвиста.

Ключевые слова: судебная лингвистическая экспертиза, преступная организация «АУЕ», металлические ценности, псевдокультура.

Abstract: The Prisoners' Criminal Unity organization has long existed in the criminal world, but it still remains a kind of mystery to the uninitiated, which creates a mysterious attraction for adventurers, making it difficult for investigative authorities and prison guards to identify members of this organization. The study is based on the author's many years of work as a forensic linguist.

Key words: judicial linguistic expertise, criminal organization The AUE, mental values, pseudo-culture.

В местах принудительного лишения свободы, невзирая на запрет, подпольным образом функционируют преступные группировки, среди которых особой сплоченностью и жесткостью выделяется организация «АУЕ» («Арестантский уклад един» либо «Арестантское уркаганское единство»). 17 августа 2020 г. решением Верховного Суда России по иску Генеральной прокуратуры Российской Федерации движение АУЕ было признано экстремистской организацией. Несмотря на давность существования и запретный характер этого сообщества, до сих пор еще не выработаны четкие критерии распознавания представителями закона отнесенности лиц к АУЕ. А в онлайн-энциклопедии «Википедия», созданной Джимми Уэйлсом и Ларри Сэнгером, помещены данные об указанном сообществе, которые, как нам представляется, намеренно вводят в заблуждение, занижая опасность АУЕ, так как позиционируют его всего лишь как неформальное молодежное сообщество, пропагандирующее

романтическое подражание идеологии и поведению российской организованной преступности; она, дескать, способна вызвать смех. Аналогичным поверхностным образом АУЕ представлена и в целом ряде исследований (Рядчикова, Белан 2023). В довольно объемном и детальном «Историко-этимологическом словаре преступного мира» З.М. Зугумова данное понятие отсутствует. Имеется крайне мало научных исследований и методических пособий, раскрывающих реальную суть и особенности данной преступной организации.

В силу указанных причин далеко не все представители закона могут однозначно определить принадлежность подозреваемого либо преступника к данной организации. Этим вызвана необходимость проведения судебных лингвистических экспертиз на предмет выявления в коммуникативно-речевых ситуациях признаков, указывающих на индивидуальный ролевой статус (устойчивый или временный) подозреваемых в принадлежности к АУЕ, на степень сплоченности группы, на характер межличностных отношений, указаний на то, в чем конкретно они выражены.

В заблуждение относительно характера сообществ могут ввести принятые в преступной среде так называемые «порядочность» и «ценности» поведения, отношений и речевого общения (Рядчикова, Кадилина 2023), которые на самом деле являются ложными, антигуманными, выходящими за рамки порядочности, принятые в цивилизованном обществе.

Так, например, в разговорах лиц, находящихся в местах лишения свободы, нередко встречаются слова «порядочный», «уважаемый», «авторитетный». Однако эти категории лиц вкладывают в данные понятия совсем не те смыслы и оценки, которые приняты в литературном языке, в обиходе приличных людей и которые отражены в словарях русского литературного языка, где указанные прилагательные позиционируются как входящие в число высших моральных ценностей человеческой цивилизации, как достижение культуры, человечности, гуманности, нравственности, учености, честности, неспособности к низким, аморальным, антиобщественным поступкам.

В речевой коммуникации преступных элементов все эти слова также имеют положительно-оценочное значение, однако на самом деле здесь появляется, метафорически выражаясь, своеобразный эффект фотографического негатива: белое выглядит черным, а черное – белым. То есть то, что положительно оценивается преступными элементами, в обычной среде является негативным, отрицательным и наоборот. «Порядочный арестант» на языке АУЕ, как и «авторитет» – этот тот арестант, который в большой степени соответствует правилам преступного мира. Тот, кого уважают в преступной среде, не только не заслуживает уважения в обществе порядочных людей, но и является их антагонистом, презираем ими и находится не в ладах с законом. Это противоречие становится очевидным из определения ряда понятий, зафиксированных в «Историко-этимологическом словаре преступного мира». Сравним:

«**Авторитет** – представитель высшего сословия преступного мира <...>. Вор в законе (блатной, урка, жиган, свояк, жулик) уже по своему званию безусловный авторитет» (Зугумов 2018, с. 12).

«**Арестант** – уважаемый всеми заключенный, придерживающийся воровских законов и традиций. Арестантом могут называть тех, кто придерживается воровских канонов и хоть немного соответствует образу жизни воров в законе. Говорить, что арестант «порядочный», неправильно, ибо «непорядочных» арестантов просто не бывает» (Там же, с. 21).

«**Арестант-бродяга** – уважаемый всеми заключенный, живущий в местах лишения свободы по воровским законам» (Там же, с. 21).

Чем хуже, отвратительнее субъект с позиций обычного – нормального, чистого перед законом общества, тем выше он ценится в обществе криминальном и тем более почетным титулом наделяется, например:

«**Академик** – арестант, проводивший в заключении большую часть жизни» (Там же, с. 13).

«**Аристократы** – авторитеты в среде преступного мира, как на воле, так и в местах лишения свободы. Чаще это – карманные воры с хорошим вкусом и манерами, подвешенной метлой [языком] и природным актерским талантом» (Там же, с. 21).

К ложным ценностям членов преступной организации «АУЕ» относится группа терминов родства – на самом деле псевдородства, так как здесь не имеется в виду семья в традиционном понимании кровнородственных отношений. Коммуниканты в основном обращаются друг к другу по имени, а также «брат», «братан», «братуха», «братка», «родной» или «друг», иногда пользуются кличками (зачастую они даются по основному месту проживания). «Братом» они начинают называть друг друга, как только познакомились. Эти факты говорят о сплоченности общающихся, об их идейном единстве, которое, как они сами говорят, называется «воровская братва», «лагерная братва»:

«**Лагерная братва** – уважаемые в лагере заключенные, которые строго придерживаются воровских канонов» (Там же, с. 315).

К этой же группе понятий родства относится и слово «свояк», в обычной жизни обозначающее «муж сестры жены, т.е. свояченицы»: «**свояк** – вор в законе» (Там же, с. 527).

Сплоченность для членов АУЕ – обязательный признак их группировки, который расценивается ими в высшей степени положительно. Так, например, о сплоченности в особой группе заключенных, «порядочных пацанов», с восторгом рассказывает коммуникант КК (здесь и далее курсивом приведены примеры из практики автора в качестве судебного лингвиста-эксперта; инициалы коммуникантов изменены):

КК: *Вот сейчас, в данный момент, мусора говорят: нам пофиг на ваши проблемы. А мы на братской волне. Мы ругаемся, а это им на руку. Они в ладоши хлопают. Я когда приехал, на лагерь было 27 **порядочных** пацанов. Знаешь, какая сплоченность была? Такой кайф! Вот ты, когда поднимался, тебе уже можно было предъявить. Даже в **порядочной** массе ты подорвался.*

Понимаемая в преступном мире «порядочность» в открытых источниках в сети Интернет отражена следующим образом (сохранены исходная орфография и пунктуация):

«**Порядочный арестант, порядочность** – синоним: *достойный арестант* – это тот, кто в своих помыслах и поступках искренне переживает и приумножает

как Людское, так и Общее. Вобщем твоя Порядочность складывается из многих факторов. Многие, те кто живет так как положено Порядчному Арестанту на самом деле не может называться таковым, а только придерживается Порядчного образа жизни и дело не в том, что они в чем-то неискренни, просто в связи с какими-то моментами, они недостойны так называться. Один из таких моментов – это то, за что они сидят. Барыги, насильники, те у кого по делу проходят женщины, дети или старики никогда не смогут называться “Порядочный” так как их поступки идут в разрез Людскому...” (<https://zen.yandex.ru/media/zona/tak-kto-takoi-poriadochnyi-arestant-5b7119d1458d1300a9eba59f>).

Ряд заключенных имеет ролевой статус (Рядчикова, Белан 2024). В некоторых случаях для обозначения таких ролей выступают отрицательно-оценочные слова в роли положительно-оценочных и наоборот. Это, например, слова «босяк», «бродяга», «семья», «воровской мужик»:

«**Босяк** – профессиональный уголовник, соблюдающий воровские законы, отрицательно настроенный по отношению как к милиции вообще, так и к администрации мест лишения свободы в частности» (Зугумов 2018, с. 64).

КА: *Стремяга – это тот же бродяга. Человек в семью стремится. Для меня это тот же бродяга.*

ОФ: *Конечно, стремяга – он стремится.*

НУ: *К воровской семье.*

«**Воровская семья** – сообщество воров в законе» (Там же, с. 109).

«**Воровской мужик** – самая *уважаемая* в арестантском мире категория мужиков, которые чтят воровские законы, поддерживают блатной мир, хотя сами в состав отрицалова не входят. Из числа таких осужденных порой даже выбирают положенцев зоны и зрителей различных общаков, поэтому урки, положенцы и остальной блатной мир ценят таких мужиков много выше, нежели своих подручных» (Там же, с. 110).

КА: *Вот Артуру звонил. Да вот элементарно звонил Жора, мужик по жизни, воровской мужик, это самый близкий его человек. Это тот, кто говорит: “Что он скажет, Жора, считай – это я сказал”. Вот такие отношения. Он мужик по жизни, бродягой может быть любой ипанюк, любой мужик, понимаешь?*

ОФ: *Самое главное – **порядочный** человек.*

Воровской уклад и речевые традиции входят в непреложный круг ментальных ценностей АУЕ:

КАИ: *Я могу сказать за Артура, он живет этой жизнью, а за себя могу сказать, что я ее поддерживаю, брат. Так же, как и мы все, мы ее поддерживаем, воровскую жизнь, а Артур ей живет. Также все бродяги этой жизнью живут.*

ОМВ: *Потому что он с ворами дружил.*

КАИ: *Ему имя дали – Бродяга.*

ОМВ: *Говорят, ты наш **брат**. Вот 10 воров сидят, говорят, кто он. Допустим, вот, воровским, кто за что смотрит, там все **авторитетные** сидят. Кто не вор, пусть уходят. А Артур уходит, говорит. Раз так, понял, – сиди с нами. Не, говорит, ты вор, говорит, ты наш **брат**.*

КАИ: *Вот он может сказать, что он живет этой жизнью.*

ОМВ: *Ровно. Даже человек мне не говорит “сиди”. Может я, говорю, вор. За уважение мне говорит: “Сиди, ты наш брат”».*

В среде представителей АУЕ приняты подчеркнуто вежливые приветственные и «благодарственные» клише, которые являются некоей визитной карточкой «своего» – как, например, пресловутые «Добрый вечер в хату», «Жизнь ворам», «От души». Однако после подобных церемоний употребляются вульгарные слова и выражения, в том числе обценные, что, разумеется, никак не коррелирует с истинной культурой и является коммуникативно-речевым парадоксом.

