

Институт языкознания
Российской академии
наук

Тамбовский государственный
университет имени
Г.Р. Державина



КОГНИТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА

Выпуск № 1 (57)

СОВРЕМЕННЫЕ ЯЗЫКИ
И КУЛЬТУРЫ:
ВАРИАТИВНОСТЬ,
ФУНКЦИИ, ИДЕОЛОГИИ
В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ

Часть II

ISSN 2071-9639

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ ЯЗЫКОЗНАНИЯ РАН
ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ
РОССИЙСКАЯ АССОЦИЯ ЛИНГВИСТОВ-КОГНИТОЛОГОВ

Когнитивные исследования языка

Выпуск № 1 (57)

**СОВРЕМЕННЫЕ ЯЗЫКИ И КУЛЬТУРЫ: ВАРИАТИВНОСТЬ,
ФУНКЦИИ, ИДЕОЛОГИИ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ**

**Материалы международной научно-практической конференции
VI Фирсовские чтения
19–21 октября 2023 года**

Часть II

Москва – Тамбов
2024

УДК 40
ББК 80
K57

Серия включена в Перечень рецензируемых научных изданий, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ для публикации результатов диссертаций. Зарегистрирована Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-52638 от 25 января 2013 г.
Индекс 79191 в каталоге периодики «Урал Пресс» на 2024 г.

Редакторский совет:

Болдырев Н.Н., доктор филологических наук, профессор (гл. редактор);
Демьянков В.З., доктор филологических наук, профессор;
Ломакина О.В., доктор филологических наук, профессор (отв. редактор выпуска);
Бабина Л.В., доктор филологических наук, профессор;
Виноградова С.Г., доктор филологических наук;
Панасенко Л.А., доктор филологических наук;
Потанина Н.Л., доктор филологических наук, профессор;
Фурс Л.А., доктор филологических наук, профессор;
Шарандин А.Л., доктор филологических наук, профессор;
Златев Й., доктор филологии, профессор (Лунд, Швеция);
Талми Л., доктор филологии, профессор (Буффало, США);
Козлова Е.А., кандидат филологических наук (отв. секретарь)

K57 **Когнитивные исследования языка** / гл. ред. Н.Н. Болдырев; М-во науки и высш. обр. РФ, Рос. акад. наук, Ин-т языкознания РАН, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, Рос. ассоц. лингвистов-когнитологов. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008–

ISBN 978-5-89016-442-1

Вып. № 1 (57): Современные языки и культуры: вариативность, функции, идеологии в когнитивном аспекте. Материалы Международной научно-практической конференции VI Фирсовские чтения. 19-21 октября 2023 г. Часть II / отв. ред. вып. О.В. Ломакина. – Москва : Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, 2024. – 535 с.

ISBN 978-5-209-12190-9

В данном сборнике представлены работы по актуальным направлениям современной когнитивной лингвистики, среди которых изучение полинациональных языков в когнитивном аспекте, когнитивные исследования медиадискурса, парадигмальные сдвиги в современном мире, лексико-фразеологические единицы как средство вербализации концептов, метафора в языке и культуре, когнитивный аспект в переводе, когнитивный подход к компьютерной лингвистике.

Сборник адресован специалистам в сферах когнитивной лингвистики, дискурсе-анализа, фольклора, а также исследователям в области взаимодействия языка и мышления, языка и культуры, корпусной и компьютерной лингвистики.

УДК 40
ББК 80

ISBN 978-5-209-12190-9 (Вып. №1 (57). Часть II) © ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина», 2024

ISBN 978-5-89016-442-1 © ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», 2024
© Российская ассоциация лингвистов-когнитологов, 2024

ISSN 2071-9639

**MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION
RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES
INSTITUTE OF LINGUISTICS OF RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES
DERZHAVIN TAMBOV STATE UNIVERSITY
PEOPLES' FRIENDSHIP UNIVERSITY OF RUSSIA
NAMED AFTER PATRICE LUMUMBA
THE RUSSIAN COGNITIVE LINGUISTS ASSOCIATION**

Cognitive Studies of Language

Volume # 1 (57)

**MODERN LANGUAGES AND CULTURES:
VARIETIES, FUNCTIONS, IDEOLOGIES
IN COGNITIVE ASPECT**

**Papers of the International Scientific and Practical Conference
VI Firsova Readings
19–21 October, 2023**

Part II

Moscow – Tambov
2024

The publication is included in the List of publications recommended by Higher Assessment Board of Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation for publishing the results of candidate and doctoral dissertations.

Registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Communication, Information Technologies and Mass Communications (Roscommadzor), Certificate of Registration PI No. FS 77-52638.

The volume enters the catalogue of periodicals of Ural Press agency of 2024. The index is 79191.

Editorial Board:

Boldyrev N.N., Doctor of Philology, Professor (editor-in-chief);

Demyankov V.Z., Doctor of Philology, Professor;

Lomakina O.V., Doctor of Philology, Professor (volume editor-in-chief);

Babina L.V., Doctor of Philology, Professor;

Vinogradova S.G., Doctor of Philology;

Panasenko L.A., Doctor of Philology;

Potanina N.L., Doctor of Philology, Professor;

Furs L.A., Doctor of Philology, Professor;

Sharandin A.L., Doctor of Philology, Professor;

Zlatev J., Doctor of Philology, Professor (Lund, Sweden);

Talmy L., Doctor of Philology, Professor (Buffalo, USA);

Kozlova E.A., Candidate of Philology (executive secretary)

Cognitive studies of language / editor-in-chief N.N. Boldyrev; Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Russian Academy of Sciences, Institute of Linguistics of Russian Academy of Sciences, Derzhavin Tambov State University, The Russian Cognitive Linguists Association. – Moscow, Institute of Linguistics of Russian Academy of Sciences; Tambov: Publishing House of Derzhavin Tambov State University, 2008–

ISBN 978-5-89016-442-1

Vol. # 1 (57): Modern languages and cultures: varieties, functions, ideologies in cognitive aspect : Papers of the International Scientific and Practical Conference VI Firsova Readings held 19-21 October 2023. Part II / Volume's editor-in-chief O.V. Lomakina. – Moscow : RUDN, 2024. – 535 p.

ISBN 978-5-209-12190-9

This volume presents papers on topical areas of modern cognitive linguistics, including the study of multinational languages in cognitive aspect, cognitive studies of media discourse, paradigm shifts in the modern world, lexical-phraseological units as a means of concept verbalization, metaphor in language and culture, cognitive aspect in translation, cognitive approach to computer linguistics.

The collection is addressed to specialists in the fields of cognitive linguistics, discourse analysis, folklore, as well as researchers in the interaction of language and thinking, language and culture, corpus and computer linguistics.

ISBN 978-5-209-12190-9 (Vol. #1 (57). Part II) © FSBEI HE «Derzhavin Tambov State University», 2024

ISBN 978-5-89016-442-1

© FSAEI HE RUDN, 2024

© The Russian Cognitive Linguists Association, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

VII. ЛЕКСИКА И ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТОВ

<i>Айдарова А.М., Аминова А.А.</i> Концепт ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА в пословицах татарского и английского языков	17
<i>Алешии А.С., Зиновьева Е.И.</i> Категория сравнения в паремиях (на материале русского и шведского языков)	20
<i>Бредис М.А.</i> Вербализация концепта СЕМЬЯ на примере аналогов пословицы <i>На руке и пальцы не равны</i> в ряде разноструктурных языков	24
<i>Влавацкая М.В.</i> Репрезентация женской идентичности в неопаремиях русского языка	27
<i>Денисенко В.Н., Нелобова Н.Ю.</i> Вербализация концепта ЕДА во французском паремиологическом фонде	31
<i>Дубровская Е.М.</i> Вербализация представлений о цыганах в русской паремиологии (на материале пословиц с этнонимом <i>цыган</i>).....	35
<i>Ершов В.И., Бохао Сюэ.</i> Лингвокультурологический аспект категории количества в русской и китайской идиоматике	38
<i>Жданова Т.А.</i> Паремиологические средства выражения концепта ОРУДИЯ ТРУДА в русской языковой картине мира	41
<i>Зиновьева Е.И., Маньхуа У.</i> Лексический класс как средство вербализации концептуального представления о знающем и умеющем человеке в русском языке	45
<i>Иванов Е.Е.</i> Когнитивно-семантические типы пословиц	48
<i>Карпинская Н.В.</i> Отражение концептуального значения соматизма «голова» в русской паремиологии	52
<i>Kelekhshaeva A.A., Pina A.Yu., Ilina N.Yu.</i> Lexical and phraseological units in Nigerian English	55
<i>Ломакина О.В.</i> Концепт ДЕТИ в системе традиционных ценностей этноса (на материале паремий неродственных языков)	58
<i>Лось А.Л.</i> Репрезентация тактильных ощущений <i>гладкий</i> и <i>ровный</i> : когнитивный аспект	62
<i>Лызлов А.И.</i> Эксцессивные модели английских фразеологизмов	66
<i>Мамедова А.Р.</i> Образ хозяина как отражение концепта ГОСТЕПРИИМСТВО в азербайджанских паремиях (на фоне ряда тюркских, славянских и германских языков).....	69
<i>Мед Н.Г.</i> Музыкальный код культуры в лексике и фразеологии романских языков	73
<i>Михайлова Е.С.</i> Русско-болгарская фразеологическая омонимия на примере ФЕ с компонентами-соматизмами	77
<i>Мокиенко В.М.</i> Варианты русских фразеологических неологизмов в идеографическом пространстве	80
<i>Николаева М.Н.</i> Англоязычные фразеологизмы с термином красного цвета: когнитивный аспект	85
<i>Петрушевская Ю.А.</i> Идентичные понятия и образы в коррелятивных пословицах генетически и ареально далеких языков	89
<i>Селиверстова Е.И.</i> <i>Нефтяная халыва</i> : фразеологическая неологика об экономических выгодах	92
<i>Синь Лумин.</i> Лингвокогнитивное моделирование ассоциативно-вербального поля «одиночество».....	96
<i>Соколова А.П.</i> Прилагательное « <i>исключительный</i> » (о человеке): семантико-когнитивный анализ	100
<i>Соян А.М., Ломакина О.В.</i> Образ юрты в тувинской паремиологии: когнитивный подход... 103	
<i>Сувандии Н.Д., Монгуш Ш.В.</i> Отражение традиций рыболовства в тувинских паремиях (на фоне русского языка).....	108

<i>Тагарова Т.Б.</i> Фразеологические единицы монгольских языков с компонентом «пища»: лингвокультурологический аспект.....	111
<i>Томилина Н.В.</i> Семантический анализ английских прилагательных <i>safe</i> и <i>secure</i> : зоны конвергенции и дивергенции.....	116
<i>Ужеженцева А.С.</i> Фразеологизмы как средство объективации культурноспецифического (на материале фразеологических репрезентаций концепта СЧАСТЬЕ в русском и английских языках).....	119
<i>Хрисонопуло Е.Ю.</i> Концептуальное содержание как основа значения вводного элемента <i>there</i> в английском бытийном предложении.....	122
<i>Хузин И.Р.</i> Фразеологизмы-этнонимы в русской и английской лингвокультурах.....	126
<i>Цветашева Е.Н., Панкратьева Е.С.</i> «Бесмысленные действия» в истории немецкой фразеологии: аспекты мотивации значения идиом.....	129
<i>Чернышова А.М.</i> Репрезентация эмоционального состояния человека во фразеологических единицах английского языка.....	133

VIII. ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ: КОГНИТИВНОЕ ИЗУЧЕНИЕ

<i>Андреева В.О.</i> Коммуникативные стратегии и тактики советского плаката в годы Великой Отечественной войны.....	137
<i>Антонова Е.Н.</i> Иноязычные компоненты в стихотворном тексте как инструмент языковой рецепции.....	140
<i>Водяницкая А.А.</i> Лингвистика и аксиология академического дискурса.....	144
<i>Водяницкая А.А., Яременко В.И.</i> Анализ роли аксиологических дискурсивных маркеров в современной академической коммуникации.....	147
<i>Гончарова В.Г., Дугалич Н.М.</i> Прецедентный феномен в поликодовом тексте карикатуры миграционного медиадискурса.....	150
<i>Грищева В.В.</i> Конструирование реальности в британской драме в аспекте создания ситуационного контекста.....	153
<i>Долженков В.Н.</i> Концептуальные аспекты неискреннего дискурса: опыт рассмотрения.....	156
<i>Дугалич Н.М.</i> лексико-грамматические характеристики вербального компонента медицинского плаката.....	160
<i>Ильина Е.В.</i> Языковые средства вербализации социокультурного концепта РОССИЯ (на примере отдельных произведений Л.Н. Андерсен).....	164
<i>Колчина О.Н.</i> Когнитивный термин <i>концепт</i> в современном российском политическом дискурсе.....	168
<i>Комкова Н.И.</i> Лексические средства репрезентации концепта ПУТЬ в прозе Б.В. Шергина.....	171
<i>Коннова М.Н., Нахрачев И.Д.</i> Метонимические окказионализмы в спортивном дискурсе: ценностный аспект.....	175
<i>Коннова М.Н., Хорохорина С.Е.</i> Метафорическая экспликация темпорального опыта в поэтическом тексте: ценностное измерение.....	178
<i>Костеева Д.Ю.</i> Языковая личность преподавателя во французском академическом дискурсе.....	181
<i>Куныгина О.В.</i> Выражение эмоций фразеологическими средствами в художественном тексте.....	184
<i>Марфина Ж.В.</i> К вопросу о вербализации лингвокультурного концепта РОДСТВО в русском народно-песенном субпространстве.....	188
<i>Маслова Н.А.</i> Репрезентация концепта РОДИНА в советском песенном дискурсе.....	192
<i>Монгилева Н.В., Кушнерук С.Л.</i> Методологические установки анализа дискурса объекта в высказываниях о межличностных отношениях.....	195
<i>Мубаракшина А.М.</i> Фразеологизмы как проявление русской ментальности в современном медиатороскопе.....	199

<i>Мухина И.К.</i> Концептуализация быта в «Колымских рассказах» В. Шаламова: когнитивные слои «одежда» и «пища»	202
<i>Насибуллова Г.Р.</i> Самоидентификация женской языковой личности в рассказах В. Токаревой и ДЖ. Харрис	206
<i>Озерова Е.Г., Покручина М.Ю.</i> Прецедентные феномены как отражение когнитивно-культурного кода в художественных текстах В.Н. Крупина	210
<i>Петухова Т.И.</i> Художественный концепт <i>nature</i> в аспекте лингвопоэтики (на материале романа К. Аткинсон “Human stoquet”)	213
<i>Политова Е.В.</i> Особенности формирования женского образа в российском дискурсе моды 1920-х гг.	217
<i>Скнарев Д.С.</i> Языковые средства создания образа храма в конфессиональной интернет-рекламе	220
<i>Стефанович М.В.</i> Особенности иннективных ремарок, выраженных качественными наречиями на -лу с эмотивно-оценочным компонентом, в драматургическом дискурсе	223
<i>Чжан Лиюань.</i> Топология источников метафорических проекций в коммерческой рекламе	226
<i>Шейпак С.А.</i> Курсив: авторская стратегия в романном дискурсе	230
<i>Шкуран О.В.</i> Сакральный, сакраментальный и их дериваты как ядерные вербализаторы концепта САКРАЛЬНОЕ	233

IX. КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ МЕДИАДИСКУРСА

<i>Адащик Д.Н.</i> Англоязычный пандемийный политический медиадискурс в социокогнитивных координатах	238
<i>Анисимова Е.Д., Анисимов В.Е.</i> Динамика изменения концепта <i>migrant/migrant</i> в дискурсе французской социальной рекламы в период 2000-2023 гг.	242
<i>Бабаян В.Н., Мельникова К.А.</i> Основные способы реализации вторичной номинализации в медиадискурсе	246
<i>Балан Е.Г.</i> Освещение коммеморативных практик в испанских СМИ: память о Гарсия Лорке	249
<i>Белошицкая Н.Н.</i> Драматургическая тональность презентационного медиадискурса университета	253
<i>Блинова О.А.</i> Манипулятивный потенциал мультимодальной метафоры в сетевом медиадискурсе	257
<i>Борботько Л.А.</i> Когнитивная матрица театрального дискурса как медиафеномен	259
<i>Букина Ю.В.</i> Онтологическая метафора как средство воздействия в англоязычном мотивационном медиадискурсе	263
<i>Гавриш А.Д., Гуляева Е.В., Компаньева Л.Г.</i> Эмоционально-когнитивные блоки в современном медиапространстве	267
<i>Егорова Л.А., Рябова М.Э.</i> Когнитивные аспекты реализации персуазивной интенции в рекламном медиадискурсе	270
<i>Ефименко Т.Н.</i> Когнитивные основы построения бесконфликтной коммуникации в медиадискурсе	274
<i>Игнатенко А.В., Вавиленкова Д.В.</i> Стратегия привлечения внимания в репликах телеведущих китайских ток-шоу	278
<i>Канашина С.В.</i> Англоязычный репликативный медиадискурс: определение и лингвокогнитивные характеристики	281
<i>Киричук Д.А., Ромашкина А.Б.</i> Политический дискурс в цифровом пространстве коммуникаций: актуальные проблемы	284
<i>Кочнева Ю.Е.</i> Невербальные средства воздействия в университетском дискурсе (на материале телеграм-канала «ЧелГУ/Челябинский университет»)	287

<i>Куприянова А.М.</i> COVID-19: жанровое разнообразие поликодового текста в медиадискурсе	291
<i>Кусоцкая Е.С.</i> Фрейм-анализ освещения деятельности политического оппонента: президентская кампания Д. Трампа глазами новостного канала MSNBC	295
<i>Кшеновская У.Л.</i> Лингвокогнитивные особенности медиактивов.....	298
<i>Макарова А.С.</i> Особенности функционального потенциала паремий в православных медиатекстах: когнитивный аспект	302
<i>Мандрикова Г.М.</i> Медийная жизнь «Петрова и Боширова» как прецедентной ситуации (на материале интернет-комментариев).....	306
<i>Минева М.В.</i> Лингвопрагматические особенности художественного и медийного дискурсов активного воздействия	311
<i>Мицинь Юань.</i> Мультимодальная организация новостной информации в китайских и российских веб-порталах	314
<i>Мухаметдинова Т.Ю.</i> Когнитивные механизмы языковой игры в политейменте (на материале прецедентного ономастикона)	318
<i>Огнева Е.А., Климова Т.В.</i> Информативный код лингвокогнитивных скреп в рождественском обращении 2020 года королевы Елизаветы II	321
<i>Разумовская Ю.М., Бабина Л.В.</i> Интерпретация прецедентных имен, связанных с музыкой, в медиадискурсе.....	324
<i>Резанова З.И.</i> Фреймирование ситуации пандемии в новостном дискурсе	327
<i>Ромашова И.П.</i> Новые практики моделирования образа коллектива в корпоративном медиадискурсе	330
<i>Сапрыкина О.А.</i> Язык науки: метадискурс как авторская рефлексия Эдуарду Лоуренсу.....	333
<i>Серозеева Д.Н.</i> Концептуальные основания полимодальной эвфемизации в комическом кинодискурсе.....	336
<i>Сыпченкова Ю.Е.</i> Фокусировка событий в тексте новости	340
<i>Терехова А.А.</i> Языковое манипулирование в английской рекламе сквозь призму ценностей (на рекламном материале национальной службы здравоохранения Великобритании).....	343
<i>Титова Е.А.</i> Прагматические особенности университетского медиадискурса (на материале сайта МГУ).....	346
<i>Хасанова Т.Г.</i> Алармизм в нарративных практиках медиадискурса.....	349
<i>Черникова А.Ю.</i> Речевые маркеры национализма в телеграм-сообществах: функциональный аспект	353
<i>Чухаина А.О.</i> Языковые средства репрезентации творческого процесса в дискурсе медианискусства	356
<i>Шапошникова А.П.</i> Документальные фильмы как часть медицинского медиадискурса	359
<i>Ширяева Т.А.</i> Язык обмана в социальных сетях как инструмент развития инфодемии.....	363
<i>Яковлева В.В., Верещинская Ю.В.</i> Сила слова: к вопросу о спецэффектах в испанском медиатексте.....	367

X. ПАРАДИГМАЛЬНЫЕ СДВИГИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: КАТЕГОРИЗАЦИЯ И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ

<i>Абдулганеева И.И.</i> Специфика актуализации категории интенсивности в юмористическом дискурсе	371
<i>Александрова О.И., Борисова А.С., Москвичева С.А.</i> Конструирование и интерпретация мемов: смех против паники.....	374
<i>Алимов Т.Э., Куприянова М.Е.</i> Когнитивные механизмы эвфемизации в узбекской лингвокультуре.....	379
<i>Артемова Ю.В.</i> Преодоление психологических барьеров взрослыми при изучении иностранного языка путем изменения отношения к ошибкам	383

<i>Bagiyan A.Y.</i> Conceptual linguistic engineering of professional identity: in search of a new systemic methodology	386
<i>Баранова Е.Г., Мазанова М.А.</i> Лингвокультурный концепт «Марианна» в сознании современных французов	390
<i>Богатикова Ю.А., Троценкова Е.В.</i> Дискурсивные маркеры не/функциональности и когнитивная категоризация текста новостных сообщений.....	393
<i>Верещагина А.В.</i> Понятие «судьба» в новогереческом языке	397
<i>Димитриева О.А.</i> Символика вина в пространстве художественного текста	400
<i>Дубровская О.Г.</i> Модусные категории и их манипулятивный потенциал в разных типах дискурса.....	404
<i>Евтеева М.Ю.</i> Некоторые аспекты когнитивного потенциала диатезы.....	408
<i>Zherdeva O.N., Abubakarova E.V.</i> Verbalization of Concept “Sweet” in German and Russian (based on a Comparative Analysis of H. Heine’s and A. Fet’s Poetry)	411
<i>Жэнь Ч.</i> Классификация антонимов с когнитивной точки зрения в аспекте РКИ (на материале «словаря русской ментальности»)	415
<i>Зверева Е.В.</i> Когнитивные основания языковой мотивации в социолекте пандемии COVID-19 на примере испанского и французского языков.....	418
<i>Зененко Н.В.</i> Грамматическая категоризация как процесс вербализации познания: эффект полипарадигмальности.....	422
<i>Иванищева О.Н., Мэнцзе Л.</i> Модификации русской орнитологической приметы как языкового знака	425
<i>Катермина В.В.</i> Номинации поколений в англоязычном неологическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект	428
<i>Краева И.А.</i> Взгляд на вариативность английского языка с когнитивной точки зрения	431
<i>Магомедова З.З.</i> Концептуализация летних природных явлений в русском и английском языке.....	435
<i>Онал И.О.</i> Концептуализация бережливости в турецких антипословицах	439
<i>Пашков С.М.</i> Эпистемические параметры текста сквозь призму концепции возможных миров	443
<i>Петрова И.М.</i> Концептуальные особенности лексики <i>reality</i> в контексте современного цифрового пространства.....	446
<i>Пигалева М.В.</i> Образ искусства в наивных толкованиях китайских информантов.....	449
<i>Пташкин А.С.</i> Сенсорика ментальной и физиологической составляющих категории девиации в сказке «Джек – истребитель великанов»	453
<i>Сабирова С.Г.</i> Концептуализация профессиональных знаний в экономическом дискурсе..	456
<i>Савватеева И.А.</i> Взаимосвязь лингвистических и психологических методов исследований в выявлении когнитивных механизмов категоризации феномена отношения	460
<i>Самаркин Г.О.</i> Социально-прагматический аспект концептуализации <i>стыда</i> в японском языке.....	464
<i>Семенова А.А.</i> Концептум как ментальная единица: психосемантический аспект в свете теории вероятности	467
<i>Сергиенко Н.А., Глушаков В.М.</i> Место антропосферы в языковой картине мира	471
<i>Сергиенко П.И.</i> Неологическая терминология PR как принцип категоризации действительности	474
<i>Сивова Т.В.</i> Цвет гвоздики в концептосфере цвета русского языка.....	478
<i>Скоромолова Ю.В.</i> Специфика речевой актуализации категории ситуативной субъектности неситуативными языковыми единицами в русском и английском языках	481
<i>Соколова В.Л.</i> Дискурсивная структура и концептуальные особенности стилистических приемов аллюзии и антономазии в англоязычных произведениях для семейного просмотра и чтения	485
<i>Солдатова Д.Н.</i> Arktis и Nordområdene в норвежской арктической стратегии 2020-2021.....	488

<i>Стрельцова А.В.</i> Оним “Stalin” в структуре событийного фрейма Creating of Soviet art	492
<i>Taouour M.P.</i> Categorization and conceptualization in modern multimodal advertising discourse.....	495
<i>Ударова Н.И.</i> К вопросу о нечеткости границ между структурно-семантическими типами эргонимов.....	499
<i>Уханова М.А., Голубкова Е.Е.</i> Игра конструкций и фреймов (на материале анекдотов на английском и французском языках)	503
<i>Фаттахова Н.Н., Кулькова М.А.</i> Феномен прецедентности в паремиологическом дискурсе	506
<i>Федотова Е.А.</i> Как мы думаем о действиях: лингво-когнитивный подход к глагольной системе русского и итальянского языков	510
<i>Фомина М.А.</i> Проблема адекватного семантического описания в когнитивной лингвистике	514
<i>Хвесько Т.В., Басуева Н.Ю.</i> Эффект информативного кода в автобиографическом тексте ..	518
<i>Хомякова Е.Г.</i> Лингво-когнитивный потенциал сенсорно-перцептивных процессов	521
<i>Царенкова Н.А.</i> Концепция развития дистанционного образования	525
<i>Шершуква О.А.</i> Когнитивный подход к анализу имен с синонимией числовых форм	528
<i>Шкинева М.А.</i> Концепт <i>donation</i> в американском и русском языковых сознаниях	531