В «псевдокультуру» АУЕ входит специфическое отношение к мату. Сами заключенные в разговорах между собой матерные слова и выражения употребляют без ограничений, особенно среди равных по уровню преступной иерархии, «авторитетности», однако не терпят его в свой адрес от «чужаков», от сотрудников тюрем, колоний и СИЗО. Очевидно, такое разграничение обусловлено тем, что от представителей правоохранительных органов мат воспринимается заключенными как оскорбление, унижение, а внутри своей субкультуры – как средство выражения эмоций, как один из признаков принадлежности к криминальному сообществу, а также в силу ограниченности, узости лексикона. Но в целом и в этой среде предпочтительно разговаривать без мата – видимо, чтобы не быть расцененным в качестве проявляющего неуважение, особенно это требуется для обучаемых «авторитетами» новичков:

ТВВ: *Он тебе все разложит по полочкам. Все твои интересы. Сам уже помотришь сделаешь свои выводы. Разговоры через х*.. не веди.*

ОМВ: *С матом не разговаривай.*

Если «общуха» – это общее собрание сидельцев камеры, то общий сход заключенных называется «поляна». При таком общении вновь выдвигается требование разговаривать без применения матерных слов и выражений, хотя требующий сам их употребляет – очевидно, для придания пущей весомости своим словам. Хотя выглядит это абсурдно, даже смешно, но «братва» этого не замечает:

ПР: *Ко всей поляне. Ко всему порядочному люду. Вы на поляну общались.*

ОМВ: *Что говорит?*

ПР: *Имейте уважение к поляне, говорю.*

ОГЛ: *Скажи, с тобой говорят, б...ть, что нельзя на поляну такие разговоры вести, б...ть.*

ВЛ: *Он, я поинтересовался, на поляну какие хаты общаются, я сказал: “Братуха, имейте уважение”. “Кому, – говорит, – уважение?”. На поляну, вот, я уточнил, кто общался, я говорю, какие хаты общаются между собой. Я говорю: “Имейте уважение, общайтесь, как подобается”. Он говорит: “К кому иметь уважение”? Я говорю: “Ко всему порядочному люду, – говорю. – Вы на поляну с матами разговариваете”. Он говорит: “Отдохни”. Мне. Ну и получил за это».*

Сиделец КАД выговаривает сокамернику за то, что тот выразился матом в адрес другого сокамерника. При этом сам КАД употребляет матерные

выражения, но не считает это нарушением. Такое противоречие вписывается в круг его представлений об особой воровской «культуре»:

КАИ: *Вот, как вчера. Я утром встал. Слышу ваши разговоры. Когда вы друг друга нах... посылали с малым. Вот тогда вы понимали, того р... е... Я малому говорю: “Вы так большие не выражайтесь”. “Мы между собой”. Между собой? Да любой порядочный человек, да любой может подойти, сказать: иди нах... отсюда. Если ты скажешь, слышишь ты, и руку на него поднимешь, в первую очередь ты п... получишь. Потому что ты руку поднял, понимаешь? Я понимаю, это вылетело, не вылетело. Но опять же, могу ли я малого нах... послать? Ты до этого послал.*

ИТ: *Конечно.*

На этом примере наглядно видны двойные стандарты данной субкультуры: осужденный с применением мата учит другого не употреблять матерные слова и выражения. Это еще один коммуникативно-речевой парадокс АУЕ.

Заключенные могут обманывать друг друга, обещая помочь возместить долг и не выполняя обещания, задерживая взнос (*таван*) в общую «каассу» (*общак*). Но «старшие» отчитывают их за любые нарушения установленных в их среде правил, законов, требуют строго выполнения договоренностей, криминальных установок и принципов. Если осужденный нарушил денежное обязательство, то должен принести сумму в десять раз больше. Правда, АУЕшники могут обманывать друг друга, обещая помочь возместить долг и не выполняя обещания.

«Барыги» (спекулянты в местах лишения свободы), «дорожники» (те, кто следит за налаживанием передачи письменных сообщений между камерами, оповещает соседей о тюремной почте) и «фоксеры» (авторитеты) выясняют отношения друг с другом, при этом упирая на соблюдение правил криминального сообщества. Тот, кто им не соответствует и не придерживается их, противопоставляет себя системе. Так, в следующем полилоге новичок в камере не хочет выполнять обязанности низшего элемента в иерархии – уборщика. Авторитеты ему объясняют, что его личное мнение никого не интересует в братстве АУЕ и что тот обязан подчиняться принятому у них «порядку». Свое имя и статус, которые были «на воле», новичок НН обязан утратить и влиться в псевдокультуру АУЕ, в принятый у них «момент» (ранг, должность, разряд по воровской шкале ценностей). По «системе» НН уже не человек, он даже в камере теперь должен жить как член АУЕ:

ОМВ: *Сейчас отдыхаешь, а ночью на ногах. Почему?*

НН: *Потому что на дороге...*

БВС: *Это твоё мнение, а есть наше мнение. Но ты не считаешь себя таким же, как он? Равным ему. Или ему. Здесь все мы люди. Я интерес к тебе проявляю. Равным им или нет?*

НН: *Я говорю...*

БВС: *Я за моментищиков говорю.*

НН: *Я считаю себя равным со всеми.*

АЭН: *Тут система. За порядком надо следить. Пид...ы тоже человеки.*

БВС: *Ты кто?*

НН: *Человек.*

БВС: *А по системе?*

НН: *Тоже человек.*

БВС: *Нет. Ты говори так, как есть.*

НН: *Нет. Я не живу. Я поддерживаю.*

БВС: *И мы тоже поддерживаем. Мы мужики, но у нас нет момента по жизни. Мы делаемми занимаемся своими, дорогой, фоксом. Кто-то другими делами занимается. А ты по этой жизни, должен заниматься вот такими делами. Уборкой.*

НН: *Не должен я заниматься.*

БВС: *Ты считаешь, что не будешь заниматься уборкой. Ты считаешь, у тебя нет момента по жизни.*

НН: *Я считаю, что да.*

БВС: *Я тебе еще раз говорю. Это ты так считаешь. Как ты считаешь, мне все равно. Тут интересно и важно, что о тебе считают люди. Не твое мнение, а мнение массы. Понимаешь?*

ОМВ: *Этот разговор. Вот так надо.*

БВС: *Иди, Виталик, иди, поговори. Вся братва, подтянись.*

БВС: *Я сказал: твое мнение, родной. Тупо твое мнение. Ну, он да братуха должен порядок наводить. Он барыга, у него барыжский момент. Я понимаю.*

Итак, лингвистический анализ показывает, что между коммуникантами имеется сплоченность общающихся, идейное единство, которое называется «воровская братва», «лагерная братва», «воровская семья», «система», «малина». В подобных наименованиях, а также в произносимых коммуникантами словах «общуха», «общак», «семья», «наш общий дом», «хата», «брат, братуха, братан», «свояк» выделяется общее значение «общность, тесное объединение, почти родственные отношения». Межличностные отношения между членами данного сообщества стремятся к таким, какие существуют в семье родственников – уважительные, с подчеркнутой речевой вежливостью, с соблюдением устойчивых клишированных формул вежливости при обращении, приветствии и прощании, установление наблюдения и своеобразной опеки «старших» над «младшими». При этом матерные слова и выражения не являются помехой для такого общения, что является коммуникативно-речевым парадоксом. Отношения между коммуникантами в основном сплоченные, в соответствии с принятым в их группе ранжированием. Если же кто-то поступает вразрез с установленными криминальными законами и правилами, то ему разъясняют эти законы, воспитывают, определяют наказание. Однако это только видимость, внешний декорум, наносной флёр, игра. И все члены АУЕ это хорошо знают, поскольку если возникнет серьезный, с точки зрения авторитетов АУЕ, проступок, то вся вежливость и «культура» мгновенно исчезнут без следа, а наружу выскочит жестокое и беспощадное истинное звериное нутро АУЕшников, кровавых и коварных преступников.

Литература

1. Зугумов З.М. Русскоязычный жаргон. Историко-этимологический, толковый словарь преступного мира. – М.: Книжный мир, 2018.

2. Рядчикова Е.Н., Белан Е.А. Выявление признаков экстремистской организации «АУЕ»: лингвокриминалогические и социально-психологические аспекты // Теория и практика судебной экспертизы. – 2023. – Т. 18, № 2. – С. 68-77.

3. Рядчикова Е.Н., Кадилина О.А. Жаргон преступной организации «АУЕ» (из практики судебных лингвистических экспертиз) // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). – 2023. – № 11 (111). – С. 47-57.

4. Рядчикова Е.Н., Белан Е.А. Признаки субкультурной принадлежности к преступной организации «АУЕ» (из практики проведения психолого-лингвистических экспертиз) // Судебная экспертиза Беларуси. – 2024. – № 1(18). – С. 62-66.

Д.А. Хайдарова (Воронеж)

Коммуникативный контекст институциональной жалобы

Аннотация: В данной статье рассматриваются две формы жалобы: бытовая и институциональная. Даются основные характеристики бытовой жалобы, ее интегральные признаки, особенности и формы выражения (устная и письменная), а также основные характеристики институциональной жалобы, правила ее оформления, структуры и условия успешности. Рассматриваются иллокутивные цели, лежащие в основе двух типов жалоб.

Ключевые слова: речевой акт, прагмалингвистика, жалоба, дискурс, бытовая жалоба, институциональная жалоба.

Abstract: This paper discusses two forms of complaint: domestic and institutional. The main characteristics of a domestic complaint, its integral features, peculiarities and forms of expression (oral and written), as well as those of an institutional complaint, the rules of its design, structure and conditions of success are discussed. The illocutionary goals underlying the two types of complaints are considered.

Key words: speech act, pragmalinguistics, complaint, discourse, domestic complaint, institutional complaint.

В современном обществе жалоба является инструментом донесения информации об определенной проблеме. Суть жалобы – это выражение в письменной или устной форме негативного состояния говорящего, информирование собеседника посредством передачи ему сообщения, наделенного негативной коннотацией. Жалоба представляет собой неотъемлемую часть социальной коммуникации и широко используется во всех сферах человеческой жизни.

Самый распространенный тип жалобы – это бытовая жалоба, которую мы используем в ежедневной коммуникации с целью выражения негативных эмоций и информирования собеседника о неблагоприятных ситуациях: «*Ну и погода сегодня!*», «*Ох, как у меня голова болит!*», «*Да сколько можно шуметь!*»

По своей форме бытовая жалоба может быть как устной, так и письменной. В основе жалобы любой формы лежит информирование собеседника (адресата) о возникновении негативной для говорящего (адресанта) ситуации с целью получения ответной реакции, которая может быть выражена в разных формах

(сочувствие, поддержка, компенсация, действия, направленные на устранение негативной ситуации, и т.д.).

Для бытовой жалобы, выраженной в устной форме, характерны следующие признаки: спонтанность речи, эмоциональность, использование таких паралингвистических средств, как жесты и мимика. При устном выражении жалобы особое значение имеют громкость и тембр голоса, темп речи, наличие или отсутствие пауз. Все эти факторы влияют на то, какое воздействие речь говорящего окажет на адресата.

Примером бытовой письменной формы жалобы могут служить SMS-сообщения, сообщения в мессенджерах, в социальных сетях, неформальные записки. Все эти формы бытовой письменной жалобы объединяет тот факт, что они строятся по похожим принципам, что и устные бытовые жалобы: для них характерна спонтанность, неподготовленность. Люди, общаясь посредством мессенджеров, зачастую не следят за синтаксисом, грамматикой, допускают ошибки, так как основной целью таких сообщений является передача информации и эмоционального состояния адресанта. Для более эффективного донесения негативной коннотации сообщения до адресата в современной неформальной переписке используются графические картинки эмодзи и эмотиконы. Их можно отнести к паралингвистическим средствам, которые используются с целью конкретизации, уточнения, усиления эмоциональной и интонационной окраски сообщения. То есть отсутствие в бытовой письменной жалобе лингвистических параметров, характерных для устной речи, в какой-то степени компенсируется использованием графических картинок.

С точки зрения прагматической направленности и степени формализованности, наряду с бытовой, можно выделить институциональную жалобу. Она, в отличие от бытовой жалобы, носит официальный характер и представляет собой обращение адресанта к лицу, которое наделено полномочиями для решения неблагоприятной для говорящего ситуации. Такая жалоба отличается от бытовой тем, что носит официальный характер, имеет определенную структуру и форму.