CONTENTS

VII. LEXICO-PHRASEOLOGICAL UNITS AS MEANS OF VERBALIZATION OF CONCEPT

<i>Aydarova A.M., Aminova A.A.</i> Concept HUMAN BEHAVIOUR in Tatar and English proverbs.....	17
<i>Alyoshin A.S., Zinovieva E.I.</i> Category of comparison in paremia (on the material of Russian and Swedish languages).....	20
<i>Bredis M.A.</i> Verbalization of the concept FAMILY based on analogues of the proverb "All fingers on the hand are not equal" in a number of typologically different languages.....	24
<i>Vlavatskaya M.V.</i> Representation of female identity in neoparemiias of the Russian language.....	27
<i>Denisenko V.N., Nelyubova N.Yu.</i> Verbalization of the FOOD concept in the French paremiological fund.....	31
<i>Dubrovskaya E.M.</i> Categorisation of the image of the folk in Russian paremiology (based on paremiics about the cossacks).....	35
<i>Ershov V.I., Xue Bohao</i> The linguocultural aspect of the quantity category in Russian and Chinese idioms.....	38
<i>Zhdanova T.A.</i> Paremiological means of expressing the tools of LABOR concept in the Russian language picture of the world.....	41
<i>Zinovieva E.I., Manhua Wu</i> Lexical class as a means of verbalization of the conceptual representation of a knowledgeable and skillful person in the Russian language.....	45
<i>Ivanov E.E.</i> Cognitive-semantic types of proverbs.....	48
<i>Karpinskaya N.V.</i> Reflecting conceptual meaning somatism "head" in Russian paremiology.....	52
<i>Kelxsaeva A.A., Ильина А.Ю., Ильина Н.Ю.</i> Лексические и фразеологические единицы в нигерийском английском языке.....	55
<i>Lomakina O.V.</i> The concept CHILDREN in the system of traditional values of the ethnous (by the material of paremia of unrelated languages).....	58
<i>Los' A.L.</i> Representation of tactile sensations of <i>gladky</i> and <i>rovny</i> : cognitive aspect.....	62
<i>Lyzlov A.I.</i> The excessive models of English idiomatic expressions.....	66
<i>Mamedova A.R.</i> Image of the host as a reflection of the concept of HOSPITALITY in Azerbaijanian proverbs (based on proverbs in a number of Turkic, Slavic and Germanic languages).....	69
<i>Med N.G.</i> Musical code of culture in vocabulary and phraseology of romance languages.....	73
<i>Mikhaylova E.S.</i> The phenomenon of phraseological homonymy in the Russian and Bulgarian languages (based on somatic phraseological units).....	77
<i>Mokienko V.M.</i> Variants of Russian phraseological neologisms in ideographic space.....	80
<i>Nikolaeva M.N.</i> English phraseological units with the colour term of red: cognitive aspect.....	85
<i>Petrushevskaya Yu.A.</i> Identical concepts and images in correlative proverbs of genetically and areally distant languages.....	89
<i>Seliverstova E.I.</i> <i>Oil free</i> : phraseological neology about economic benefits.....	92
<i>Xin Luming</i> Linguocognitive modeling of the associative-verbal field "loneliness".....	96

<i>Sokolova A.P.</i> Adjective “exceptional” (in relation to a person): semantic and cognitive analysis	100
<i>Soyan A.M., Lomakina O.V.</i> The image of the yurta in Tuva paremiology: cognitive approach	103
<i>Suvandii N.D., Mongush Sh.V.</i> Reflection of fishing traditions in Tuva paremia (against the background of the Russian language).....	108
<i>Tagarova T.B.</i> Phraseological units of the Mongolian languages with the component "Food": linguoculturological aspect	111
<i>Tomilina N.V.</i> Semantic analysis of the English adjectives <i>safe</i> and <i>secure</i> : domains of convergence and divergence	116
<i>Uzhentseva A.S.</i> Phraseological units as means of concept ethnocultural characteristics display (the case of phraseological representation of the concept HAPPINESS in Russian and English)	119
<i>Khrisonopulo E.Yu.</i> Conceptual structure as the basis for the meaning of the anticipatory element there in English existential sentences.....	122
<i>Khuzin I.R.</i> Phraseological units with ethnonym components in Russian and English linguocultures	126
<i>Tsvetaeva E.N., Pankratieva E.S.</i> ‘Pointless actions’ in history of German phraseology: aspects of idioms’ meaning motivation.....	129
<i>Chernysheva A.M.</i> Representation of the emotional state of a person in phraseological units of the English language	133

VIII. DISCURSIVE PRACTICES: COGNITIVE STUDIES

<i>Andreeva V.O.</i> Communicative strategies and techniques of the soviet poster of the great patriotic war	137
<i>Antonova E.N.</i> Foreign-language components in a poetic text as a tool of language reception	140
<i>Vodyanitskaya A.A.</i> Linguistics and axiology of academic discourse	144
<i>Vodyanitskaya A.A., Yaremenko V.I.</i> Analyzing axiological discourse markers and their role in contemporary academic communication	147
<i>Goncharova V.G., Dugalich N.M.</i> Precedent phenomenon in the polycode text of the migration media discourse cartoon	150
<i>Grishcheva V.V.</i> Reconstruction of reality in British drama in the aspect of creating a situational context.....	153
<i>Dolzhenkov V.N.</i> Conceptual aspects of insincere discourse: review experience	156
<i>Dugalich N.M.</i> Lexical and grammatical characteristics of the verbal component of the medical poster	160
<i>Ilyina E.V.</i> Language means of verbalization of sociocultural concept RUSSIA (using the example of individual works by L.N. Andersen)	164
<i>Kolchina O.N.</i> Cognitive term concept in modern Russian political discourse	168
<i>Komkova N.I.</i> Lexical means of representation of the concept path in the prose of Boris Shergin.....	171
<i>Konnova M.N., Nakhrachev I.D.</i> Novel metonymies in football commentaries.....	175
<i>Konnova M.N., Khorokhorina S.Ye.</i> Metaphorical expression of temporal experience: axiological dimension	178
<i>Kosteeva D.Yu.</i> Teacher’s language personality in French academic discourse	181
<i>Kunygina O.V.</i> Expression of emotions by phraseological means in a literary text	184
<i>Marfina Zh.V.</i> On the issue of the cultural and linguistic concept of kinship verbalization in the Russian folk-song subspace	188

<i>Maslova N.A.</i> Representation of the concept of CHILDHOOD in the Soviet song discourse	192
<i>Moguil'yova N.V., Kushneruk S.L.</i> Methodological premises for the object discourse analysis in the utterances about interpersonal relationships	195
<i>Mubarakshina A.M.</i> Phraseological units as a manifestation of the Russian mentality in the modern media horoscope	199
<i>Mukhina I.K.</i> Conceptualization of everyday life in the Kolyma tales B. Shalamov: cognitive layers “clothing” and “food”	202
<i>Nasibullova G.R.</i> Self-identification of a female language personality in the stories of V. Tokareva and J. Harris	206
<i>Ozerova E.G., Pokruchina M.Yu.</i> Precedent phenomena as a reflection of the cognitive-cultural code in V.N. Krupin	210
<i>Petukhova T.I.</i> Literary concept NATURE from the perspective of linguistic poetics (based on K. Atkinson's novel “Human Croquet”)	213
<i>Politova E.V.</i> The peculiarities of construction of female image in Russian fashion discourse in 1920s	217
<i>Sknarev D.S.</i> Linguistic means of creating an image of a church in confessional internet advertising	220
<i>Stefanovich M.V.</i> Innective remarks expressed by qualitative adverbs in <i>-ly</i> with emotive-evaluative component in drama discourse	223
<i>Zhang Liyuan</i> Topology of source domains in commercial metaphor mapping models	226
<i>Sheypak S.A.</i> Italicizing: authorial strategy of the novelistic discourse	230
<i>Shkuran O.V.</i> Sacred, sacramental and their derivatives as nuclear verbalizers of the concept SACRAL	233

IX. COGNITIVE ANALYSIS OF MEDIA DISCOURSE

<i>Adaschik D.N.</i> English pandemic political media discourse: in socio-cognitive coordinates	238
<i>Anisimova E.D., Anisimov V.E.</i> Dynamics of changes in the concept of MIGRANT in the French social advertising discourse in the period 2000-2023	242
<i>Babayan B.N., Melnikova K.A.</i> The basic methods of implementing secondary nominalisation in media discourse	246
<i>Balan E.G.</i> Coverage of memorial practices in the Spanish media: the memory of García Lorca	249
<i>Beloshitskaya N.N.</i> Dramaturgical tonality of the university presentation mediadiscourse	253
<i>Blinova O.A.</i> The manipulative potential of multimodal metaphors in online media discourse	257
<i>Borbotko L.A.</i> Cognitive matrix of theatrical discourse as a media phenomenon	259
<i>Bukina Y.V.</i> Ontological metaphor as a means of influence in English motivational media discourse	263
<i>Gavrish A.D., Gulyaeva E.V., Kompaneeva L.G.</i> Emotional cognitive units in modern mediaspace	267
<i>Egorova L.A., Ryabova M.E.</i> Cognitive aspects of realization of persuasive intention in advertising media discourse	270
<i>Efimenko T.N.</i> Cognitive basis of conflict-free communication construction in media discourse	274
<i>Ignatenko A.V., Vavilenkova D.V.</i> Attracting attention persuasive strategy used by Chinese talk show TV hosts	278
<i>Kanashina S.V.</i> The definition and linguistic and cognitive features of English replicative mediadiscourse	281

<i>Kirichuk D.A., Romashkina A.B.</i> Political discourse in the digital space of communications: actual problems.....	284
<i>Kochneva I.E.</i> Non-verbal means of impact in university discourse (based on telegram-channel “ChelGU/Chelyabinsk University”)	287
<i>Kupriyanova A.M.</i> Covid-19: genre diversity of polycode text in media discourse	291
<i>Kusotskaya E.S.</i> Frame-analysis of the coverage of a political opponent’s activity: D. Trump’s presidential campaign through the lens of MSNBC.....	295
<i>Kshenovskaya U.L.</i> Linguo-cognitive characteristics of media kits	298
<i>Makarova A.S.</i> Peculiarities of the functional potential of paremies in orthodox media texts: cognitive aspect.....	302
<i>Mandrikova G.M.</i> Media life of “Petrov and Boshirov” as a precedent situation (by the material of internet comments).....	306
<i>Mineeva M.V.</i> Linguopragmatic peculiarities of literary and media discourses of active effect	311
<i>Mingqing Yuan</i> Multimodal organization of information in Chinese and Russian web-portals.....	314
<i>Mukhametdinova T.Yu.</i> Cognitive mechanisms of language game in politainment (based on the material of the precedent onomasticon).....	318
<i>Ogneva E.A., Klimova T.V.</i> Informative code of linguo-cognitive nodes in Queen Elizabeth II's 2020 Christmas message	321
<i>Razumovskaya Yu.M., Babina L.V.</i> Interpretation of precedent names associated with music in media discourse	324
<i>Rezanova Z.I.</i> Framing the pandemic situation in news discourse.....	327
<i>Romashova I.P.</i> New practices for modeling the image of a team in corporate media discourse.....	330
<i>Saprykina O.A.</i> The language of science: meta-discourse as an author's reflexion of Eduardo Lourenço.....	333
<i>Serozeeva D.N.</i> Conceptual bases of multimodal euphemisation in comic cinematic discourse..	336
<i>Sypchenkova Yu.E.</i> Focusing events in the news text	340
<i>Terekhova A.A.</i> Language manipulation in English advertising through the prism of values (based on promotional material from the UK national health service)	343
<i>Titova E.A.</i> Pragmatic features of the university media discourse (based on MSU official site)	346
<i>Khasanova T.G.</i> Alarmism in narrative practices of media discourse	349
<i>Chernikova A.Y.</i> The speech markers of nationalism in telegram communities: functional aspect.....	353
<i>Chupakhina A.O.</i> Language means of the creative process representation in the media art discourse.....	356
<i>Shaposhnikova A.P.</i> Documentaries as a part of medical media discourse	359
<i>Shiryayeva T.A.</i> Language of deception in social networks as a tool to develop infodemia.....	363
<i>Yakovleva V.V., Vereshchinskaya Yu.V.</i> The power of words: the question of special effects in Spanish media text	367

X. PARADIGM SHIFTS IN THE MODERN WORLD: CATEGORIZATION AND CONCEPTUALIZATION

<i>Abdulganeeva I.I.</i> Specificity of expression of the intensity category in humor discourse	371
<i>Aleksandrova O.I., Borisova A.S., Moskvitcheva S.A.</i> Construction and interpretation of memes: laughter VS panic	374

<i>Alimov T.E., Kuprianova M.E.</i> Cognitive mechanisms of euphemization in Uzbek linguoculture.....	379
<i>Artemova J.V.</i> Overcoming psychological barriers by adults in foreign learning through changing attitudes to mistakes	383
<i>Багиян А.Ю.</i> Концептуальный лингвистический инжиниринг профессиональной идентичности: в поисках новой системной методологии.....	386
<i>Baranova E.G., Mazanova M.A.</i> Linguocultural concept “Marianne” as perceived by the French people today	390
<i>Bogatikova Yu.A., Troshchenkova E.V.</i> Cognitive categorization of news media texts by fiction and non-fiction discourse markers.....	393
<i>Vereschagina A.V.</i> Concept “fate” in Modern Greek.....	397
<i>Dimitrieva O.A.</i> Symbolism of wine in the space of a literary text	400
<i>Dubrovskaya O.G.</i> Evaluative categorization and its manipulative effect in different discourses	404
<i>Evtseva M.J.</i> Some aspects cognitive capacity of diathesis	408
<i>Жердева О.Н., Абубакарова Е.В.</i> Вербализация концепта «сладкий» в немецком и русском языках (на основе сравнительного анализа поэзии Г. Гейне и А. Фета).....	411
<i>Ren Ch.</i> Classification of antonyms according to the cognitive approach in RFL (based on the “Dictionary of Russian Mentality”).....	415
<i>Zvereva E.V.</i> Cognitive bases of linguistic motivation in the sociolect of pandemic COVID-19 on the example of Spanish and French languages.....	418
<i>Zenenko N.V.</i> Grammatical categorization as a process of verbalization of cognition: the effect of polyparadigmality	422
<i>Ivanishcheva O.N., Mengjie L.</i> Modifications of ornithological omens of the Russian language as a linguistic sign.....	425
<i>Katermina V.V.</i> Nominations of generations in English neological discourse: cognitive and pragmatic aspect.....	428
<i>Kraeva I.A.</i> Variability of the English language from a cognitive point of view	431
<i>Magomedova Z.Z.</i> Conceptualization of summer natural phenomena in Russian and English.....	435
<i>Onal I.O.</i> Conceptualization of thrift in Turkish antiproverbs.....	439
<i>Pashkov S.M.</i> Epistemic parameters of text in the context of possible worlds concept.....	443
<i>Petrova I.M.</i> Lexeme <i>reality</i> conceptual features in the context of modern digital space.....	446
<i>Pigaleva M.V.</i> The image of art in the naive explanations of Chinese informants.....	449
<i>Ptashkin A.S.</i> Linguosensorics of mental and physiological components of deviation in the fairy tale “Jack, The Giant-Killer”	453
<i>Sabirova S.G.</i> Professional knowledge conceptualization in the scientific text of economic discourse	456
<i>Savvateeva I.A.</i> Interrelation of psychological and linguistic research in revealing cognitive mechanism of categorization of relations phenomenon.....	460
<i>Samar'kin G.O.</i> Social pragmatic aspect of conceptualization of <i>shame</i> in the Japanese language	464
<i>Semenova A.A.</i> Conceptum as a mental unit: psychosemantic aspect in the context of the probability theory.....	467
<i>Sergienko N.A., Glushak V.M.</i> The anthroposphere in the linguistic picture of the world	471
<i>Sergienko P.I.</i> Neological terminology of PR as a reality categorization principle.....	474
<i>Sivova T.V.</i> Carnation colour in the Russian colour conceptsphere	478
<i>Skoromolova Y.V.</i> Peculiarities of speech actualisation of category of situational subjectivity by language units of non-situational semantics in the Russian and English languages.....	481