Институциональная жалоба отличается от бытовой жалобы следующим: адресант жалобы заинтересован не просто в получении моральной поддержки от адресата, но, скорее, в его решительных действиях, направленных на устранение неблагоприятной ситуации. Поэтому можно говорить о разных иллокутивных целях, лежащих в основе бытовой и институциональной жалоб. В ситуации бытовой жалобы иллокутивная цель адресанта – информирование, выражение эмоций. Например, одна подруга жалуется другой на плохую погоду, тем самым выражая свое негативное отношение к ситуации и ожидая ответной реакции (поддержка, сочувствие). А для институциональной жалобы, наряду с информированием и выражением эмоций, характерна еще одна иллокутивная цель – побуждение к активным действиям адресата по улучшению морального и материального положения говорящего (денежная компенсация, ремонт или замена некачественного товара, принесение письменных извинений и т.д.). При институциональной жалобе адресант обращается к адресату, наделенному властью и определенными полномочиями для нивелирования неблагоприятной ситуации и возникшего дискомфорта.

Институциональная жалоба характеризуется тем, что является собой шаблон, который социум оформил в нужном для решения спорных ситуаций виде. Институциональная жалоба имеет определенную устоявшуюся структуру, так как используется в официальных ситуациях. Для нее характерны последовательность, логичность, краткость, точное изложение деталей, отсутствие излишней эмоциональности, структурированность (Слепович 2012, с. 36). Институциональная жалоба носит официальный юридический характер, законодательство устанавливает определенную процедуру, посредством которой происходит взаимодействие коммуникантов. Осуществление действий адресанта и адресата в рамках данной процедуры и делают институциональную жалобу официальным документом. Безусловно, каждый адресант заинтересован в успешности своих действий в рамках официальной процедуры, поэтому складываются особые правила оформления институциональной жалобы.

Институциональная жалоба строго регламентирована в соответствии с особенностями законодательства данного социума, конкретной ситуацией и другими факторами, влияющими на формальные признаки этого речевого действия. Институциональная жалоба выражена преимущественно в письменной форме, но мы допускаем, что есть официальные ситуации, где институциональная жалоба может быть выражена и в устной форме.

Общение в письменной институциональной форме имеет целый ряд определенных особенностей и требований, обязательных для исполнения и обеспечивающих эффективную коммуникацию и достижение коммуникативных целей. Приведем слова В.И. Карасика о деловом письменном общении, которое он описывает следующим образом: «...специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» (Карасик 2002, с. 208).

Фокус нашего исследования направлен на институциональную жалобу, выраженную в письменной форме на примере английского языка. Письменная коммуникация является неотъемлемой частью английской языковой культуры. Эффективность делового общения с представителями англоязычных стран напрямую зависит от знания их социокультурных особенностей, а также норм и правил, принятых в деловой письменной коммуникации.

Наше исследование касается написания институциональных писем-жалоб (letters of complaint) на английском языке. Следует отметить, что институциональная письменная жалоба – это социально значимый вид текста. Именно поэтому так много внимания и времени носители английской языковой культуры уделяют обучению написанию деловых писем. Внешний вид деловых писем является неотъемлемой частью языковой культуры. Поводами для написания писем-жалоб обычно являются следующие ситуации: невыполнение обязательств, нарушение установленных сроков предоставления услуги, предоставление некачественно сервиса, нарушение законных прав, нанесение вреда здоровью и т.д.

В качестве источника информации, который содержит в себе рекомендации по написанию институциональных жалоб, был использован сайт Британского Совета – всемирно известной организации, основной целью которой является

помощь людям со всего мира в изучении английского языка. На данном сайте мы можем найти информацию, посвященную не только структуре институциональной жалобы, но и ее содержанию. Например, письмо обязательно должно включать в себя объяснение причины составления письма-жалобы (*I am writing to ...*), описание неблагоприятной ситуации (*what went wrong*) и желаемых путей для разрешения возникшей ситуации (*what you would like to happen now*). Кроме того, в разделе, посвященном написанию институциональной жалобы, содержится информация о том, что письмо должно быть написано в официальном стиле с использованием страдательных конструкций. Раздел также дает информацию об использовании в письме клишированных фраз и выражений, причем каждое слово и знак препинания в клише неизменны и имеют особую важность. Указаны рекомендации по написанию контактоустанавливающей фразы (приветствие) – *Dear Sir/Madam* и сигнатурной части (подпись) – *Yours faithfully*, Такой тип обращения и подписи необходимо использовать, если адресат письма неизвестен.

Много книг и учебных пособий содержат в себе рекомендации по написанию письма-жалобы. Например, аутентичный учебник *Complete Advanced*, выпущенный издательством Cambridge University Press, содержит в себе тренировочные задания, которые готовят не носителей языка к написанию письма-жалобы. Так, например, в учебнике дается образец письма жалобы и задания к нему:

Circle the appropriate words and phrases in italics in the letter. – Обведите в письме подходящие слова и словосочетания, выделенные курсивом.

Вот такой выбор предлагается читателю:

Members are *concerned about* / *fed up with*

For a start / *Firstly*,

Old people / *retired people*

In the area / *round here*

As soon as possible / *very soon* и т.д.

Здесь тренируется навык выбора между теми фразами, которые относятся к деловому стилю общения и теми, которые используются в повседневной жизни. Институциональная жалоба – это письмо, которое должно быть написано в официально-деловом стиле, поэтому выбор следует делать в пользу более формальных слов и выражений. Также в Writing reference section (справочный раздел по письму) даются рекомендации, как начинать и заканчивать письмо, если адресат не знаком адресанту:

If you don't know the person's name,

- start with *Dear Sir*, *Dear Madam* or *Dear Sir/Madam*,

- finish with *Yours faithfully*.

Дан список вводных фраз и выражений: *firstly*, *secondly*, *in addition*, *furthermore*, *what is more*. Кроме того, в данном разделе содержатся рекомендации по написанию каждого отдельного абзаца. Например, дается совет использовать первый абзац, чтобы четко и понятно выразить причину написания письма: *Use the first paragraph to state clearly the reason you are writing*.

В этом учебнике также содержатся задания и рекомендации, которые помогают сфокусироваться на том, как правильно выразить свои требования в

письме-жалобе. Например, один из вопросов гласит: *Find phrases that are used in Marek's letter to introduce suggestions for solving the problem*.

Здесь читатель должен погрузиться в контекст письма, вникнуть в его смысл и найти фразы, которые используются адресантом для выражения своих предложений по улучшению сложившейся неприятной ситуации. Впоследствии не носителю английского языка будет понятен и знаком не только формат письма, но также и необходимые смысловые элементы, содержащиеся в нем, и то, посредством каких слов и выражений нужно выражать свои требования и предложения по устранению дискомфорта.

От британских источников перейдем к некоторым американским. Так, например, на сайте Правительства Соединенных штатов Америки мы можем найти образец написания письма-жалобы (<https://www.usa.gov/complaint-letter>). Здесь дается более подробная информация о правилах составления институциональной жалобы, начиная с идентификационной части (той части письма, где указывается контактная информация адресанта и адресата и дата). Данная часть очень важна, так как она дает адресату некоторую информацию об отправителе, тем самым подготавливая его к дальнейшему содержанию письма. Приведем информацию, размещенную на сайте правительства США:

Your Address

Your City, State, ZIP Code

(Your email address, if sending via email)

Date

Name of Contact Person (if available)

Title (if available)

Company Name

Consumer Complaint Division (if you have no specific contact)

Street Address

City, State, ZIP Code

Обратим внимание, что оба адреса (отправителя и получателя) пишутся один за другим в левом верхнем углу. Следом за идентификационной частью идет приветствие (salutation): *Dear Contact Person or Organization Name*.

Немаловажно, что в отличие от образцов писем, которые представлены на сайте Британского Совета и в учебнике *Complete Advanced*, здесь приветствие представлено несколько в другой форме (*Dear Contact Person or Organization Name*): вместо *Dear Sir/Madam*. Кроме того, после приветствия ставится не запятая, а двоеточие.

Следующая часть письма — это вступление (introduction). В этой части письма дается краткое описание проблемы и некоторые детали произошедшего события. Эта часть является очень важной, так как она вводит адресата в курс дела, дает вводную информацию для общего понимания ситуации.

On (date), I (bought, leased, rented, or had repaired) a (name of the product, with serial or model number, or service performed) at (location and other important details of the transaction).

Как мы видим, в этой части должна быть указана дата, конкретное действие, совершенное адресантом, или то, в отношении чего сложилась неудовлетворительная ситуация (товар, услуга), и местоположение. Эта часть

письма вместе с приветствием представляют собой контактоустанавливающую часть жалобы.

В следующей части письма дается конкретное описание (description) проблемы, которая стала причиной написания жалобы с более подробными деталями. Данная часть имеет большое значение, так как в ней заключено полное описание проблемы, необходимое адресату для понимания сложившейся ситуации.

Unfortunately, your (product or service) has not performed well (or the service was inadequate) because (state the problem). I am disappointed because (explain the problem: for example, the product does not work properly; the service was not performed correctly; I was billed the wrong amount; something was not disclosed clearly or was misrepresented; etc.).

Важно отметить, что в примере перечисляются наиболее частотные ситуации, которые лежат в основе написания жалоб уполномоченным лицам и организациям. Такие фразы, как: *the product does not work properly* (товар не работает должным образом), *the service was not performed correctly* (услуга не была выполнена должным образом), *I was billed the wrong amount* (с меня взыскали неверную сумму), *something was misrepresented* (что-то было искажено), непосредственно реализуют акт жалобы, так как в них заключена информация о негативной для адресанта ситуации и ее подробное описание.

Следующим элементом письма-жалобы является воззвание к уполномоченному лицу (appeal). Оно представляется собой описание конкретных мер и действий, которые адресату следует совершить для решения возникшей ситуации. Это может быть денежная компенсация, возврат или ремонт товара ненадлежащего качества и т.д. Также в этой части институциональной жалобы адресант упоминает об имеющихся у него чеках, гарантийных талонах и других документах.

To resolve the problem, I would appreciate your (state the specific action you want: money refunded, charge card credit, repair, exchange, etc.). Enclosed are copies (do not send originals) of my records (include receipts, guarantees, warranties, canceled checks, contracts, model and serial numbers, and any other documents).

Перейдем к следующей части письма. Она представлена заключением (контакторазмыкающая часть) и содержит в себе несколько предложений, которые сигнализируют адресату о завершении письма. Данная часть содержит в себе надежду на получение ответа и скорейшее решение неблагоприятной ситуации с указанием конкретных временных сроков, а также упоминание о том, что адресант может обратиться в общество по защите прав потребителей в случае неудовлетворения решением адресата.

I look forward to your reply and a resolution to my problem and will wait until (set a time limit) before seeking help from a consumer protection agency or the Better Business Bureau. Please contact me at the above address or by phone at (home and/or office numbers with area code).

Обратим внимание на сигнатурную часть письма. Она представлена фразой: *Sincerely*, и указанием имени адресанта.

*Sincerely,
Your name*

Это отличается от рекомендаций Британского Совета и учебника *Complete Advanced*, где сигнатурная часть представлена подписью *Yours faithfully* и указанием имени.

Обратимся к другому источнику – официальному сайту Федеральной торговой комиссии США, где также содержится образец написания письма-жалобы (<https://consumer.ftc.gov/articles/sample-customer-complaint-letter>).

Здесь информация разделена на четыре основных раздела.