<i>Sokolova V.L.</i> Discursive structure and conceptual characteristics of the stylistic devices of allusion and antonomasia in English family animated films and books.....	485
<i>Soldatova D.N.</i> Arktis and Nordområdene in the Norwegian Arctic Strategy 2020-2021	488
<i>Streltsova A.V.</i> Onym “Stalin” in the event frame Creating of Soviet art.....	492
<i>Таймур М.П.</i> Категоризация и концептуализация в современном мультимодальном рекламном дискурсе.....	495
<i>Udarova N.I.</i> Fuzzy boundaries between structural and semantic types of ergonyms	499
<i>Ukhanova M.A., Golubkova E.E.</i> Interaction of constructions and frames (based on the jokes in English and French)	503
<i>Fattakhova N.N., Kulkova M.A.</i> The phenomenon of precedent in paremiological discourse.....	506
<i>Fedotova E.A.</i> How we think about action: linguo-cognitive approach to the verb system of the Russian and Italian languages	510
<i>Fomina M.A.</i> The problem of adequate semantic descriptions in cognitive linguistics.....	514
<i>Khvesko T.V., Basueva N.Yu.</i> The effect of informative code in autobiographical text	518
<i>Khomyakova E.G.</i> Linguo-cognitive potential of sensory-perceptual processes	521
<i>Tsarenkova N.A.</i> Concept for the development of distance education	525
<i>Shershukova O.A.</i> Cognitive approach to the study of names with synonymy of numeric forms	528
<i>Shkineva M.A.</i> The concept of <i>donation</i> in American and Russian linguistic consciousness	531

ВИ. ЛЕКСИКА И ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТОВ

*А.М. Айдарова (Набережные Челны, Россия)
Казанский (Приволжский) федеральный университет
aidalmir@yandex.ru
А.А. Аминова (Казань, Россия)
Казанский (Приволжский) федеральный университет
almira.aminova@ksu.ru*

КОНЦЕПТ ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В ПОСЛОВИЦАХ ТАТАРСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

В статье рассматривается концепт ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА в пословицах татарского и английского языков. Пословицы о поведении, конденсируя опыт и мудрость народа, содержат предписания и оценки поступков людей. Анализ норм поведения, зафиксированных в пословицах, проводится на материале классификаций Л.М. Васильева и В.И. Карасика. Исследование подробно рассматривает нормы контакта, регулирующие речевое поведение человека.

Ключевые слова: пословица, концепт, поведение человека, норма поведения, английский язык, татарский язык.

Концептуальный анализ языка все еще остается актуальной нишей в филологических исследованиях. Работы в этом русле касаются отдельных концептов, анализ которых позволяет масштабно посмотреть на его ситуативную раскладку. Предмет исследования данной работы – сравнительно-сопоставительный анализ концепта ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА в татарских и английских пословицах. Данный концепт представляется продуктивным для анализа, поскольку значительная часть ситуаций в жизни каждого человека так или иначе, связана с этим понятием.

Концепт ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА является объектом изучения ряда социогуманитарных и естественных наук. Можно сказать, что поведение человека – это культурно обусловленные и внешне наблюдаемые свойства и действия человека, обеспечивающие его жизнедеятельность. Поведение человека как общественное понятие имеет ряд особенностей: наблюдаемость, оценочность и культурную обусловленность.

По мнению А.Е. Серикова, человек предрасположен к тем формам поведения, которым он был обучен [Сериков 2013: 74]. При этом человек обучается типичным формам поведения в типичных ситуациях. В рамках каждой типичной ситуации существуют возможные варианты поведения, которые продиктованы культурными, социальными и индивидуальными особенностями человека. Разновидности поведения подвержены внешнему наблюдению и обязательной оценке со стороны наблюдателя.

Мы рассматриваем концепт ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА на материале паремнологического фонда татарского и английского языков, что представляется нам достаточно оправданным, ведь именно в пословицах любого языка зафиксированы опыт, знания и мудрость, накопленные веками тем или иным народом.

Как известно, пословицами являются краткие народные изречения с дидактическим смыслом. Анализ пословиц в разноструктурных языках позволяет пролить свет на особенности поведенческой картины мира носителей данных лингвосообществ. Идея об изучении поведенческой картины принадлежит С.М. Кравцову [Кравцов 2008: 3], который полагает, что ее раскрытие помогает лучше осознать мотивацию поступков и действий человека, а также выявить определенные стереотипы поведения носителей разных культур.

Пословицы о поведении человека содержат предписания и оценки поступков людей. Поступки оцениваются исходя из существующих в данном обществе норм. Одни поступки поощряются обществом, а другие – осуждаются.

Л.М. Васильев [Васильев 1997: 145-174] рассматривая предикаты поведения русского языка, предлагает следующую классификацию типов поведения человека с позиции положительной и отрицательной оценки: честное/нечестное поведение; скромное/нескромное поведение; спокойное/неспокойное поведение; искреннее/неискреннее поведение; сдержанное/несдержанное поведение; осторожное/неосторожное поведение; естественное/неестественное поведение; разумное/неразумное поведение; серьезное/несерьезное поведение; и др.

Нормы поведения являются регулятором межличностных отношений в обществе. Изучив материал русского языка, В.И. Карасик обнаружил восемь типов норм поведения, зафиксированных в пословицах: нормы взаимодействия, нормы жизнеобеспечения, нормы контакта, нормы ответственности, нормы контроля, нормы реализма, нормы безопасности и нормы благоразумия [Карасик 2019: 42-43]. Первые пять групп являются этическими нормами, оставшиеся три – утилитарными.

Рассмотрим нормы контакта, регулирующие ситуации, связанные с речевым поведением. В пословичном фонде татарского и английского языков подчеркивается ценность языка и культуры речи: *Тел курке суз* (букв. Красота языка в словах), *Тел – белемнең ачыкчы, акылның баскычы* (букв. Язык – ключ к знаниям, лестница к мудрости), *Тел Тәмәнгә илтә* (букв. Язык до Тюмени доведет); *The lame tongue gets nothing* (букв. Косноязычием ничего не добьешься), *Speak and speed, ask and have* (букв. Говори – преуспеешь, проси – получишь), *He that speaks well, fights well* (букв. Тот, кто хорошо говорит, хорошо воюет).

Паремии двух народов описывают благотворное воздействие доброго слова: *Татлы тел аю биетә* (букв. Доброе слово заставит танцевать и медведя), *Татлы тел тимер капканы ачар* (букв. Доброе слово откроет железную дверь), *Ачы тел – зәһәр, татлы тел – шикәр* (букв. Дурное слово – яд, доброе слово – сахар); *Say well or be still* (букв. Говори красиво или молчи), *Good words cool more than cold water* (букв. Добрые слова успокаивают лучше, чем прохладная вода), *Sweet discourse makes short days and nights* (букв. Сладкие речи делают дни и ночи короче).

В обеих культурах осуждается пустословие, болтливость: *Күп сөйләгән кешенең хатасы да күп була* (букв. Тот, кто много говорит, допускает много ошибок), *Лаф белән пылау пешмәс* (букв. Пустословием плов не сварить), *Күңел сырхавы – күп сөйләү* (букв. Душа болит от пустословия); *Flow of words is not always flow of wisdom* (букв. Многословие не всегда признак мудрости), *The eternal talker neither hears nor learns* (букв. Тот, кто постоянно говорит, не слышит и ничему не учится), *Wise men silent, fools talk* (букв. Мудрые молчат, глупые болтают).

Положительно оценивается умеренность в словах, молчание: *Аз сөйлә, күп бел!* (букв. Мало говори, много знай), *Кыскалыкта – остальк* (букв. В краткости мастерство), *Сөйләргә дә бел, тик торырга да бел!* (букв. Умей говорить, умей и

промолчать); *Brevity is the soul of wit* (Краткость – сестра таланта), *Silence is golden* (букв. Молчание – золото), *All truths are not to be told* (букв. Не всю правду стоит говорить).

В пословицах провозглашается соответствие слова делу, преимущество дела перед словом: *Әйтү бер, эшләү башка* (букв. Сказать одно, а сделать – другое), *Кулы берне эшли, теле икенчене сөйли* (букв. Руки делают одно, а язык говорит совсем другое), *Әйтүгә ансап, эшләүгә кыен* (букв. Сказать легко, а сделать трудно); *Actions speak louder than words* (букв. Поступки говорят громче, чем слова), *It is better to do well than to say well* (букв. Лучше хорошо сделать, чем красиво сказать), *Deeds will show themselves, and words will pass away* (букв. Поступки проявят себя, а слова исчезнут).

Пословицы учат говорить правду: *Турь сүздә оят юк* (букв. Нет ничего позорного в правде), *Төчә ялганнан ачы хакыйкатъ яхшы* (букв. Лучше горькая правда, чем сладкая ложь); *Better speak truth rudely than lie covertly* (букв. Лучше грубо сказать правду, чем скрытно врать), *The language of truth is simple* (букв. Язык истины прост).

В речевом поведении поощряется умение слушать собеседника: *Сөйли белсән, тыңлый да бел!* (букв. Умеешь говорить, умей и слушать), *Бар да сөйләгәндә берәү дә ишетми* (букв. Когда все говорят, никто не слушает); *Hear much, speak little* (букв. Слушай много, говори мало), *Hear twice before you speak once* (букв. Послушай дважды, прежде чем сказать один раз).

Паремии предписывают быть осторожным и не доверять всему услышанному: *Ышанма кеше сүзенә, ышан үз күзеңә!* (букв. Не верь словам людей, верь своим глазам), *Кеше сүзен тыңда, үз акылыңны тот!* (букв. Слушай других, но думай сам); *Believe nothing of what you hear, and only half of what you see* (букв. Не верь ничему, что слышишь, и только одной половине того, что видишь), *Believe no tales from an enemy's tongue* (букв. Не верь словам врага).

Описанные нормы поведения в ситуациях вербального взаимодействия представляют собой фрагмент поведенческой картины мира носителей татарского и русского языков. Паремии предписывают людям соблюдать культуру речи, быть умеренным в словах, предпочитать реальные поступки пустым словам, говорить правду, избегать излишней болтовни, уметь слушать собеседника, быть бдительным и не доверять всему услышанному. Подобный анализ раскрывает концепт ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА в различных ситуативных вариациях, позволяет выявить порицаемые и поощряемые обществом действия индивида. Дальнейшее исследование концепта на материале корпусов пословиц татарского и русского языков раскрывает культурно-специфические особенности его репрезентации.

Литература

Васильев Л.М. Методы современной лингвистики. Уфа: Изд-во Башкирского университета, 1997.

Исәнбәт Н. Татар халык мәкальләре. 4 нче басма. Яр Чаллы: «Идел-йорт», 2003.

Карасик В.И. Нормы поведения в языковой картине мира // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 4. С. 35-49.

Кравцов С.М. Картина мира в русской и французской фразеологии (на примере концепта «Поведение человека»): монография / С.М. Кравцов; Южный федеральный ун-т, Педагогический ин-т. Ростов-на-Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2008.

Сериков А.Е. Поведение человека и современные подходы к его пониманию // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2013. №2 (14).

Tатар халык ижаты: Мэкальлэр һәм әйтемнәр. Казань: Татарское книжное издательство, 1987. 590 с.

The Penguin Dictionary of Proverbs. Market House Books Ltd. 2008.

A.M. Aydarova (Naberezhnye Chelny, Russia)

Kazan Federal university

A.A. Aminova (Kazan, Russia)

Kazan Federal university

CONCEPT HUMAN BEHAVIOUR IN TATAR AND ENGLISH PROVERBS

The article deals with the concept HUMAN BEHAVIOUR in proverbs of the Tatar and English languages. Proverbs about behavior, condensing the experience and wisdom of the people, contain instructions and assessments of people's actions. The analysis of the norms of behavior recorded in proverbs is carried out on the basis of the classifications by L.M. Vasiliev and V.I. Karasik. This study focuses on norms of contact which regulate verbal behavior of a person.