1. Information To Include in Your Letter (информация, которая должна содержаться в письме, она включает в себя дату, имя, номер телефона адресанта, название купленного товара, дату покупки).

2. Explain the problem (объяснение сути проблемы). Здесь же содержится рекомендация: 1) сообщить компании, как вы хотите решить проблему (Tell the company how you want to resolve the problem), 2) быть благоразумным (Be reasonable), 3) отправлять жалобу заказным письмом с уведомлением о вручении, сохранив себе копию (Send your letter by certified mail, return receipt requested. Keep a copy for yourself).

3. Sample letter (образец письма), где содержатся те же рекомендации, что и на официальном сайте Правительства Соединенных штатов Америки. Это касается приветствия, контактоустанавливающей части, основной части письма с детальным пояснением ситуации и воззванием к уполномоченному лицу, контакторазмыкающей части, подписи.

4. Report Fraud or Deception (сообщить о мошенничестве или обмане).

Последний пункт нам кажется особенно важным, так как он обеспечивает пользователя ссылками на сайты генеральных прокуроров штатов и Бюро по защите прав потребителей. Здесь также содержится просьба сообщить о жалобе в Федеральную торговую комиссию США и есть пометка, что несмотря на то, что Комиссия не рассматривает индивидуальные жалобы, посланная информация помогает правоохранительным органам выявлять закономерности правонарушений.

На основании данного примера можно говорить о том, что процедура подачи институциональной жалобы становится авторизированной. Действия адресанта упрощаются, и ему для осуществления жалобы нужно совершить несколько последовательных шагов, которые подробно описаны.

Следует отметить, что использование стандартных начальных и заключительных фраз несет в себе цель установки, поддержания и завершения контакта между коммуникантами. Кроме того, данные формулы вежливости позволяют конвенционализировать деловую переписку, делая взаимоотношения адресанта и адресата прогнозируемыми и ожидаемыми, исходя из тех этикетных норм, которые приняты в том или ином социуме (Исупова 2005).

Таким образом, уже на уровне рекомендаций по написанию институциональной жалобы есть различия в британских и американских источниках информации.

Литература

1. Complete Advanced Student's Book with Answers with CD-ROM Paperback – March 11 2014 Cambridge English; 2 edition (March 11 2014).

2. Исупова М.М. Этикетные формулы коммерческого письма как стереотипы делового общения (на материале англоязычных и русских деловых писем) // Языковое бытие человека и этноса, 2005. Электронный ресурс. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiketnye-formuly-kommercheskogo-pisma-kak-stereotipy-delovogo-obscheniya-na-materiale-angloyazychnyh-i-russkih-delovyh-pisem> (дата обращения: 03.11.2024)
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002.
4. Официальный сайт Британского Совета. Электронный ресурс. – URL: <https://learnenglish.britishcouncil.org/>
5. Официальный сайт Правительства Соединенных штатов Америки. Электронный ресурс. – URL: <https://www.usa.gov>
6. Официальный сайт Федеральной торговой комиссии США. Электронный ресурс. – URL: <https://consumer.ftc.gov/>
7. Слепович В.С. Деловой английский язык: учеб. пособие. – Минск, 2012.

В.К. Харченко (Белгород)

Диалектика культов в динамике национального сознания

Аннотация: В статье рассматривается изменение культов в современности, а также необходимость их упрочения, особенно культа отца и культа семьи. Приведены данные из семейных родословных, отвечающие национальному сознанию.

Ключевые слова: культ семьи, книги, отца, собственности бережливости; семейные родословные.

Abstract: The paper examines the change of cults in modern times, as well as the need to strengthen them, especially that of the father and the family. The data from family genealogies corresponding to the national consciousness are presented.

Key words: cult of family, books, father, property, frugality; family genealogies.

Культе любви, культе семьи, культе отца, культе книги, культе собственности, культе бережливости... Этого списка уже достаточно, чтобы вести речь о диалектике культов в России и о выражаемой ими динамике национального сознания. Начнем с конца.

Культе бережливости: есть он или нет? Рекламы вещают о новых вещах: покупайте, тратьте деньги, заменяйте старые вещи новыми, новомодными, и примеры Запада и США здесь налицо. Кому придет в голову беречь старый компьютер, когда новый оказывается на проверку быстрее, удобнее, лучше? А стиральная машина? Здесь тоже свои плюсы, и мы выбираем, покупаем, меняем. Жизнь идет вперед, и мы поспеваем за ней по мере своих сил и возможностей. Так что зададим вопрос снова: культе бережливости – есть он или нет? Ответим: применительно к современной технике культа бережливости нет, однако не всё в нашем доме охвачено новой техникой. Дедушкины письма, прадедова рубашка, бабушкино рукоделье, мамина вышивка – всё это продолжает жить и здравствовать у нас.

«Сильнейшая привязанность к вещам – к их биографии, географии, рождению и смерти – привела к тому, что в скороходовскую коробку из-под ботинок я складывала то, с чем трудно было расстаться: треснувшую фарфоровую пиалу моего прадеда, в которой он хранил какие-то колесики и пружинки от часов, разбитый китайский набор для чаепития, который мой первый муж случайно смахнул плечом вместе с полкой, бабушкины лайковые перчатки (бальные!) такого размера, что они порвались, когда их хотела примерить одна толстенная двенадцатилетняя девочка, расплетшаяся наполовину прабабушкина корзиночка неизвестно для чего, горделивый значок Калужской гимназии госпожи Саговой и кусок клеенки из роддома, на котором написано имя моего двоюродного брата, родившегося через десять лет после меня. Всё это я собиралась когда-нибудь починить, реставрировать, склеить, залатать или просто определить на место», – так описывает «культ бережливости» писательница Людмила Улицкая («Священный мусор»).

Мы привели отрывок из романа, высвечивающий парадоксально привлекательные вещи, но у нас хранятся и более значимые, важно только беречь их, соблюдая диалектику культа.

Культе собственности тесно связан с культом бережливости, но имеет свои особенности. «Потом появляется “мое” и “чужое”. Мама, естественное дело, – мое. Кровать, чашка, игрушка, брат, ботиночки. Мотив собственности. Мальчик научается защищать “свое” от посягательств кулаками, девочка – скорее воплями» («Священный мусор»). С собственностью отношения становятся острее по мере взросления человека, и здесь играют роль связи между людьми. Считается, что у нас в России вопрос дележа собственности стоит очень остро.

Чувство собственности – это показатель зрелости, взрослости мышления, часто не соотносимый с элитарностью речи, но, тем не менее, в детстве весьма ощутимый. Приведем здесь записи мамы Аркадия: «Каня собирается на прогулку всегда с душой. И с нервами. Вдруг начинает голосить что-то типа “А где мой автобус любимый?!” Или зонтик. Или молоток. Или зеленый мяч. Мы “все своё носим с собой” по завету древних. Думаете, Каня берет автобус, чтобы играть? Нет, он его из пакета не вынимает никогда! И зонтик тоже. И зеленый мяч. Он берет их именно для сохранности, чтобы под присмотром были» (м., 2 г. 11 м.), примерно как я самого Каню, когда в магазин иду. А дальше наступает черед нашей ловкости рук. Надо, выходя из ворот, так виртуозно это всё сбросить с коляски, чтобы Каня не заметил. На всякий случай заготовить весомый аргумент, если заметит. Быстро выдаешь его – и бегом на улицу, там интересного много, Каня отвлечется быстро. Папа особенно достиг мастерства в этом деле, ему удается оставить дома даже зеленый мяч, а это фигура заметная, я обычно не рискую, вдруг в дороге вспомнит». «Части тела называет исключительно ласкательно: *коленочка, спиночка, ручечка*. Причем переживает с выражением лица завхоза: ножка поцарапалась, имущество испортилось! Вот как это объяснить, не знаю, но видно, что он не из-за боли переживает, а именно за сохранность вверенных ему конечностей» (м., 3 г. 2 м.).

Сама я после садика любила покататься на чужом велосипеде, но свой берегла, как писала в письме моим родителям воспитывающая меня бабушка. Это были 1952-1953 годы. Наше общее мнение: ребенок должен быть

альтруистом, но так ли это? Чрезвычайно показателен пример с *коленочкой, спиночкой*, где речь идет не о боли, а о чувстве собственности (переживает «за сохранность вверенных ему конечностей»).

Чувство собственности сигнализирует о значимости для ребенка его места в мире, чем оно и поучительно. «Задумаемся, почему не приживается у нас немецкое выражение: *Eigentum gibt Sinn für Ordnung!* (Собственность рождает стремление к порядку)»? Строгость к слову мы ощущаем, когда ребенок трактует ситуацию исключительно подробно. Время замедляется, ситуация предстает во всех деталях, о чем и говорит ребенок. Это напоминает ситуацию с паратаксом и гипотаксисом во взрослой речи, когда малыши, видимо, радуясь, что может говорить, начинает дробить ситуацию на составляющие:

Вот цветок сорвал. И решил понюхать (м., 2 г. 5 м.). Идет, рассуждает: *Мы принесли яблоко домой. Мы притащили яблоко домой... Мы яблоко утащили домой...* Повторяет понравившийся вариант: *Мы яблоко утащили домой* (м., 2 г. 3 м.).

Мы всё тогда перекрасили. Я был тогда художником. Но художник рисует. А я красил (м., 2 г. 3 м.).

Я буду мыть. Я вмакнул в водицу. Я играю, как будто это вода (м., 2 г. 3 м.).

Я буду машину ремонтировать. Вот так она стоит. Стой, стой, не па-адай (напевает) (м., 2 г. 3 м.).

Он такой... он был большой самолет. Как пелух он был (м., 2 г. 3 м.).

«Текстуальная конструкция, понимаемая символически, есть нечто, посредством чего вносится какой-то порядок в хаос действительности, в хаос впечатлений, чтобы внутри этого порядка извлекался или увиделся какой-то порядок самой действительности» (Мамардашвили 2000, с. 127). Мы видим, что порядок – это не просто ровно разложенные вещи, а нечто большее, и детская речь это «большее» нацупывает: *порядок устроить, порядок буду убирать, завести порядок*. Порядок противостоит хаосу.

«Лексическая группа, ориентированная на порядок: баланс, гармония, закономерность, идентичность, иерархичность, космос, логичность, надежность, негэнтропия, нормативность, облигаторность, определенность, организованность, правильность, предопределенность, предсказуемость, пропорциональность, равновесие, регулярность, симметричность, синхронизация, систематичность, совместимость, согласованность, упорядоченность, уравнищенность, ясность» (Тошович 2003, с. 330).

Чувство собственности, связанное с порядком, – это важнейший культ, который подлежит сохранению.

Следующий культ – культ книги. Он был весьма авторитетным в XX веке, но сейчас в эпоху интернета начинает ослабевать. Книжки, относимые в мусорные ящики, – это черта современности, и, казалось бы, всё хранить – не абсурдно ли это? И все-таки еще живы люди, ценящие книжки и способные передать это качество своим потомкам.

Из родословных: «Отец работал в колхозе, и был заядлым книголюбом. Раз в неделю он ходил в библиотеку и оттуда шел с полной авоськой книг. И все прочитывал» (Г.З.). «Мама не имела возможности нам их покупать, но мы с удовольствием бегали в библиотеку и к друзьям, у которых книжки пылились на

полках. Для нас было настоящим счастьем, освободившись от домашних дел, закрывшись на веранде, читать, читать, читать (Н.Б.) (Харченко 2021).

Культе книги хорошо работает на исследовательскую деятельность. Джордж Гилфорд, ученый, впервые обративший внимание на креативность, выделяет следующие ее качества: «1) способность к обнаружению и постановке проблем; 2) способность к генерированию большого числа идей; 3) гибкость – способность продуцировать разнообразные идеи; 4) оригинальность – способность отвечать на раздражители нестандартно; 5) способность усовершенствовать объект, добавляя детали; 6) способность решать проблемы, то есть способность к анализу и синтезу» (Гилфорд 1965, с. 450).

Другой исследователь А. Олах составил список качеств креативности: независимость, открытость ума, высокая терпимость к ситуациям с неразрешимыми проблемами, развитое эстетическое чувство и стремление к красоте (Олах 1988). Человек не знает, какая книга ему понадобится, и может случиться так, что он обратится к давно забытой книге. «Просто он каждую книгу читает как учебник!» – так ответила мама на мой вопрос о человеке, пишущем рецензии на все прочитанные книги.

Культе отца сейчас под вопросом. В стране фиксируется 60% разводов. Женщины, как правило, работают и вполне могут сами прокормить ребенка, но будет ли второй, третий малыш? Войны, лишаящие семьи сильной мужской руки... О каком демографическом взрыве можно вести речь в такой ситуации? Вот почему сейчас так важно восстанавливать культ отца в семье, подчеркивать его незаменимость. А семьи, носящие название «чайлд фри»? А доблесть женщины, имеющей «всё» без мужчины? И эти коварные обозначения, распространенные на Западе: «родитель первый, родитель второй»? И всё это реальная жизнь, ставящая под угрозу само существование человека, лишенного братьев и сестер (сиблингов), а то и лишенного жизни. Приведем две цитаты, не самые известные, но весьма значимые.

«Без хороших отцов нет хорошего воспитания, несмотря на все школы, институты и пансионы» (Н.М. Карамзин). «В среде образованных русских людей отрыв от строя жизни “отцов”, утрата религии и материализм нередко ведет к нигилизму, а в мало образованной народной толще, среди крестьян и рабочих этот отрыв выражается в озорстве и хулиганстве» (Н.О. Лосский).

И тут мы подходим к основному культу – культу семьи. Он особенно значим сейчас даже по сравнению с культом любви, о котором многие говорят. Семья – это главное, у человека должна быть семья. В мусульманских странах, например, в Узбекистане, население увеличивается ежегодно на один миллион человек: там культ семьи стоит на первом месте. Нам же можно поучиться у нашего прошлого. Вчитаемся в семейные родословные.

«Мои родители встретились в городе Липецке, они учились в одном училище. История создания их семьи была удивительна. Они встречались всего лишь один день, а на следующий день подали заявление в ЗАГС. Через некоторое время родилась моя сестра Лена, спустя шесть лет родилась я. Мои родители живут вместе до сих пор, уже тридцать два года» (Л.Б.).

«...Моя бабушка Мария Акимовна вышла замуж за Гридасова Егора Моисеевича не по любви, а по воле старшего брата, который не хотел больше

кормить свою сестру. Но, как говорится, стерпится – слюбится, и впоследствии они жили неплохо» (С.С.).

«В один прекрасный день ей подружки сказали, чтобы шла домой, так как к ней свататься пришли. Конечно, девчонка не поверила, а когда домой пришла, то родители уже богу молятся – договорились. Заплакала, бросилась в ноги к отцу, но он был неумолим. А с женихом они были даже незнакомы, но прожили вместе 59 лет, и на протяжении этих лет было достаточно бед и трудностей» (Т.Г.).

«Бабушка прощала деду его измены. Она делала вид, что их не существует. Увидев нескольких из своих “соперниц”, была приятно удивлена: все они чем-то походили на нее. И когда одна из них заявила деду, чтобы он оставил бабушку – он тут же прекратил всяческие отношения. У них было семеро детей...» (А.Б.).

«На второй день нашего знакомства он сделал мне предложение. Через четыре месяца мы расписались» (С.К.).

«В жены он себе взял мою прабабушку, тихую, верующую девушку с красивым именем Елизавета. До свадьбы они совсем не знали друг друга, но их родители благословили на брак, и стали они мужем и женой» (А.К.).

«Папе было 22 года, а маме 20. Они были знакомы всего три дня, и хотя папа еще не собирался жениться, как он говорит, не мог ее забыть и потерял голову. Они поженились через месяц. Затем мама уехала к папе на Север, им дали маленькую квартирку в городе-спутнике Норильска – городе Кайеркан. Через три года родилась я. А через пять лет моя сестра Настюшка. Она учится в той же школе, что закончила и я. Уже 22 года мои родители живут в этом городе» (Е.Ш.).

«В 1958 году молодой лейтенант приехал в свой первый отпуск из Батуми, куда был направлен служить после окончания пограничного училища, и встретил юную и очаровательную учительницу начальных классов школы №5 Надежду Михайловну Плотникову. Такое бывает только в кино. Искра любви зажгла их сердца, и через 10 дней они поженились. На пограничную заставу уехали служить уже вдвоем» (Е.П.) (Харченко 2021).

Такие факты говорят о том, что культ семьи подчас важнее культа любви. Что же касается культа любви, то о нем можно и не говорить: он у всех на устах, но нередко такое ожидание любви становится препятствием для создания полноценной семьи, где любовь зарождается по мере узнавания другого, как в некоторых приведенных фрагментах из родословных. Впрочем, и чувства со временем теряют свою яркость, заменяясь другими чувствами: нежностью, благодарностью, привязанностью. Мы выбрали самые различные отрывки из семейных родословных, многие из которых говорят о значении семьи для человека.

Как видим, динамика национального сознания требует пересмотра отношения к ведущим культам, а именно упрочения некоторых из них, актуальных для развития страны: это, прежде всего, культ отца и культ семьи.

Литература

1. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления. – М.: Прогресс, 1965.

2. Мамардашвили М.К. Эстетика мышления. – М.: Московская школа политических исследований, 2000.

3. Олах А. Творческий потенциал и личностные перемены // Общественные науки за рубежом. Сер. «Науковедение». –1988. –№ 1. – С. 39-47.

4. Тошович Б. Корреляционный (бес)порядок // Логический анализ языка. Космос и хаос: концептуальные поля порядка и беспорядка. – М.: Изд-во «Индрик», 2003. – С. 320-331.

5. Харченко В.К. История Родины в зеркалах семейного родословия. – Белгород: Издательский дом «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2021.

П.Р. Ходыкина (Воронеж)

Таргетированная реклама и ее лингвистические особенности

Аннотация: Статья рассматривает лингвистические особенности текстов таргетированной рекламы. Указываются специфические черты текстов для разной целевой аудитории. Обсуждается учет гендерных и возрастных характеристик целевой аудитории при создании рекламных текстов.

Ключевые слова: специфические черты рекламного текста, рекламный текст.

Abstract: The paper examines the linguistic peculiarities of targeted advertising texts. Specific features of texts for different target audiences are indicated. Consideration of gender and age characteristics of the target audience when creating advertising texts is discussed.

Key words: specific features of an advertising text, advertising text.

Определение целевой аудитории рекламного сообщения – одно из основных условий успешности рекламы, так как выбор рекламируемого товара обуславливается потребительским спросом.

Целевая аудитория (адресат, группа прогнозируемого поведения) – группа людей, на которую оказывается воздействие с целью приобретения того или иного товара (Чабанюк 2013).

В определении целевой аудитории учитываются демографические факторы: возраст, семейное положение, уровень доходов, величина семьи, ценностные предпочтения и др.

Существуют разные методы маркетинговых коммуникаций. Одним из наиболее эффективных инструментов продвижения, который позволяет учитывать различные параметры пользователей и их интересы, исследователи называют таргетированную рекламу.

Таргетированная реклама – это метод продвижения в интернете, позволяющий демонстрировать рекламные объявления только тем пользователям, которые соответствуют критериям, заданным маркетологом.

Исследователь О.М. Куликова среди преимуществ таргетированной рекламы выделяет гиперсегментацию потенциальных потребителей, низкую стоимость рекламных сообщений, отсутствие необходимости в наличии сайта и легкость настройки, а также удобную и быструю оптимизацию рекламного объявления, связанного с простотой расчета его эффективности. Среди недостатков автор

называет необходимость регулярного обновления и модерации объявлений, низкий уровень конверсии и ограничения на рекламу некоторых товаров и услуг, сложность в мотивации к просмотру объявления и возможность вызова негативной реакции покупателей, низкую мотивацию пользователей.

Использование таргетированной рекламы является эффективным, по мнению исследователя, в случаях:

- продвижения товаров низкой и средней ценовой категории;
- дополнения к функционирующему сайту предприятия с заполненным каталогом товаров или услуг;
- использования красочного, привлекательного изображения большого формата и фразы, побуждающей покупателя к мгновенному совершению покупки;
- регулярного тестировании рекламных кампаний (Куликова, Суворова 2020).

Настройку таргетированной рекламы можно представить в виде пошагового алгоритма:

1. Определение профиля целевой аудитории.
2. Подборка тематического изображения и яркого заголовка для объявления, имеющего призыв к действию.
3. Настройка параметров целевой аудитории.
4. Выбор способа оплаты и определение стоимости рекламной кампании.
5. Прохождение модерации и запуск рекламной кампании.
6. Тестирование рекламной кампании.
7. Оценка экономической эффективности рекламной кампании.

Автор отмечает, что при создании рекламных кампаний нужно выделять небольшие суммы на тестовые объявления для анализа эффективности, ориентироваться на конечный результат – конверсию, использовать яркие призывы и адресные обращения (Куликова, Суворова 2020).

Исследователь А.С. Карамышева выделяет следующие этапы таргетинга:

1. Сбор информации, в том числе узкоспециализированной, о пользователях, которые станут целевой аудиторией рекламного ресурса, с помощью cookie-файлов, фиксирующих данные о поисковых запросах и посещенных веб-сайтах в интернете. Затем на основе параметров создается образ уникального пользователя, который с наибольшей вероятностью заинтересуется рекламируемым продуктом.

2. Создание внешнего вида рекламного объявления.

3. Размещение рекламного объявления на подходящей платформе (Карамышева 2019).

Эти два подхода охватывают большинство ключевых этапов настройки таргетированной рекламы. О.М. Куликова, С.Д. Суворова и А.С. Карамышева среди этапов выделяют определение целевой аудитории, создание визуального облика рекламного объявления и его последующий запуск на определенной платформе. Оба подхода имеют схожие шаги, но у каждого есть свои особенности: первый подход включает настройку параметров целевой аудитории, выбор способа оплаты и определение стоимости рекламной кампании, ее тестирование и оценку экономической эффективности, а второй

подход делает акцент на сборе данных и создании образа пользователя перед началом работы над объявлением.

А.С. Карамышева также говорит о выделении нескольких типов таргетированной рекламы:

- прямой таргетинг – направлен на аудиторию, которая уже проявила интерес к предлагаемому товару или услуге;
- поведенческий таргетинг – выбирается целевая группа на основе поисковых запросов, связанных с тематикой, близкой к рекламируемому объекту;
- контекстный таргетинг – рассматривается как отдельный вид интернет-рекламы; предполагает размещение рекламных сообщений на страницах с результатами поиска по определенным запросам, при этом основное отличие контекстной рекламы от таргетированных сообщений заключается в том, что она не использует персонализацию аудитории, а ориентирована исключительно на поисковые запросы пользователей;
- социально-демографический таргетинг – наиболее эффективен в социальных сетях, где можно использовать информацию о подписках пользователя и группах, в которых он состоит, чтобы адаптировать объявление к его интересам (Карамышева 2019).