Key words: proverb, concept, human behavior, norm of behavior, the English language, the Tatar language.

A.C. Алешин (Санкт-Петербург, Россия)

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций

им. проф. М.А. Бонч-Бруевича

alexis001@mail.ru

Е.И. Зиновьева (Санкт-Петербург, Россия)

Санкт-Петербургский государственный университет

e.i.zinovieva@spbu.ru

КАТЕГОРИЯ СРАВНЕНИЯ В ПАРЕМИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И ШВЕДСКОГО ЯЗЫКОВ)

В статье рассматривается широкое понимание категории сравнения на материале русских и шведских паремий о счастье сравнительной семантики. Анализируется взаимодействие традиционного лингвистического подхода к категории сравнения с семантико-когнитивным, а также культурологическим.

Ключевые слова: категория, сравнение, паремия, русский язык, шведский язык.

В современной парадигме языкознания актуален семантико-когнитивный подход к анализу единиц языка, предполагающий их категоризацию. Категоризация – это «мыслительная операция, направленная на формирование категорий как понятий, предельно обобщающих и классифицирующих результаты познавательной деятельности человека» [Абишева 2013: 21]. Сравнение – одна из категорий, интерес к которой в лингвистической литературе не затухает. Изучению семантики и средств выражения категории сравнения в различных аспектах на материале разноуровневых единиц языка посвящены диссертационные исследования и монографии [Черемисина 2006; Анохина 2008; Будникова 2009; Огольцев 2009, Алешин 2012 и мн. др.].

Однако некоторыми исследователями высказывается мнение, что в лингвокогнитивных и лингвокультурологических исследованиях «происходит размежевание с так называемым логико-гносеологическим, или классическим, подходом к изучению вопросов взаимоотношения языка и мышления. <...>

Классическому подходу, основанному на изучении, главным образом, грамматических структур, соответствующих логическим формам мышления, противопоставляется нетрадиционный подход, который связывают с когнитивными исследованиями сознания в основном через анализ лексической семантики, наполняющей те или иные языковые структуры в потоке речи» [Малых 2012: 83]. Рассмотрим, так ли это, проанализировав семантику и средства вербализации категории сравнения в паремиях русского и шведского языков с точки зрения семантико-когнитивного и лингвокультурологического подходов. Лингвистический статус категории сравнения понимается нами широко: это система равноуровневых средств языка, включающая синтаксические конструкции, морфологические и лексические единицы, словообразовательные средства. Все языковые средства функционируют на синтаксической основе, поскольку «сравнение – это некая общая схема построения словесного знака любого уровня сложности» [Черемисина 2006: 18]. Можно вывести модель сравнения и для предложения, выражающего народную мудрость в поговорке или поговорке, и для устойчивого сравнения в составе паремии, и для степени сравнения, используемых прилагательных и наречий в составе паремиологической единицы, и для метафор. Понимание сравнения как философской категории познания позволяет принять широкое понимание данной категории и рассматривать не только эксплицитные средства ее выражения, но и имплицитные. В данном случае большую роль играют отношения противопоставления, логической рядоположенности, то, что М.И. Конюшкевич называет «отчужденным во времени результатом операции сравнения» [Конюшкевич 2001].

Материалом для исследования послужили русские и шведские паремии о счастье, выражающие сравнение. Русские единицы были отобраны приемом сплошной выборки из словаря «Пословицы и поговорки русского народа» В.И. Даля [Даль 2000] и словаря «Народная мудрость» [Мокиенко, Никитина 2011], а шведские единицы – из словарей П. Хольма [Holm 1971] и Ф. Стрема [Ström 1967].

Среди русских паремий о счастье (60 единиц) преобладают имплицитные средства выражения сравнения. Наиболее объемный разряд с точки зрения структурных моделей паремий образуют предложения идентификации и деидентификации (32 единицы): *Наше счастье – вода в бредне. Счастье – вешиное ведро; Счастье не батрак: за вихор не притянешь; Счастье не кляп: в руки не возьмешь; Счастье не корова: не выдоишь; Счастье – не лошадь: не везет по прямой дорожке; Счастье не дворянство, не родом ведется* и др. На втором месте по количеству входящих паремий (11 единиц) находятся паремии, представляющие собой сложносочиненное предложение с союзом «а» или с бессоюзной связью: *Чужие петухи поют, а на наших тилун напал; Чужие куры растутся, а наши только топорицатся; Счастливый скачет, несчастный плачет* и др. Эксплицитные средства сравнения выражены паремиями с компаративным союзом (9 единиц): *Счастье, что волк: обманет да в лес уйдет; Счастливый – что калач в меду (к нему все пристает); Счастье как и стекло: легко разбивается; Счастье что вешиное ведро: ненадежно; Счастье что солнышко: и улыбнется, и скроется* и др. Кроме того, к содержащим эксплицитные средства выражения сравнения относятся паремии, в составе которых находятся прилагательные и наречия в форме сравнительной степени (8 единиц): *Свое счастье ближе чужого несчастья; Счастье лучше богатства; Счастье дороже денег; Счастье дороже ума* и др. В русских паремиях сравнительной семантики о счастье ярко выступает оппозиция «свое – чужое», рассмотренные русские паремии деидентифицирующего характера отмечают

непостоянство счастья, хрупкость, неосвязаемость, неподвластность воле человека. Счастье ценится выше богатства, дороже ума. Счастье сравнивается с такими национально-культурными реалиями как *решето*, *бредень*, *сума*, *калач*: *Наше счастье – вода в бредне*; *Наше счастье – решето дырявое*; *Счастливым – что калач в меду*; *Счастье без ума – дырявая сума: где найдешь, там и сгубишь*.

В шведских поговорах о счастье (20 единиц), выражающих сравнение, в отличие от русских, преобладают эксплицитные средства вербализации сравнения: во-первых, поговорки, включающие прилагательные и наречия в сравнительной степени (10 единиц): *Oväntad lycka gläder mest*. 'Неожиданное счастье радует больше всего'; *Svårare bära annas lycka än egen olycka*. 'Труднее вынести чужое счастье, чем свое несчастье'; *Drömmen om lycka är lyckligare än lyckan själv* 'Мечта о счастье счастливее, чем само счастье'; *Lagom lycka varar längst*. 'Счастье, которого достаточно, длится дольше всего'; *Ett uns lycka är bättre än ett pund vett*. 'Унция счастья лучше фунта разума'; *Bättre lycka än hundra marker*. 'Лучше счастье, чем сто марок'; 'Чем больше шельма, тем больше счастья' и др. Во-вторых, это поговорки с формально выраженным компаративным союзом *som* (5 единиц): *Lyckan brister som glas*. 'Счастье ломается как стекло'; *Lyckan och segern växla som vakten*. 'Счастье и победа чередуются как вахта'; *Lyckan är som månen, den tar av och till*. 'Счастье как месяц, оно убывает и растет'; *Lyckan är torget lik: dröjer man litet, blir bättre köp på varan*. 'Счастье как рынок: стоит подождать, и будет лучший покупатель на товар'; *Flugor och vänner komma om sommarn och fara om vintern, alldeles som lyckan*. 'Мухи и друзья появляются летом и исчезают зимой, так же, как и счастье'. К имплицитным средствам выражения сравнения в шведских поговорах относятся единицы, представляющие собой сложносочиненные предложения с противительным союзом или с бессоюзной связью, как и в русском языке, например: *Lyckan ger många vänner, olyckan jagar bort dem alla*. 'Счастье дает много друзей, несчастье их всех отпугивает'. Но, кроме того, к имплицитным средствам выражения сравнения в шведских поговорах относятся предложения с логической рядоположенностью элементов, когда два объекта из разных денотативных сфер уподобляются, ставятся в один ряд, путем приписывания им одинакового свойства: *Lyckan och glas går lätt i kras*. 'Счастье и стекло часто разбиваются'; *Lyckan och kvinnan är narren huld*. 'Счастье и женщина благосклонны к дураку'. Данный способ выражения сравнения отсутствует в поговориологическом фонде русского языка. Рядоположенность может использоваться наряду с противопоставлением в одной поговорке: *Kvinna, vind och lycka växla ofta, men Gud förblir den han är*. 'Женщина, ветер и счастье меняются часто, но Бог остается тем, кто он есть'. И только одной единицей в рассматриваемом разряде обладает шведских поговорок представлена идентификация: *Lyckans kyss är en Judaskyss*. 'Поцелуй счастья – поцелуй Иуды'. Культурные установки, вербализованные в шведских поговорах сравнительной семантики о счастье совпадают с русскими: счастье хрупко (в обоих языках наличествует сравнение со стеклом), оно непостоянно. Счастье важнее ума, дороже денег. Кроме того, шведские поговорки подчеркивают иррациональность счастья, которое приходит и к дураку, и к шельме. Национально-культурными реалиями являются меры веса: унция, пуд, наименование денежных единиц – сто марок. Однако шведские поговорки более рационально, четко, однозначно выражают ту или другую идею, отличаются более обобщенным характером в сопоставлении с русскими единицами, часто отталкивающимися от отсутствия тождества с объектом сравнения, использующими целый ряд образных единиц: счастье – *не конь, не корова, не лошадь, не кляп, не батрак, не рожь, не птица, не перепелка, не пирожок* и др.

Данная парадигма знакомых конкретных образов позволяет показать всю палитру признаков, отсутствие которых характеризует счастье, которое как абстрактное понятие определяется в паремиях.

Таким образом, когнитивный и культурологический анализ на материале паремий разных языковых групп не вступают в противоречие с классическим лингвистическим подходом к категории сравнения, а лишь дополняют его.

Словари

Даль В.И. Пословицы и поговорки русского народа. М., 2000.

Мокленко В.М., Никитина Т.Г. Народная мудрость: русские пословицы. М.: Олма МедиаГрупп, 2011.

Литература

Абишева К.М. Категоризация и ее основные принципы // Вопросы когнитивной лингвистики. 2013. № 2 (35). С. 21-30.

Алешин А.С. Устойчивые сравнения шведского языка. Лингвокультурологический аспект. СПб.: Нестор-История, 2012.

Анохина Ю.М. Способы выражения сравнений в языках с разной грамматической структурой (на материале русского и французского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2008.

Будникова Н.Н. Этнокультурный аспект в выражении сравнительных отношений в языке русского, английского и немецкого песенного фольклора: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Курск, 2009.

Конюшкевич М.И. Категория сравнения и ее место в системе языка // Вопросы функциональной грамматики: сб. науч. тр. Вып. 4 / под ред. М.И. Конюшкевич. Гродно: ГрГУ, 2001. С. 82-94.

Малых Л.М. Логико-гносеологический и когнитивный подходы к изучению категории сравнения в лингвистике // Вестник Удмуртского университета. 2012. Вып. 2. С. 83-91.

Огольцев В.М. Устойчивые сравнения в системе русской фразеологии. Изд. 2-е. М.: URSS: Либроком, 2009.

Черемисина М.И. Сравнительные конструкции русского языка. М.: КомКнига, 2006.

Holm P. Ordspråk och talesätt. Stockholm: Albert Bonniers Förlag, 1971. 385 s.

Ström F. Svenska ordstäv. Stockholm: Prisma, 1967.

A.S. Alyoshin (Saint Petersburg, Russia)

The Bonch-Bruевич Saint Petersburg State University of Telecommunications

E.I. Zinovieva (Saint Petersburg, Russia)

Saint-Petersburg State University

CATEGORY OF COMPARISON IN PAREMIA (ON THE MATERIAL OF RUSSIAN AND SWEDISH LANGUAGES)

The article deals with a broad understanding of the category of comparison on the basis of Russian and Swedish comparative proverbs about happiness. The interaction of the traditional linguistic approach to the category of comparison with the semantic-cognitive, as well as cultural, is analyzed.

Key words: category, comparison, proverb, Russian language, Swedish language.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА СЕМЬЯ НА ПРИМЕРЕ АНАЛОГОВ ПОСЛОВИЦЫ НА РУКЕ И ПАЛЬЦЫ НЕ РАВНЫ В РЯДЕ РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКОВ

Статья посвящена изучению аналогов русской пословицы *На руке и пальцы не равны* как средства вербализации ценностного концепта СЕМЬЯ. В качестве материала исследования послужили пословицы 15 языков славянской, балтийской, германской, романской, иранской, тюркской и монгольской групп, взятые из авторитетных паремиографических сборников. Показано национальное и универсальное в аналогах пословицы в типологически разнородных языках.

Ключевые слова: концепт СЕМЬЯ, пословица, паремиология, ценности, разноструктурные языки.

В пословичном фонде языка находят отражение ценностные представления народа. Пословицы представляют собой не только знаки языка, но и знаки ситуаций [Пермяков 1988: 16]. Знаки, согласно Е.С. Кубряковой, являются «средствами активизации в нашем сознании когнитивных структур, притом в том объеме, в котором они «даны» (известны) и «нужны» нашему сознанию» [Кубрякова 2012: 163]. Изучением пословиц занимается паремиология, использующая разные аспекты анализа паремий, среди которых перспективными являются лингвокультурологический и сравнительно-сопоставительный [Бредис, Димогло, Ломакина 2020: 268].

Для паремий, которые относятся к фразеологизмам, верно положение о том, что национальный по форме процесс фразеологизации во многом основывается «на осмыслении одних и тех же или сходных денотатов, что создает одинаковые или сходные фразеологические значения» [Стернины 2021: 95]. Поэтому не удивительно, что безотносительно к генетической классификации языков в пословицах содержится «семантика, объединяющая паремии как одного, так и нескольких языков, позволяющая выразить основные смыслы и морально-нравственные установки» [Ломакина 2021: 173].