В социальной сети пользователи добровольно публикуют информацию о себе, что облегчает задачу таргетирования рекламы. При этом социальные сети располагают мощным собственным инструментарием таргетирования, составляющим подробный портрет предпочтений каждого пользователя на основе просматриваемого контента и реакции на него, интересов как самого пользователя, так и тех, чье мнение для него может быть важным.

Исследователь Л.Г. Ахмаева пишет, что, внедряя таргетированную рекламу в социальные сети, можно работать с группами пользователей, учитывая географические, гендерные, возрастные, социально-демографические факторы, а также интересы, уровень образования и область профессиональной деятельности потенциального покупателя. Также данный тип рекламы способен учитывать технические параметры, включая охват потребителей и отображение сайта/приложения в зависимости от настроек и типа доступа в интернет. Помимо выше сказанного, еще одним важным параметром таргетинга можно назвать возможность демонстрации рекламы в заданное время, которое предполагает определенную дату и часы публикации (Ахмаева 2020).

А.С. Карамышева пишет, что социальная сеть «ВКонтакте» предоставляет своим пользователям инструменты для настройки таргетированной рекламы, с помощью которых можно установить целевую аудиторию для показа рекламы, используя такие критерии, как география, демографические данные, интересы, образование и работа. Кроме того, можно определить количество показов и их время. «ВКонтакте» предлагает два типа таргетированной рекламы:

- рекламные записи в ленте новостей;
- рекламные объявления на сайте VK.ru, которые отображаются в левой части страниц полной версии сайта. Преимущество таких объявлений в том, что они всегда видны, даже если пользователь не просматривает новостную ленту. Однако они доступны только в полной версии сайта на компьютере.

Для записей в ленте предусмотрены следующие варианты: «карусель», универсальная запись, запись со ссылкой, сбор заявок.

Объявления на странице сайта могут выглядеть по-разному в зависимости от того, что рекламируется:

1. Приложение. Ссылка в объявлении ведет на Flash- или iFrame-приложение, интегрированное в платформу социальной сети. Это может быть внутренний интернет-магазин или приложение для просмотра контента.

2. Сообщество. Переход по ссылке приводит пользователя на страницу группы «ВКонтакте», которое было прорекламировано.

3. Внешний сайт. Ссылка в объявлении направляет пользователя на сайт, расположенный вне социальной сети (Карамышева 2019).

Таким образом, таргетированную рекламу называют эффективным инструментом продвижения, т.к. она позволяет работать с группой пользователей, учитывая их многие показатели, при этом данный вид рекламы имеет свои плюсы и недостатки. Настройка таргетированной рекламы представляет собой несколько этапов, которые начинаются с определения целевой аудитории и завершаются публикацией на платформе и оценкой ее эффективности.

Текст таргетированной рекламы имеет свою специфику. Н.В. Кузнецова пишет, что наряду с возрастными характеристиками аудитории на создание рекламных сообщений влияют гендерные особенности адресата. Одинаковые рекламные тексты могут вызывать различные эмоциональные реакции у женщин и мужчин (Кузнецова 2013).

Для мужчин эффективна рациональная аргументация, текст для данной аудитории должен состоять преимущественно из простых нераспространенных предложений. Для женщин – эмоциональная стимуляция, следовательно, текст рекламы может состоять из сложносочиненных предложений и содержать предикаты, задающие эмоциональный тон высказывания (Кузнецова 2013).

Е.В. Слойцева считает, что и предмет рекламы оказывает заметное влияние на стиль рекламного текста. Так, язык рекламы модной одежды характеризуется использованием прилагательных, описывающих тактильные ощущения, такие как мягкость, удобство и комфорт. Реклама косметики и парфюмерии для женщин отличается изысканным стилем, богатыми коннотациями словосочетаниями и другими выразительными средствами, создающими уникальное звучание и особую тональность текста. Стиль рекламы автомобилей стремится передать ощущение скорости и эффективности за счет использования глаголов и отглагольных существительных, обозначающих движение вперед (Слойцева 2014).

Таким образом, таргетированная реклама эффективна, поскольку направлена на потенциального потребителя: использует алгоритмы для персонализации рекламного сообщения и выделения целевой аудитории на основе данных пользователей, а после демонстрируется тем, кто с большей вероятностью заинтересуется предложенными услугами или товаром. Социальные сети обладают собственным инструментом таргетирования, что делает их удобной платформой для маркетологов. Тексты данного вида рекламы имеют свои особенности в зависимости от целевой аудитории, что позволяет быстрее

заинтересовать потенциального покупателя и побудить его воспользоваться рекламируемой услугой или приобрести товар.

Литература

1. Ахмаева Л.Г. Влияние возрастной и гендерной специфики пользователей социальных сетей в России на методы маркетинга и рекламы // Цифровая социология. – Т. 3. – №3. – 2020. – С. 21-28.
2. Демичев Д.А. Виды рекламы в интернете // E-Scio. Экономические науки. – 2019. – №8. – С. 308-313.
3. Карамышева А.С. Увеличение трафика интернет-СМИ с помощью таргетированной рекламы ВКонтакте // Медиасреда. – 2019. – №1. – С. 109-112.
4. Кузнецова Н.В. Соотношение рутинности и креативности в текстах социальной рекламы в зависимости от целевой аудитории // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2013. – №1. – С. 205-211.
5. Куликова О.М., Суворова С.Д. Таргетированная реклама как инструмент построения коммуникаций с открытой аудиторией // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №3. – С. 98-102.
6. Слойцева Е.В. Язык рекламы и лингвостилистические особенности рекламного текста // Язык и культура (Новосибирск). – 2014. – №11. – С. 76-83.
7. Чабанюк Т.А. Теория и практика рекламы: учеб. пособие. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013.

Хроника

М.А. Стернина (Воронеж)

**Хроника деятельности Научной школы ВГУ
в области общего и русского языкознания профессором Зинаиды
Даниловны Поповой и Иосифа Абрамовича Стернина за 2024 г.**

Январь

Опубликован 30 юбилейный выпуск продолжающегося научного издания «Язык и национальное сознание» – Москва: Издательство «РИТМ», 2024. – 141 с. Научный редактор М.А. Стернина.

Выпуск посвящен 50-летию со дня создания кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского государственного университета.

Сборник отражает результаты исследований в области теории и практики описания языкового и коммуникативного сознания носителей языка. В нем представлены статьи как Воронежских ученых, так и исследователей из вузов других городов: Москвы, Липецка, Таганрога, Белгорода, Иванова, работающих в рамках проблематики и концепции Школы. Помимо работ уже состоявшихся ученых, в сборнике опубликованы также статьи начинающих исследователей – студентов бакалавриата и магистратуры.

Февраль

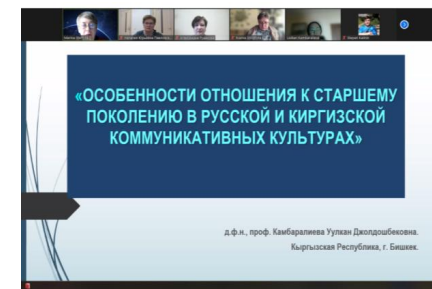
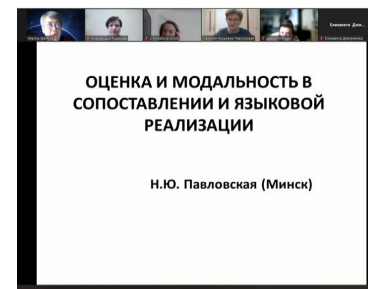
2 февраля на платформе ZOOM состоялась X юбилейная Всероссийская научная конференция с международным участием «Сопоставительные методы в лингвистических исследованиях. Межязыковое и внутриязыковое сопоставление».

Второй год эта конференция носит название «Стернинские чтения», и в начале Пленарного заседания участники почтили память Иосифа Абрамовича, а также проф. Юрия Викторовича Копрова – неоднократного участника этих конференций, минутой молчания.



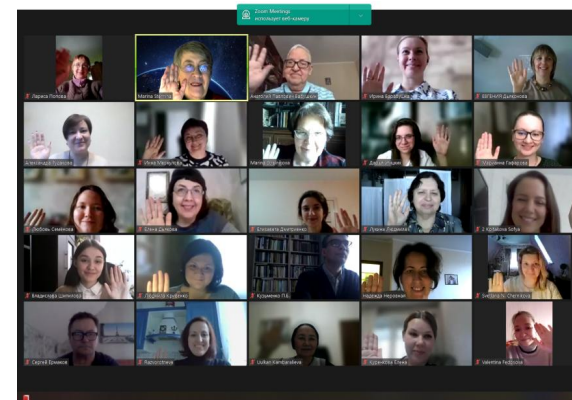
В работе конференции приняли участие представители вузов Воронежа, Москвы, Саратова, Краснодара, Новосибирска, Казани, Волгограда, Бишкека (Кыргызская Республика), Минска (Республика Беларусь), Алматы (Республика Казахстан).

На пленарном заседании конференции с докладами выступили ученые Воронежского университета, а также Минского государственного лингвистического университета (Республика Беларусь) и Американского университета в Центральной Азии (г. Бишкек, Кыргызская Республика).



На четырех секциях конференции в общей сложности было заслушано 35 докладов, посвященных сопоставительным семантическим исследованиям, сопоставительным исследованиям в области психолингвистики, сопоставительным исследованиям национальных концептосфер и коммуникативного поведения, сопоставительным исследованиям в области грамматики и текста, сопоставительным исследованиям и проблемам перевода.

По традиции в конференции приняли участие не только маститые ученые, но и молодые исследователи, делающие первые шаги в науке: бакалавры и магистранты из Воронежа, Москвы и Саратова.



На заключительном заседании, помимо итогов работы секций, были подведены итоги десятилетнего проведения конференций, отмечены участники, которые выступили на всех 10 прошедших конференциях, а также озвучена стихотворная летопись конференций, автором которой является их неизменный участник проф. Анатолий Павлович Бабушкин

Опубликован **21 выпуск** продолжающегося научного издания «Сопоставительные исследования 2024» – Москва: Издательство ООО «РИТМ», 2024. – 178 с. **Научный редактор М.А. Стернина.**

Сборник посвящен 25-летию утверждения Научной школы ВГУ в области общего и русского языкознания.

В сборнике представлены итоги работы по сопоставительной проблематике в 2023 году членов теоретико-лингвистической школы ВГУ в области общего и русского языкознания, а также материалы проведенной в рамках работы школы десятой Всероссийской научной конференции с международным участием «Стернинские чтения: Сопоставительные методы в лингвистических исследованиях. Межъязыковое и внутриязыковое сопоставление», состоявшейся 2 февраля 2024 г.

В День российской науки, **8 февраля**, состоялось празднование 50-летнего юбилея кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета. На праздник собрались нынешние и бывшие сотрудники, ученики, друзья кафедры, коллеги.

Кафедра общего языкознания и стилистики была создана в 1973 году доктором филологических наук, профессором Зинаидой Даниловной Поповой, которая возглавляла кафедру со дня ее основания до 1995 года. Затем эстафету от Зинаиды Даниловны принял доктор филологических наук, профессор Иосиф Абрамович Стернин. За время его заведования кафедрой в период с 1995 до 2014 года кафедра упрочила свои лидирующие позиции, возникшая на ее базе Научная школа в области общего и русского языкознания была утверждена в качестве ведущей научной школы Воронежского госуниверситета.