Цель работы состоит в рассмотрении аналогов пословицы *На руке и пальцы не равны* как средства вербализации ценностного концепта СЕМЬЯ в языках славянской, балтийской, германской, романской, иранской, тюркской и монгольской языковых групп.

Материалом исследования послужили пословицы русского, сербского, латышского, немецкого, французского, английского, таджикского, турецкого, тувинского, хакаского, алтайского, чувашского, монгольского, бурятского, калмыцкого языков из авторской картотеки, собранной из паремиографических сборников, а также ряда монографий и электронных пословичных ресурсов, в том числе из следующих изданий: «Большой словарь русских пословиц» В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной, Е.К. Николаевой; «Алтайские пословицы и поговорки (Алтай кеп ле укаа сөстөр)» Н.Р. Ойроткиновой; «Большой академический монгольско-русский словарь = Монгол орос дэлгэрэнгүй их толь»; «Буряад арадай оньлон уран үгэ = Пословицы и поговорки бурят» Б. Бальбуровой; «Ваттисен сѣмахѣсем, каларѣшсем, сутмалли юмахсем. Чувашские пословицы, поговорки и загадки» Н.Р. Романова; «Диван лугат ат-Турк» Махмуда ал-Кашгари; Подношение в серебряной чаше:

сборник фольклорных и литературных произведений тувинцев Цэнгэла (Монголия); «Пословицы, поговорки и загадки калмыков России и ойратов Китая» Б.Х. Тодаевой; Çobanoğlu Ö. Türk Dünyası Ortak Atasözleri Sözlüğü; Wander, Karl Friedrich Wilhelm. Deutsches Sprichwörter-Lexikon.

В мировосприятии разных народов семья представляет собой многогранную ценность, которая характеризуется, прежде всего, кровным единством. Один из аспектов концепта СЕМЬЯ вербализуется через телесный код культуры в русской пословице *На руке и пальцы не равны*. Ключевой образ пальцев символизирует членов семьи, чаще всего детей.

Вариант пословицы, записанный В.И. Далем, дает основания полагать, что эта пословица возникла из диалога: *Как быть: и на руке пальцы не равны*. Формально она представляет собой ответ на некий вопрос или реплику. Согласимся с мнением Т.Г. Бочины о том, что пословица как концентрированное выражение многовекового стандартизированного опыта народа по своему возникновению и использованию представляет собой диалогический процесс [Бочина 2023: 33]. В широком контексте этот вариант пословицы говорит о неравенстве всех людей во всех смыслах, при этом образы пальцев одной руки вписываются в поле концепта СЕМЬЯ, символизируя членов одной семьи, чаще всего детей.

Еще один аналог русской пословицы *Бог и перстов на руке, и листа на дереве не изровнял*, также имеет расширенную семантику, используя образы пальцев на руке и листья на дереве. В сербском языке существует полный аналог русской пословицы *Ни прсти на руци нису сви једнаки* ‘И пальцы на руке не все одинаковы’.

Среди пословиц различных европейских языков обнаруживаются полные эквиваленты паремии *На руке и пальцы не равны*: латышск. *Roka viena, bet visi pirksti dažādi* ‘Рука одна, но все пальцы разные’; нем. *Die Finger einer Hand sind nicht alle gleich* ‘Пальцы одной руки все неодинаковы’; фр. *Les doigts d'une main ne s'entresemblent pas* ‘Пальцы одной руки не похожи друг на друга’; англ. *All fingers are not equal* ‘Все пальцы неодинаковы’. Еще одна немецкая паремия, зафиксированная в словаре К.-В.-Ф. Вандера, расширяет семантику: *Die finger an der hand seindt nit gleich, man braucht sie doch alle* ‘Пальцы на руке не равны, но все же все нужны’. Как и дети в семье.

В таджикском аналоге пословицы используется нумератив *панч* (пять): *Панч панча (ангушт) баробар нест* ‘Пять пальцев не равны’. Другая пословица прямо называет пальцы братьями *Панч ангушт бародаранд, баробар нестанд* ‘Пять пальцев – братья, но не равны’.

Таким образом, рассматриваемая паремия встречается в разных европейских языках. Однако вопрос о том, считать ли ее общеевропейской пословицей, требует дальнейшего изучения. Во всяком случае в знаменитом словаре европейских пословиц Дьюлы Пацолаи, где приводятся эквиваленты общеевропейских паремий на 55 языках, этой пословицы мы не видим.

Общетюркской пословицей считается аналог рассматриваемой русской паремии: *Beş parmak bir değıl* (букв. ‘Пять пальцев – не один’). Здесь образ пальца уточняется нумеративом *beş* (пять). В словаре общих пословиц тюркского мира О. Чобаноглу аналог данной турецкой пословицы приводятся на 32 тюркских языках. В их числе алтайская и хакасская паремии: алт. *Beş sabar, beş başka*; хакас. *Pis salaa daa aymah poladır*. У цэнгэльских тувинцев, живущих в Монголии, зафиксирована аналогичная пословица: *Беш салаа дески эвес* ‘И пять пальцев все не равные’. Все они отмечают, что пальцы разные и не равны друг другу. Интересно, что в чувашской паремии

ключевым образом, выражающим семантическую доминанту *Люди неодинаковы*, являются не пальцы, а руки: *Хяласна хялаш пёр тан мар* ‘Размах рук не одинаков у всех’

О древности тюркской пословицы о пяти пальцах говорит и тот факт, что она была включена в «Словарь тюркских наречий», составленный Махмудом ибн ал-Хусейном ибн Мухаммадом ал-Кашгари в XI в.: *Биш арнак туз армас* ‘Пять пальцев не похожи друг на друга’. Этот словарь является первым тюркским лексикографическим сборником.

Аналоги рассматриваемой пословицы обнаруживаются и в монгольской лингвокультуре: монг. *Таван хуруу тэгшгүй* ‘Пять пальцев – и все (неодинаковые) разные’; *Аавын хүү адилгүй, арван хуруу тэгшгүй* ‘У одного отца дети разные, у одной руки пальцы разные’; калмыцк. *Һарин тавн хурһн эдл болдог уга* ‘И пять пальцев руки неодинаковы’. В бурятской паремии пальцы сравниваются непосредственно с членами семьи, родственниками (*түрэл зон*): *Гарай табан хурган адли бэйшэ, түрэл зон адли бэйшэ* ‘Как пять пальцев руки различаются, так и выходцы из одной семьи не все одинаковы’.

Дополнительный семантический нюанс имеется в монгольской пословице: *Аавын хүү адилгүй, арван хуруу тэгшгүй / аавын хүү алагтай цоогтой, агтын унага алагтай булагтай* ‘Сыновья отца неодинаковые, десять пальцев неравные / сыновья отца пестрые, жеребята скакуна пятнистые’. Здесь упоминаются не пять, а десять пальцев (*арван хуруу*) Ключевой образ пальцев – *детей* – и связь *отцы* – *дети* сопоставляется с миром животных. Еще одна монгольская двухчастная пословица гласит: *Аавын хүү сайнтай муутай, арван хуруу урттай богинойтой / аавын хүү адилгүй, арван хуруу тэгшгүй* ‘Среди отцовских сыновей есть и плохие, и хорошие, среди десяти пальцев есть и длинные, и короткие / Отцовы сыновья не одинаковы, десять пальцев не равны’ [Кульганек 2017: 90]. Сама пословица содержит и толкование значения.

Анализ аналогов пословицы *На руке и пальцы не равны* ожидаемо показал значительное сходство не только семантики, но и образности в типологически и генетически разнородных языках. Это связано с тем, что у всех пословиц один денотат – человеческая рука, что способствовало созданию сходных пословичных значений. Сходство также связано с общечеловеческой ценностью семьи и распространенной смысловой аналогией между членами семьи и пальцами, при этом в разных языках имеются смысловые нюансы, дополняющие или расширяющие семантику. Особенная распространенность аналогов рассматриваемой паремии обнаружена в тюркских и монгольских языках. В отличие от пословиц индоевропейских языков, тюркские и монгольские паремии в основном используют нумеративы *пять* или *десять*. Из индоевропейских языков только в таджикском, входящем в иранскую группу языков, нами обнаружена пословица, использующая нумератив *пять*.

Литература

Бочина Т.Г. Пословица на века молвится: избранные труды по русской паремииологии. Казань: Издательство Казанского университета, 2023. 286 с.

Бредис М.А., Димогло М.С., Ломакина О.В. Паремии в современной лингвистике: подходы к изучению, текстообразующий и лингвокультурологический потенциал // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 265-284. DOI: <https://www.doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-265-284>

Кубрякова Е.С. В поисках сущности языка: когнитивные исследования. М.: Знак, 2012. 208 с.

Кульганек И.В. Монгольские пословицы и поговорки. Исследование, перевод, комментарий. СПб.: Петербургское востоковедение, 2017. 184 с.

Ломакина О.В. Концептуализация общечеловеческих ценностей в пословицах (на материале русского, узбекского и таджикского языков) // Когнитивные исследования языка. 2021. № 3 (46). С. 172-175.

Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии // Исследования по фольклору и мифологии Востока. М.: Наука, 1988. 236 с.

Стернина М.А., Стернин И.А. Сопоставление как лингвистическая методология. Монография. Воронеж: Издательство «РИТМ», 2021. 215 с.

*M.A. Bredis (Moscow, Russia)
RUDN University*

VERBALIZATION OF THE CONCEPT *FAMILY* BASED ON ANALOGUES OF THE PROVERB “ALL FINGERS ON THE HAND ARE NOT EQUAL” IN A NUMBER OF TYPOLOGICALLY DIFFERENT LANGUAGES

The paper is devoted to the study of analogues of the Russian proverb “All fingers on the hand are not equal”, as a means of verbalizing the value concept *FAMILY*. The research material included proverbs from 15 languages of the Slavic, Baltic, Germanic, Romance, Iranian, Turkic and Mongolian groups, taken from authoritative paremiographic collections. The ethnic and universal components are shown in analogues of proverbs in typologically different languages.

Key words: concept *FAMILY*, proverb, paremiology, values, typologically different languages.

*M.V. Влავцкая (Новосибирск, Россия)
Новосибирский государственный технический университет
vlavatskaya@list.ru*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЖЕНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В НЕОПАРЕМИЯХ РУССКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена комплексному анализу антипословиц, в которых отражены качества и характеристики, свойственные женщинам в современном обществе. В результате исследования выявлены структурно-семантические преобразования и когнитивно-дискурсивные признаки появления новых лексических единиц и их смыслов; также выделены корреляции женской индивидуальности, соотносимые с веяниями нового времени.

Ключевые слова: антипословица, новая паремия, трансформация паремий, семантические признаки и группы, эволюция человеческого сознания, когнитивно-дискурсивная динамика.

Данное исследование носит многоаспектный характер и проводится в рамках структурной, гендерной и когнитивной лингвистики. Структурный аспект проявляется в том, что неопаремии, или новые паремии, – это часто структурные трансформанты традиционных паремий, к которым относятся пословицы, поговорки, афоризмы, крылатые выражения и т.п. Например: *Сколько волка ни корми, все равно в лес смотрит* → *Сколько женщину ни корми, она все равно в зеркало смотрится*. Нередко трансформации подвержены строки из известных песен: *Зачем вы, девушки, красивых любите?* → *Почем вы, девушки, красивых любите?* В обоих случаях

трансформации реализуются посредством субституции, или замены компонентов источника. Гендерный аспект обусловлен предписываемыми обществом социально-культурными нормами для выполнения их людьми в зависимости от их биологического пола. Отсюда женская идентичность – это категоризация женщины как представительницы женской социальной группы и воспроизведение ею гендерно обусловленных ролей: *Женщина не роскошь, но требует денег ← Машине не роскошь, а средство передвижения.*

Когнитивно-дискурсивный аспект исследования заключается в том, что трансформация традиционных паремий в неопаремии, а также появление новых таких единиц происходит в процессе эволюции человеческого сознания под воздействием динамических процессов, происходящих в обществе и затрагивающих социокультурные, экономические, политические и другие сферы жизни человека. Так, неопаремии рождаются в речи носителей языка и потом фиксируются в языке (словарях): *Сколько жену не выбирай, все равно ошибешься.* Данная неопаремия образована по аналогии с известной пословицей *Сколько волка не корми, все равно в лес смотрит*, т.е. по аналогии. Если паремии (пословицы и поговорки) содержат народную мудрость и употребляются в сугубо дидактических целях, то неопаремии – это нередко структурные и семантические трансформанты пословиц, поговорок, афоризмов и т. п., создаваемые намеренно с целью высмеивания внутренней стороны явлений, событий, а также качеств и поведения человека.

На следующем этапе исследования отражения женской идентичности в неопаремиях русского языка выделяются семантические признаки неопаремий, которые объединяются в соответствующие семантические группы [Маклакова 2013: 22], при этом в качестве основного берется количественный принцип. Важно отметить, что авторами анализируемых неопаремий о женщинах преимущественно являются мужчины: это прослеживается в процессе семантического анализа. Подчеркнем, что языковой материал для анализа был выбран из разных источников, в том числе из словаря «Антипословицы Рунета: типология и словарь» [Иванов 2009].

Рассмотрим группы неопаремий, сгруппированные по следующим семантическим признакам.