Большой вклад в научную работу кафедры внесли работавшие на кафедре профессор Инна Яковлевна Чернухина, видный специалист в области лингвистики художественного текста; профессор Татьяна Андреевна Колосова, известный исследователь русского синтаксиса; профессор Наталия Михайловна Вахтель, специалист в области теории языка, речевого воздействия, выразительного чтения; заведующая кафедрой в период с 2014 по 2022 г. профессор Ольга Николаевна Чарыкова, специалист в области анализа художественного текста; доцент Анастасия Гавриловна Лапотко, специалист в области стилистики, теории и практики литературного редактирования текста. Свой научный путь начинали на кафедре профессора Геннадий Филиппович Ковалев, Алексей Александрович Кретов, Анатолий Михайлович Ломов, защищали свои докторские диссертации профессор Виктор Юрьевич Копров, Марина Абрамовна Стернина, Анатолий Павлович Бабушкин, Валентина Михайловна Топорова, Зинаида Евгеньевна Фомина и другие.

На праздничной встрече выступили бывшие сотрудники кафедры общего языкознания и стилистики профессор Геннадий Филиппович Ковалев, Алексей Александрович Кретов, Наталия Михайловна Вахтель, доценты Людмила Леонидовна Сандлер, Анна Михайловна Шишлянникова, Лариса Васильевна Рыбачева. С поэтическим поздравлением выступил профессор Анатолий Павлович Бабушкин.

Кафедру поздравили коллеги – заведующие кафедрами филологического факультета профессор Ольга Анатольевна Бердникова, Марина Владимировна Панова, Сергей Александрович Чуриков, а также коллеги из других вузов Воронежа и других городов России – профессор кафедры иностранных языков Воронежского государственного лесотехнического университета имени Г.Ф. Морозова Елена Альбертовна Маклакова, заведующий кафедрой русского языка, современной русской и зарубежной литературы Воронежского государственного педагогического университета Галина Анатольевна Заварзина; заведующий кафедрой иностранных языков Воронежский государственный медицинский университет имени Н.Н. Бурденко Анна Олеговна Стеблецова; заведующий отделом читальных залов Воронежской областной универсальной научной библиотеки имени Никитина Ольга Алексеевна Полянская.

Свои поздравления в адрес кафедры прислали профессор кафедры общего и сравнительно-исторического языкознания филологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова Наталья Владимировна Уфимцева; редакция журнала «Вопросы психолингвистики», коллектив кафедры русского языка как иностранного Южно-Уральского государственного университета; коллектив кафедры теоретической и прикладной лингвистики Омского государственного университета; коллектив кафедры теории языка, перевода и французской филологии факультета иностранных языков и международной коммуникации Тверского государственного университета; коллектив кафедры теории английского языка и переводоведения Брянского государственного университета; кафедра социальных и гуманитарных



дисциплин Борисоглебского филиала ВГУ; факультет филологии и коммуникации Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова.

Юбилейная встреча завершилась коллективным исполнением гимна кафедры общего языкознания и стилистики на мотив песни «Команда молодости нашей» и дегустацией юбилейного торта.

Март

14 марта в рамках работы Научного образовательного центра межкультурных исследований имени А.А. Леонтьева, созданного при кафедре общего и сравнительного языкознания филологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, состоялась презентация Научной школы ВГУ в области общего и русского языкознания профессоров, заслуженных деятелей науки РФ Зинаиды Даниловны Поповой и Иосифа Абрамовича Стернина. С докладом о деятельности Школы выступила доктор филологических наук, доцент Александра Владимировна Рудакова. В своем докладе Александра Владимировна осветила разработанные И.А. Стерниным наиболее важные критерии определения статуса научной школы: наличие в научной школе пяти и более докторов наук; активная подготовка научных кадров (защита кандидатских и докторских диссертаций под руководством руководителей школы и их учеников); активная публикационная деятельность членов научной школы (публикация монографий, выпуск тематических сборников и др.); организация и проведение конференций, научных семинаров, мастер-классов руководителями и учениками школы; признание научных достижений руководителей и их учеников за пределами организации, в которой они работают.

Воронежская теоретико-лингвистическая школа в области общего и русского языкознания была официально утверждена Ученым и Научно-техническим советами ВГУ в качестве ведущей научной школы 28 апреля 1999 года. За время существования Школы только ее руководители опубликовали более 2,5 тыс. работ, подготовили 156 кандидатов и 27 докторов наук. Докладчик остановилась на основных направлениях научных исследований основателей Школы и их учеников: теоретические исследования в области лексикологии и фразеологии; исследования в области когнитивной лингвистики и психолингвистики; сопоставительные и контрастивные исследования; исследования в области лингвистической экспертизы текста, коммуникативного поведения, в области культуры речи и речевого воздействия и др. В рамках работы Научной школы ежегодно выпускается несколько тематических сборников («Язык и национальное сознание» – 30 выпусков; «Сопоставительные исследования» – 21 выпуск; «Психолингвистика и лексикография» – 10 выпусков; «Значение как феномен актуального языкового сознания носителей языка» – 9 выпусков; «Культура общения и ее формирование» – 38 выпусков), проводятся международные и всероссийские научные конференции и круглые столы, выпускаются монографии. Воронежская теоретико-лингвистическая школа в области общего и русского языкознания хорошо известна не только в

России, но и за рубежом, что в очередной раз подтвердилось в рамках состоявшейся после презентации Школы дискуссии.

Апрель

В рамках работы Научной школы по коммуникативной проблематике был организован и проведен XXIII Региональный фестиваль риторики для школьников, который последние два года носит имя своего основателя – доктора филологических наук, профессора Иосифа Абрамовича Стернина, и проводится в преддверии его дня рождения.

Конкурс прошел в два этапа. В отборочном туре, прошедшем **12 апреля**, состязались 153 школьника трех возрастных групп из 41 школы Воронежа и Воронежской области: младшей возрастной группы (1-4 классы), средней возрастной группы (5-8 классы) и старшей возрастной группы (9-11 классы). Жюри оценивало каждое выступление по трем критериям: содержание текста выступления, презентация текста выступления и культура и техника речи. По решению жюри в финал прошли 27 школьников, которые во втором туре, состоявшемся **27 апреля**, и разыграли призовые места.



Региональный фестиваль риторики был организован Центром коммуникативных исследований им. профессора И.А. Стернина и кафедрой общего языкознания и стилистики ВГУ. Финансовую поддержку конкурсу оказал Фонд Стерниных.

Май

Опубликован **39 выпуск** продолжающегося научного издания «Культура общения и ее формирование» – Москва: Издательство ООО «РИТМ», 2024. – 230 с. **Научный редактор А.В. Рудакова.**

Сборник посвящен 50-летию со дня основания кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского государственного университета и включает материалы, отражающие результаты разработок в области культуры русской речи, культуры общения, речевого воздействия, коммуникативного поведения, риторики, современных тенденций развития русского языка и текста, языкового сознания, лингвистической экспертизы текста.

Отличительной чертой сборника является публикация в нем, наряду с учеными вузов, работ учителей и школьников г. Воронежа и Воронежской области.

27 мая состоялась презентация коллективной монографии «Научная школа в области общего и русского языкознания профессор Зинаиды Даниловны Поповой и Иосифа Абрамовича Стернина», подготовленной к 25-летию утверждения Школы в качестве ведущей научной школы.

На презентацию монографии собрались члены Школы разных поколений, в дистанционном формате к ним присоединились также представители Школы из других городов.

Открыл презентацию книги проректор по науке, инновациям и цифровизации Д.В. Костин.

Научные редакторы монографии М.А. Стернина и А.В. Рудакова познакомили собравшихся со структурой и содержанием книги.

Книга представляет собой продолжение вышедшей в 2018 г. коллективной монографии «Научная школа профессора Зинаиды Даниловны Поповой» (Воронеж: Истоки, 2018), ставшей лауреатом Всероссийского конкурса на лучшую научную книгу 2018 г.

В монографии представлены разработанные И.А. Стерниным требования к Научной школе – основные и дополнительные параметры, которые позволяют отнести научный коллектив к рангу Научной школы, а также показано, как эти требования реализуются в рамках работы Воронежской теоретико-лингвистической школы. В книге также описаны основные направления научных исследований основателей школы З.Д. Поповой и И.А. Стернина, а также новые направления деятельности Школы, «отпочковавшиеся» от ее традиционной проблематики в конце XX – начале XXI вв.

В отдельный раздел вынесена информация о научной деятельности Школы и результатах, полученных ее членами – докторами наук и профессорами. Приводятся краткие справки об ученых, их основных работах, общем количестве опубликованных работ, а также об аспирантах и докторантах, защитивших диссертации под их руководством.

Также в отдельном разделе представлено изложение научной концепции и результатов, полученных Школой З.Д. Поповой и И.А. Стернина в основных научных направлениях.

В Приложениях приводятся основные даты жизни и деятельности основателей школы, списки их научных трудов, списки диссертаций, защищенных под их руководством или при их научном консультировании, а также некоторые другие материалы, характеризующие деятельность Научной школы профессоров З.Д. Поповой и И.А. Стернина.

За период существования научного коллектива в его рамках защищено 43 докторских и 369 кандидатских диссертации, опубликовано 224 монографии, 36 словарей, 157 выпусков сборников из серий продолжающихся изданий.



По данным e-library средний индекс цитирования докторов наук – членов Школы составляет 2 319, а средний индекс Хирша докторов наук – членов Школы составил 14,1.

Члены Научной школы работали и работают во всех вузах Воронежа, в Москве, Санкт-Петербурге, Тамбове, Белгороде, Глазове, Липецке, Ельце, Старом Осколе, Уфе, Астрахани, Благовещенске-на-Амуре, Волгограде, Саратове, Красноярске, Новосибирске, Полтаве, Ульяновске, Борисоглебске, Ярославле, Севастополе, а также в зарубежных странах – Таджикистане, Киргизии, Иордании, США, Германии, Финляндии, Ираке, Иордании, Сенегале, Вьетнаме.

Участники встречи тепло высказались о представляемой монографии и ученых, ставших основателями Школы, а также выразили надежду на долгую плодотворную деятельность сложившейся в ВГУ научно-педагогической школы в области общего и русского языкознания.



Сентябрь

С 3 по 21 сентября в рамках работы Научной школы по популяризации русского языка в Воронежском госуниверситете был организован и проведен Марафон грамотности, посвященный Международному дню грамотности, который отмечается 8 сентября. Организаторами выступили кафедра общего языкознания и стилистики и Центр коммуникативных исследований им. профессора И.А. Стернина. Участниками Марафона грамотности стали более 700 студентов 14 факультетов университета, преподаватели и сотрудники ВГУ, а также более 80 курсантов Воронежского института ФСИН. Участникам Марафона был предложен диктант, в который были включены 30 слов для проверки знаний орфографии и небольшой текст для проверки знаний пунктуации русского языка.

Победители и лауреаты Марафона были награждены грамотами, а абсолютный победитель – студентка первого курса экономического факультета ВГУ **Дарья Иващенко**, не сделавшая ни единой ошибки, получила грамоту и подарок.

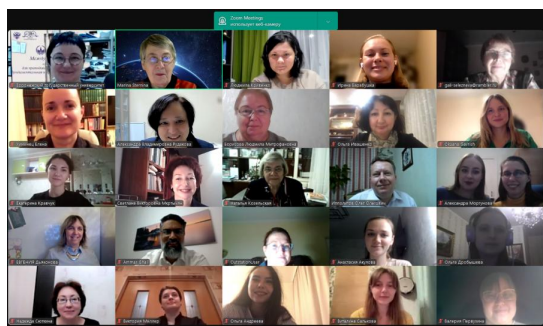


Октябрь

25 октября на платформе Zoom состоялась юбилейная X Всероссийская научная конференция с международным участием «Стернинские чтения: Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка».