1. Неопаремии об умственных способностях женщин включают такие единицы, как: *Умная женщина – это как дирижабль. Кстати, когда вы в последний раз видели дирижабль? Умная и красивая женщина – стерва..., умная и страшная – философ... Произведение ума женщины на ее красоту есть величина постоянная. Логика на грани женской.... Когда пытаешься проследить путь мыслей женщины, голова идет кругом. Чтобы быть глупой, недостаточно быть красивой.* Данные неопаремии образованы по типу афоризмов.

2. Неопаремии об особенностях женщин и их роли в обществе: *Любите женщину – она научит вас уважать свободу. С женщинами – комедия, без женщин – трагедия. С женщинами трудно согласиться, но еще труднее не согласиться. Женщина тоже человек, только какой-то странный. Женщина всегда верит в то, во что она хочет верить. В споре с женщиной последнее слово может сказать только эго. Если женщина сказала «нет», то это означает может быть.* Эти единицы образованы по паремиологическим моделям. Неопаремия *Без женщины жить нельзя на свете* образована путем импликации известной песни из оперетты «Сильва»: «Без женщин жить нельзя на свете, нет».

3. Неопаремии о стремлении женщин быть красивыми и их озабоченности своим внешним видом: *Красивые женщины как дефицитные товары: их так же быстро*

расхвывают. Чем женщина красивее, тем она вернее себе. Наши женщины тратят на косметику гораздо больше, чем страна на вооружение. Время, которое женщина проводит за макияжем, следует вычитать из ее возраста. Женщина смотрится красивее, когда она смотрится в зеркало и т.д. Все эти антипословицы образованы по типу афоризмов – по паремиологическим моделям. Неопаремия *Сколько женщину ни корми, она все равно в зеркало смотрится* образована посредством субституции поговорки *Сколько волка ни корми, все равно в лес смотрит*.

4. Неопаремии о негативных качествах и чертах женского характера, прежде всего, болтливости: *Женщины, безусловно, умеют хранить тайны, но сообщая. Если женщина молчит – лучше ее не перебивать. Если женщина молчит – слушай ее внимательно. Женщина не врет никогда: она просто не помнит, что говорила минуту назад. Женщины жестоки, как естественный отбор. Женщины последовательны в своем непостоянстве.* Все эти единицы созданы по типу афоризмов. В основе неопаремии *Есть тысяча способов заставить женщину говорить, но ни одного, чтобы заставить ее замолчать* лежит крылатое выражение, которое якобы произнес первый немецкий канцлер Отто фон Бисмарк о России: «Я знаю сотни способов выгнать медведя из берлоги, но ни одного, чтобы загнать его туда обратно. Не дразните русского медведя».

5. Неопаремии о женах и тещах, преимущественно с негативной коннотацией: *Жена – это вторая половина, которая постоянно норовит стать первой. Женщин берут в жены за их мнимые достоинства, а оставляют – за реальные недостатки. Все плохие жены начинали как хорошие невесты. Выбирать невесту глупо, главное – выбрать тещу. Береги жену, следующая может быть еще хуже. Жену свою люблю, поэтому изменяю редко.* Все неопаремии образованы по типам афоризмов. Неопаремия *Сколько жену ни выбирай, все равно ошибешься* образована при помощи субституции.

6. Неопаремии, содержащие критику, мнения и отношения мужчин к женщинам: *Счастье – иметь красивую жену, а горе – иметь такое счастье. Иногда, чтобы сделать женщине приятное, приходится с ней расстаться. Женщины делятся: легкого поведения (шлюхи) и нелегкого (ведьмы). Дороже всего, как ни странно, стоят бесплатные ж е н ы ... Если женщина в 20 некрасива – это ее беда. Если женщина в 40 некрасива – это ее вина. Когда женщина заявляет, что все мужики – сволочи, она имеет в виду только тебя одного и т.д.* Неопаремия *Все красивые женщины похожи друг на друга, каждая некрасивая страшна по-своему* является прецедентной, т.к. образована посредством субституции от известной цитаты из романа Л.Н. Толстого «Анна Каренина»: *Все счастливые семьи похожи друг на друга, каждая несчастливая семья несчастна по-своему.*

7. Неопаремии о неверности, продажности и меркантильности женщин: *Память, возможно, изменяет нам чаще, чем женщины, но о первом лучше знаем мы, о втором – они. Без женщин жить трудно, а с ними – накладно. Красивая женщина для глаз – рай, для души – ад, для кармана – чистилище. Вложивший в женщину всю душу, часто оказывается обманутым вкладчиком. Девственница ничем не лучше развратницы – обе, в сущности, думают об одном и том же. Женщина как калькулятор: прибавляет проблемы, отнимает время, умножает расходы и делит имущество и т.д.* Эти единицы образованы по типу афоризмов. В основе неопаремии *Какая грустная жена не мечтает стать веселой вдовой* лежит известный афоризм

русского литератора Александра Фомича Погосского из сборника «Солдатские заметки» (1855) «Плох тот солдат, который не мечтает стать генералом».

Выделенные семантические группы не являются единственными – они только указывают на возникшие преобразования в обществе в определенный период его развития. В последнее время появилось достаточно много антипоговорок о повышении роли женщины в современном обществе: *Женщина, если захочет, забирает у мужчины все. Даже фамилию или Самая везучая на свете женщина – русская: все всегда везет на себе*, которая образована с помощью аддиции известной поговорки *везти все на себе* и т.д.; о противопоставлении женщины и мужчины: *Настоящая женщина должна спилить дерево, разрушить дом и вырастить дочь* – неопаремия образована посредством субституции древней мудрости, которая гласит, что *Настоящий мужчина должен построить дом, посадить дерево и вырастить сына*; о женщинах-водителях: *Женщина за рулем как обезьяна с гранатой. Женщина за рулем как фашист в танке* и др.

Так, проанализированный языковой материал подтверждает мысль о том, что «человек каждый раз заново формирует смыслы и выбирает средства их репрезентации, используя собственный языковой опыт, а не строит свои высказывания только по готовым моделям» [Болдырев 2018: 14] – это доказывает большое количество представленных афористичных высказываний.

Завершая анализ русских неопаремий, репрезентирующих важные характеристики женской сущности, выделим корреляции, произошедшие в сознании человека и отображающие реалии современной антропоцентрической парадигмы. К ним относятся: элиминация традиционно положительных качеств женщины и экспонирование ее отрицательных характеристик (*Почем вы, девушки, красивых любите?*); презентация женщины как объекта наслаждения (*Девушка, как воробей, постоянно прыгает с палки на палку*); акцентирование ее меркантильности (*Женщина и машина – чем моложе, тем дороже*), преуменьшение ее интеллектуальных способностей (*Как из 10 блондинок выбрать самую глупую? – По жребью.*); переоценка природного предназначения женщины и подмена мужских и женских функций в обществе (*Самая везучая на свете женщина – русская: все всегда везет на себе*) и т.д.

Таким образом, изучение структурно-семантического и когнитивно-дискурсивного аспектов образования русских неопаремий о женщинах, в том числе в сравнении с традиционными паремиями, способствовало выявлению в них особых корреляций оценочной, образной и экспрессивной семантики, а также выделению в них новых качеств женщины, которые появились в недавнем времени вследствие различных преобразований в жизнедеятельности современного человека.

Литература

Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Издательский Дом ЯСК, 2018.

Иванов Е. Антипоговорки Рунета: типология и словарь. Выпуск 3 / ред. С. Важник. Минск: Право и экономика, 2009.

Маклакова Е.А. Теоретические принципы семной семасиологии и лексикографическое описание языковых единиц (на материале наименований лиц русского и английского языков): дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2013.

*M.V. Vladvatskaya (Novosibirsk, Russia)
Novosibirsk State Technical University*

REPRESENTATION OF FEMALE IDENTITY IN NEOPAREMIAS OF THE RUSSIAN LANGUAGE

The article is devoted to the complex analysis of antiproverbs, which reflect the qualities and characteristics peculiar to women in modern society. The study reveals structural-semantic transformations and cognitive-discursive signs of the emergence of new lexical units and their meanings; it also highlights correlations of female individuality, related to the trends of the new time.

Key words: antiproverb, new paremy, transformation of paremy, semantic features and groups, evolution of human consciousness, cognitive-discursive dynamics.

*В.Н. Денисенко, Н.Ю. Нелубова
(Москва, Россия)*

*Российский университет дружбы народов
denissenko@mail.ru; nat.nelubova@mail.ru*

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА ЕДА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ

В статье рассматриваются средства вербализации концепта ЕДА во французских паремиях. С целью выявления ядерных и периферических единиц, а также особенностей их функционирования в пословицном фонде был проведен анализ частотности и символики ключевых лексем, а также дана характеристика некоторых специфических гастрономических компонентов

Ключевые слова: концепт ЕДА, ядро концепта, периферия, гастрономический компонент, ключевые лексемы, французские паремии.

Исследование материала паремиологического фонда разных языков позволяет проследить национальные особенности вербализации культурно значимых концептов в их традиционном понимании [Романова, Иванов 2006; Иванов, Ломакина, Петрушевская 2021]. Выбор концепта ЕДА обусловлен тем, что он представляет собой один из базовых концептов французской лингвокультуры [Абакарова, Омарова 2016: 68]. Кроме того, французская кухня «всегда считалась лучшей в Европе и славилась не только вкусовыми качествами блюд, но и разнообразием употребляемых продуктов» [Козлова, Гребенкина 2017: 107].

Анализ французских паремий гастрономической тематики [Нелубова, Семина, Казлаускене 2020; Нелубова 2023а; Нелубова 2023б] показал подробное представление гастрономической концептосферы во французском паремиологическом фонде.

Материалом данного исследования послужила авторская картотека, включающая 169 единиц, имеющих отношение к гастрономической тематике, из 2052 паремий, выбранных из словаря пословиц и поговорок французского языка [Montreynaud, Pierron, Suzzonni 2006]. Распределение по тематическим рубрикам следующее: “La nourriture, la table” (еда, стол) – 87 единиц, 34 единицы в составе рубрики “Le travail de la terre” (земледелие) в отдельной подрубике “La vigne, les

vendanges et le vin” (лоза, сбор винограда, вино) и 48 – в рубрике “Les objets usuels” (предметы быта).

Анализ показал, что компоненты общего значения *la nourriture* / еда и *la table* / стол использованы в основном в названии рубрики. Приведем ниже перечень выявленных гастрономических компонентов и данные об их частотности в составе французских паремий. Компонент *le pain* / хлеб встретился 25 раз, *le vin* / вино – 25, *la chair* (в значении *la viande*) / мясо – 7, *le lard* / сало – 5, *le miel* / мед – 5, *le lait* / молоко – 5, *le manger* / еда – 4, *le fromage* / сыр – 4, *la sauce* / соус 4, *la soupe* / суп 4, *les choux* / капуста – 3, *le sel* – 3, *le beurre* – 3, *le boire* / питье – 3, *le poisson* – 2, *le chapon* / каплун – 2, *le bouillon* / бульон – 1, (*chair de*) *mouton* / баранина – 1, *le veau* / телятина – 1, *le poulet* / курица, цыпленок – 1, *le jambon* / окорок – 1, *la poire* / груша – 1, *le perdrix* / куропатка – 2, *la bécasse* / бекас – 1, *la carpe* / карп – 1, *le brochet* / щука – 1, *le pâté* – пирог 1, *le piment* – 1, *la moutarde* – 1, *l’omelette* / омлет, яичница – 1, *l’oeuf* / яйцо – 1, *la salade* / салат – 1, *la tourte* / пирог – 1, *la gaufre* / вафля – 1, *les épluchures* / очистки, *la boisson* / напиток – 1, *l’eau* / вода – 1, *le rhum* / ром – 1, *le rouge* / красное вино – 1, *le blanc* / белое вино – 1.

Таким образом, самыми частотными гастрономическими компонентами французских паремий являются *le pain* / хлеб и *le vin* / вино, составляя ядро рассматриваемого концепта, а приведенный список позволяет получить представление о всех его элементах, начиная от ядра и заканчивая периферией, показывая все разнообразие продуктов, относящихся к французской кухне в традиционном понимании, и подтверждая мысль о том, что национальная кухня представляет собой «один из наиболее определенных принципов национальной идентичности. Заимствуя и видоизменяясь, она имеет свойство «выбирать» новые продукты и блюда, отвергая одни и принимая другие в соответствии со сложившимся национальным вкусом, под которым понимается система национальных пищевых предпочтений» [Павловская 2022: 285].

Другими элементами рассматриваемого концепта являются артефакты – наименования посуды: *le verre* / бокал, рюмка; *le couteau* / нож; *l’assiette* / тарелка; *l’écuelle* / кастрюля, миска; *le plat* / блюдо (в том числе как *eda*); *le chauderon* / котел; *la marmite* / котелок; *la bouteille* / бутылка; *le vaisseau* / сосуд; *la coupe* / бокал, кубок; *la flûte* / фужер, бокал; *le mortier* / ступа; из домашней утвари упоминается *la nappe* / скатерть. В поле рассмотрения концепта ЕДА показательны также глагольные лексемы, связанные с приемом пищи, самыми частотными из которых являются *manger* / есть (14 раз) и *boire* / пить (9 раз), 4 раза встретился глагол *dîner* / обедать, в единичных случаях встречаются *souper* / ужинать; *jeûner* / говеть, поститься, голодать; *nourrir* / кормить; *cuire* / тушить, варить; *ronger* / грызть; *enivrer* / опьянять. Из прилагательных частотна лексема *bon* / вкусный (13 раз), единичны случаи употребления *mauvais* / невкусный, плохой; *cru* / сырой; *amer* / горький; *gras* / жирный.