В конференции приняли участие более 70 ученых из Воронежа, Белгорода, Борисоглебска, Волгограда, Иванова, Иркутска, Казани, Краснодар, Курска, Липецка, Москвы, Оренбурга, Перми, Санкт-Петербурга, Саратова, Сургута, Твери, Челябинска, Ярославля, а также вузов Белоруссии, Ирака, Киргизии, Китая.

На конференции было заслушано 5 пленарных докладов, состоялась работа семи секций. Среди выступавших, помимо профессоров и доцентов, были и начинающие исследователи – студенты Воронежского, Тверского, Ярославского и Кубанского университетов.



Материалы докладов опубликованы в десятом одноименном выпуске продолжающегося научного издания.

Опубликован **10 выпуск** продолжающегося научного издания «Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка» – Москва: Издательство ООО «РИТМ», 2024 – 392 с. **Научный редактор А.В. Рудакова.**

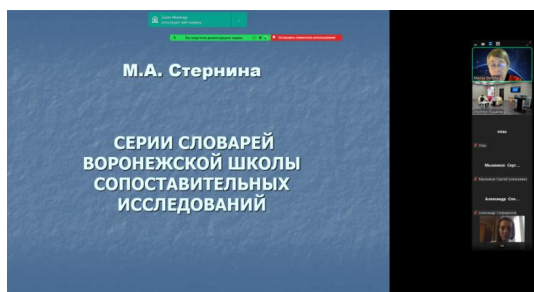
Сборник включает статьи авторов, занимающихся исследованиями в области теории и практики описания языкового, коммуникативного, дискурсивного и когнитивного сознания носителей языка в рамках Теоретико-лингвистической научной школы в области общего и русского языкознания профессоров Зинаиды Даниловны Поповой и Иосифа Абрамовича Стернина, а также статьи ученых других вузов, работающих в русле проблематики данной научной школы из Воронежа, Белгорода, Борисоглебска, Волгограда, Иванова, Иркутска, Казани, Краснодар, Курска, Липецка, Москвы, Оренбурга, Перми, Санкт-Петербурга, Саратова, Сургута, Твери, Челябинска, Ярославля, а также вузов Белоруссии, Ирака, Киргизии, Китая. Специальный раздел сборника посвящен вопросам лингвокриминалистики как отдельному направлению изучения языкового сознания.

В сборнике также представлены материалы докладов X Всероссийской научной конференции с международным участием «Стернинские чтения: Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка», проведенной кафедрой общего языкознания и стилистики и Центром коммуникативных исследований им. проф. И.А. Стернина Воронежского государственного университета 25 октября 2024 г.

Ноябрь

В период с **22 по 24 ноября** достижения Воронежской теоретико-лингвистической школы в области общего и русского языкознания профессор Зинаиды Даниловны Поповой и Иосифа Абрамовича Стернина были представлены на II Международном симпозиуме «Лексикография цифровой эпохи».

Соруководитель Школы зав. кафедрой английского языка естественно-научных факультетов ВГУ профессор **Марина Абрамовна Стернина** выступила онлайн с пленарным докладом, в котором представила три серии англо-русских и русско-английских словарей, разработанных Воронежской школой сопоставительных исследований: словари англо-русской безэквивалентной лексики, словари коммуникативной релевантности семем наиболее частотных русских и английских лексем и контрастивные русско-английские семные словари лексических группировок.



Второй соруководитель Школы доктор филологических наук, зав.кафедрой общего языкознания и стилистики Воронежского госуниверситета **Александра Владимировна Рудакова** представила проект Фразеологического психолингвистического толкового словаря русского языка, а также выступила в качестве руководителя секций.



Еще один представитель Воронежской научной школы кандидат филологических наук **Евгения Александровна Дьяконова** также руководила секцией и выступила с проектом принципиально нового словаря – контрастивного лингвокогнитивного визуализатора

Достижения Воронежской научной школы были высоко оценены лексикографическим сообществом.

Содержание

Языковое сознание

Бабушкин А.П. (Воронежский государственный университет) «Театр абсурда» в русской, немецкой и английской фразеологии: «игра» формы и содержания	3
Бекмурзаева Ф.Ш. (Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С.М. Кирова) Символический образ пчелы в англоязычном сознании (на примере концепта <i>bee</i>)	7
Гавриш О.А. (Воронежский государственный университет) Понимание значений инициальных аббревиатур современными студентами	11
Гафарова М.Х. (Воронежский государственный университет) Коннотативная полисемия наиболее частотных субстантивных лексем русского языка	16
Дьяконова Е.А. (Москва, Центр обучения иностранным языкам <i>COSNCO</i>) К вопросу о межязыковой лингвокогнитивной асимметрии и лингвокогнитивном заимствовании (на материале русского и английского языков)	20
Золотилина А.С. (Новосибирский государственный технический университет) Метафорические значения зоонимов в русском и английском языках	24
Ивашенко О.В. (Воронежский государственный университет) Эмоциональная составляющая русских культурных концептов (на материале языкового анализа)	28
Клебан А.А., Маслиева Е.С. (Севастопольский государственный университет, Институт общественных наук и международных отношений) Русские и украинские пословицы: сходства и различия	31
Козельская Н.А., Пирджикова Г.Д. (Воронежский государственный университет) Лингвокультурная ценность русских фразеологизмов с компонентом <i>вода</i> на фоне туркменского языка	34
Курганова Н.И. (Минск, Белорусский государственный экономический университет) Культура как фактор вариативности фрагментов языкового сознания	39
Лыткина О.И. (Московская академия СК РФ имени А.Я. Сухарева) Контекстуальное значение слова «бабушкин» в русском языке (на материале интернет-ресурсов)	44
Панфилов В.Ю. (Воронежский институт высоких технологий), Верещагина Е.Н. (Воронежский государственный университет) Лексическая семантика циркумфиксальных наречий (на примере лексики <i>по-московски</i>)	47
Пляскова Е.А. (Воронежский государственный университет) Роль топонимов в компаративных фразеологических единицах (на примере немецких фразеологизмов)	51

Рычкова Л.В. (Беларусь, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы) Терминология брендинга в русскоязычном научном пространстве: от импортизации к заимствованию	55
Селезнева Е.В. (Воронежский государственный университет) О некоторых особенностях отрицания в английских сложноподчиненных предложениях, выражающих условные отношения	58
Силецкая А.М. (Воронежский государственный университет) Особенности семантики и сочетаемости лексемы <i>knaek</i> в английском языке	61
Слободянюк Т.Н. (Тверь, Военная академия воздушно-космической обороны имени Маршала Советского Союза Г.К. Жукова) Стилистическое маркирование лексики как лексикографическая проблема	64

Психолингвистические исследования

Акованцева Н.В. (Воронежский государственный университет) Психолингвистическое значение слова «море»	70
Барабушка И.А., Кривенко Л.А. (Воронежский государственный университет) Общее и различное в репрезентации топонимов в первичном и вторичном языковом сознании	73
Козельская Н.А., Стеганцова А.А. (Воронежский государственный университет) Возрастные особенности ассоциативных реакций школьников	77
Рудакова А.В., Попова А.В. (Воронежский государственный университет) Семантическая структура ассоциативных полей фразеологических единиц русского языка	81
Северина Е.А. (Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского) Ассоциативные связи лексических единиц ЛСГ «Сверхъестественные существа в религиозных культурах»	90
Утицких Д.В. (Воронежский государственный университет) Национальная специфика структурной организации ассоциативных полей ВРЕМЯ – TIME	96

Дискурсивные исследования

Антонова Д.Ю. (Иркутский государственный университет) Трансформация прецедентных ситуаций и образов в юмористическом дискурсе (на примере выступлений русскоязычных стендап-комиков)	101
Борисова Л.М. (Воронежский государственный университет) Метакоммуникативный комментарий как способ манифестации процесса вербализации	104
Бурносова В.Ю. (Воронежский государственный университет) Фразеологические обороты как средство выразительности в художественном тексте (на примере сказки Е.В. Ключева «Отзывной Календарь»)	112
Иванова А.С., Новоселова О.В. (Тверь, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина) Манипулятивные приемы в новостных заголовках электронных СМИ	116

Кириллов С.А. (Воронежский государственный университет) Сопоставительный анализ стихотворения «Молитва» М.Ю. Лермонтова и его перевода на английский язык	120
Клименко Е.И. (Воронежский государственный университет) Авторские маркеры как фрагмент языковой картины мира писателя (на материале произведений Н. Готорна)	129
Меркулова И.А. (Воронежский государственный университет) Лингвокреативность на грани риска	132
Салькова В.В. (Воронежский государственный университет) Синтаксические способы выражения эмоций в драматургическом тексте (на примере французской пьесы Робера Тома «Восемь влюбленных женщин» и ее перевода на русский язык)	137
Ульянова М.А. (Воронежский государственный университет) Религиозные значения концепта ЛЮБОВЬ в памятниках домонгольской письменности	145
Филимонова О.С. (Воронежский государственный университет) Идиостиль и аспекты языковой картины мира М.А. Булгакова в рассказах 1920-х годов	150
Шевелева Г.И., Савина А.А. (Воронежский государственный университет) Сопоставительный анализ лингвистических особенностей издательской аннотации к художественным произведениям (на материале произведений немецкоязычных авторов и их переводов на русский язык)	154

Коммуникативное сознание

Арефьева Е.Н., Тарелко А.Ф. (Тверь, Военная академия воздушно-космической обороны имени Маршала Советского Союза Г.К. Жукова) Межъязыковая лексическая интерференция в русской речи белорусских военнослужащих	160
Курицына Д.М., Новоселова О.В. (Тверь, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина) Специфика реализации вербальных атак в рекламной коммуникации	164
Куркина А.С. (Воронежский государственный университет) Оценка художественных произведений и писателей в коммуникативном поведении А.П. Чехова	168
Рядчикова Е.Н. (Краснодар, Кубанский государственный университет) Мнимая «порядочность» и ложные «ценности» членов преступной организации «АУЕ»: из практики проведения судебных лингвистических экспертиз	176
Хайдарова Д.А. (Воронежский государственный университет) Коммуникативный контекст институциональной жалобы	183
Харченко В.К. (Белгородский государственный национальный исследовательский университет) Диалектика культов в динамике национального сознания	190
Ходыкина П.Р. (Воронежский государственный университет) Таргетированная реклама и ее лингвистические особенности	195

Хроника

Стернина М.А. (*Воронежский государственный университет*)

Хроника деятельности Научной школы ВГУ в области общего и
русского языкознания профессором Зинаиды Даниловны Поповой и

Иосифа Абрамовича Стернина за 2024 год 200

Научное издание

ЯЗЫК И НАЦИОНАЛЬНОЕ СОЗНАНИЕ

Сборник научных трудов

Выпуск 31

Издание публикуется в авторской редакции и авторском наборе

Подписано в печать 14.01.2025. Формат 60 × 84/16
Усл. печ. л. 12,56. Тираж 100 экз. Заказ 6

ООО Издательско-полиграфический центр «Научная книга»
394018, г. Воронеж, ул. Никитинская, 38, оф. 308
Тел.: +7 (473) 200-81-02, 229-78-68
<http://www.n-kniga.ru> E-mail: zakaz@n-kniga.ru

Отпечатано в типографии ООО ИПЦ «Научная книга»
394026, г. Воронеж, Московский пр-т, 11/5
Тел.: +7 (473) 229-32-87
<http://www.n-kniga.ru> E-mail: nautyp@yandex.ru