Выявленные ключевые компоненты паремий гастрономической тематики в основном выполняют функцию метафорических образов, вызывающих в сознании представителей французского этноса определенные ассоциации и обладающих определенной символикой. Подробный анализ данных аспектов и многочисленных примеры был представлен нами ранее в том числе в ракурсе изучения аксиологического смысла пословиц [Нелюбова, Семина, Казлаускене 2020; Нелюбова 2023а; Нелюбова 2023б], где, в частности, отмечалась важность компонента *la table* / стол и его особой символики и приводились пословицы с данной лексемой, в которых

подчеркивалась особая ценность еды и трапезы: *On ne vieillit point à table* – За столом не стареют; *Table vaut bien école* – Застолье стоит школы [Нелюбова 2023а: 459]. Отдельного внимания заслуживает сочетание *table ronde* / круглый стол, которое также символизирует возможность мирного разрешения споров, равенства и равных возможностей: *A ronde table n'y a débat pour être près du meilleur plat* / За круглым столом нет споров о том, чтобы быть ближе к лучшему блюду.

В продолжение предыдущих выводов и отмечая наиболее значимые гастрономические компоненты, которые можно отнести к универсальным, необходимо еще раз подчеркнуть важность компонента *le pain* / хлеб. Исследователи относят его к макроконцептам – вневременным, вненациональным маркерам, причем во французской культуре данный макроконцепт «является одной из самых значимых культурно-маркированных единиц языка и включает в себе не только аппликативный смысл еды, пропитания, средства жизнеобеспечения, но и целый спектр духовных смыслов в жизни человека и всего общества» [Когтева 2022: 195], о чем свидетельствуют многочисленные примеры паремий с данной лексемой, наиболее показательны из которых: *Les peines sont bonnes avec le pain* / С хлебом хороши и тяготы; *Le pain et le vin sont le commencement d'un festin* / С хлеба и вина праздник начинается. Во втором примере упоминается также универсальный и не менее важный для французов гастрономический компонент *le vin* / вино, который представляет во французской лингвокультуре и ценность, и концепт одновременно [Логинова 2016: 43].

Среди специфичных компонентов французских гастрономических паремий выделяется *le chapon* / каплун: *Qui chapon mange, chapon lui vient* / Кто ест каплуна, каплун к нему и приходит. Данная пословица означает, что деньги идут к деньгам [Montreynaud, Pierron, Suzzoni 2006: 86]. Необходимо пояснить, что каплун представлял собой изысканное блюдо. Это кастрированный петух, откармливаемый на мясо [<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/80026?ysclid=lizuzd81rm823300421>], до начала XX века он употреблялся в пищу в Европе, в основном во Франции, где в Средние века различали четыре вида куриного мяса: курица, цыпленок, пулярка и каплун, которые отличались вкусом и предназначались для разных блюд и способов приготовления. «Каплуна всегда делали целиком, в основном запекали как парадное блюдо. Цыплят жарили и отваривали, курицу отваривали на бульон и тушили (кусочками), пулярку жарили целиком или половинками» [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_culinary/962/каплун]. Интересно упоминание различных видов мяса и рыбы, что также свидетельствует о специфике французских кулинарных традиций.

Исследование частотности и символики ключевых лексем французских паремий гастрономической тематики как средств вербализации концепта ЕДА позволило выявить, что ядерную зону составляют универсальные компоненты *хлеб* и *вино*, к периферии относятся в основном компоненты-наименования продуктов, отражающих специфику французских кулинарных традиций. Наличие значительного количества паремий о еде, а также обширная символика гастрономических компонентов еще раз подтверждает важность рассматриваемого концепта для представителей французской лингвокультуры.

Литература

Абакарова М.А., Омарова Ф.Т. Концептуализация понятия еда во французской языковой картине мира // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 5 (59). Ч. 3. С. 66-68.

Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А. Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 996-1035. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035

Котева Е.В. Структурно-семантический анализ французских пословиц с концептом «rain» // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 2. С.191-206.

Козлова И.Е., Гребенкина И.Н., Голубева В.В. Французская образная лексика с наименованиями архетипически значимых продуктов питания (сопоставительный, лингвокультурологический и дискурсивный аспекты) // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2018. Вып. 4 (193). С. 128-132. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2018-4-128-132>

Логонова П.Г. Лингвокультурный концепт «вино» в языковом сознании французов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 2. С. 31-45.

Нелюбова Н.Ю., Семина П.С., Казлаускене В. Гурманство в иерархии ценностей французов и бельгийцев (на материале пословиц и поговорок). Russian Journal of Linguistics. 2020. Т. 24. № 4. С. 969-990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990

Нелюбова Н.Ю. Метафорическое представление гастрономического культурного кода во французских, русских и тувинских паремиях: аксиологический аспект // Когнитивные исследования языка. 2023а. № 2(53). С. 458-465.

Нелюбова Н.Ю. Репрезентация концепта ЕДА в русских и французских пословицах: лингвоаксиологический анализ // Когнитивные исследования языка. 2023б. № 3(54). С. 767-772.

Павловская А.В. Человек есть то, что он ест. Пищевые системы мира. М.: Ломоносовъ, 2022.

Романова Н., Иванов Е. Типы межъязыковых сходств и различий паремиологических единиц // Acta albaruthenica, rossica, polonica. 2006. Вып. VII. С. 161-164.

Montreynaud F., Pierron A, Suzzoni F. Dictionnaire de proverbes et dictons. Paris: Le Robert, 2006.

*V. N. Denisenko, N. Yu. Nelyubova (Moscow, Russia)
RUDN University*

VERBALIZATION OF THE *FOOD* CONCEPT IN THE FRENCH PAREMIOLOGICAL FUND

The article considers verbalization means of the *FOOD* concept in French proverbs. In order to identify core and peripheral units, as well as the features of their functioning in the proverbial fund, an analysis of the frequency and symbolism of key lexemes was carried out, and some specific gastronomic components were characterized.

Key words: *FOOD* concept, concept core, periphery, gastronomic component, key lexemes, French paroemias.

Е.М. Дубровская (Новосибирск, Россия)
Новосибирский государственный технический университет
schitat.do.sta@gmail.com

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЦЫГАНАХ В РУССКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОСЛОВИЦ С ЭТНОНИМОМ ЦЫГАН)

Статья посвящена представлениям о цыганщине, цыганстве и цыганах, закрепленных в русском национальном сознании. Представления выявляются нами на материале русских паремиологических единиц, содержащих в своем составе этноним “цыган”. Отобранные в результате сплошной выборки единицы группируются и систематизируются на основании классификации. В качестве источника исследования используется сборник «Пословицы русского народа» В.И. Даля.

Ключевые слова: паремиология, этнолингвомаркеры, образ народа, лингвокультурологическая паремиология, этнонимы.

В качестве одного из наиболее информативных и репрезентативных источников, заключающих в себе представления человека об окружающей действительности и ее характерных особенностях, выступает паремиология, являющая собой, по словам О.В. Ломакиной «хранилище информации о традициях, обычаях, образе жизни, системе ценностей, характерных для определенного этноса» [Ломакина 2022: 9].

В настоящее время паремиология как раздел лингвистики «оформилась в отдельное, самостоятельное в плане объекта и задач направление» [Паремиология на ... 2021: 4]. К паремиям принято относить пословицы, поговорки, загадки, приметы, присловья и др. малые жанры фольклора. При работе с языковой картиной мира и исследованиями этноса путем обращения к паремиологическому фонду языка особое внимание стоит обратить на этнолингвомаркеры (термин О.В. Ломакиной) – «компоненты фразеологизма / паремии, которые отражают национальное своеобразие и могут не иметь прямых аналогов в другом языке» [Ломакина 2010: 217]. Традиционно к этнолингвомаркерам относят имена собственные, названия артефактов, присущих материальной культуре конкретного народа, предметов быта, одежды и непосредственно сами этнонимы.

В статье анализируются пословицы, содержащие в себе этноним «цыган», отобранные приемом сплошной выборки из сборника В.И. Даля «Пословицы русского народа».

Несмотря на определенные трудности, сложившиеся в исторической традиции фиксации паремиологического фонда русского языка, как, например, тот факт, что «при переиздании словарей и других источников XIX в. в советское время из них попросту исключался “национальный” материал» [Березович 2007: 117], обращение к представлениям о культурных особенностях и сформированных в национальном сознании стереотипах, представляется важным и значимым.

Наше обращение к этнониму *цыган* и зафиксированным в словарях репрезентациях цыганской жизни и быта мотивировано неоднозначным отношением российского общества к представителям цыганской диаспоры. При этом, несмотря на преимущественно негативную оценку, сам этноним *цыган* является нейтральным (в отличие от этнонимов *жид* или *хохол*), а также имеет зафиксированное в словарях разговое значение «смуглый человек с темными волосами».

В словаре В.И. Даля «Пословицы русского народа» нами было обнаружено 27 единиц, в составе которых содержится упоминание этнонима *цыган*, а также

дериватов *цыганский, по-цыгански*. Словарь «Пословицы русского народа» разделен на тематические группы, но поговорки с упоминанием этнонима *цыган* не ограничиваются пределами одной тематической группы, охватывая разные сферы жизни и быта, представленные в словаре. Однако можно отметить, что все 27 единиц репрезентируют аспекты цыганской жизни и быта, важные для понимания и формирования представлений о национальной идентичности народности.

Отобранные единицы можно условно разделить на несколько блоков:

1. Склонность к обману и мошенничеству, хитрость (7 ед.):

Наиболее яркой и характерной чертой цыган в сознании носителей русского языка является их хитрость, лживость и недобросовестность в делах: лживость и обманчивость цыган воспринимаются русским человеком как непременный атрибут представителей этой нации, как нечто, свойственное цыганам органически, врожденная черта и качество: *Цыгану без обману дня не прожить* [ПРН, т.1: 272]; при этом русские люди совершенно не питают иллюзий по поводу возможной искренности цыган: *Тут цыганка надвое сказала* [ПРН, т.2: 285] и даже если и допускают возможность того, что не абсолютно все сказанное цыганом ложь, доверия к такой правде у людей все равно нет: *Цыган раз на веку правду скажет, да и то покается* [ПРН 1994, т.1: 272], паремии предостерегают людей от возможности поверить цыганам, уточняя, что цыганская правда хуже православной кривды [ПРН, т.1: 155], сравнивают бесчестных людей с цыганами: *Душа христианская, да совесть-то цыганская* [ПРН, т. 1: 242] и комментируют недобросовестные поступки и недостоверную информацию реальными или вымышленными ситуациями из цыганской жизни: *Слался цыган на своих детей* [ПРН, т. 2: 134]. При этом подчеркивается сложность, а то и невозможность обмануть самих цыган: *Кто цыгана обманет (проведет), трех дней не проживет* [ПРН, т. 1: 272].

2. Особенности жизни и деятельности цыган (8 ед.):

В пословицах, описывающих деятельность цыган, подчеркивается их изворотливость и неуступчивость: *Торгуется, как жид, как цыган* [ПРН, т. 2: 31]; нежелание всерьез работать без острой на то необходимости: *Цыган что голоднее, то веселее* [ПРН, т. 1: 272] или заниматься серьезными делами: *Цыган варганы кует, и то ему ремесло*, а также хитрость цыган и стремление обогатиться за счет чужого труда: *Медведь пляшет, а цыган (или: а поводитарь) деньги берет* [ПРН, т.1: 146], стремление выйти сухим из воды в спорных ситуациях: *На волка помолвка, а цыган (или: татарин) кобылу украл (съел)* [ПРН, т.1:127] и беспринципность: *За чужую душу одна сваха божится (да цыган)* [ПРН, т.1: с. 239]. Также пословицы фиксируют трусливость цыган, отражая это в наречных высказываниях, связанных с пространственными перемещениями: *Взад пятки, раком. Взад пятки, по-цыгански* [ПРН, т.1: 187], и вербальных устойчивых единицах *Заковать (Наковать) пятками. Шаркнуть по-цыгански* [ПРН, т.1: 215].

3. Неприхотливость цыган в быту (5 ед.):

Русские пословицы отмечают, что цыгане, т.к. являются кочевым народом, редко думают о благоустройстве жилища: *Цыганский дом: три кола да посереде головня* [ПРН, т. 2: 83], а иногда и вообще о его наличии, привязанность к дому, земле не является для цыганской культуры приоритетной: *Беспоместный цыган* [ПРН, т. 1: 272]. При этом во многих пословицах отмечено отношение цыган к комфорту и, в частности, к теплу: *Дуй не дуй, а и тебе придет карачун (сказал цыган, оттирая нос и уши)* [ПРН 1994, т.1: 155] (в данной пословице подчеркивается также и фатализм цыган), *Как там (у вас) холодно (сказал цыган. закутавшись в старый бредень и*

просунув палец в ячейку) [ПРН, т.1: 272] и ироническое: *Цыганский пот пронял* (т.е. озяб) [ПРН, т.1: 272], фиксирующее, что вспотеть цыган может только от холода или озноба. Отдельно отмечается жадность цыган: *Плачьте, очи: сами видели, что покупали (сказал цыган, купив на гроши, чего больше дадут – охапку хрену)* [ПРН, т.1: 180].

4. Отношение цыган к лошадям (3 ед.):

С давних времен существуют стереотипы о лошадях как непрременном атрибуте цыгана: *Он тут свой (дома), как цыган на конной* [ПРН, т.1: 381], об их способности красть и уводить лошадей, а также особом отношении цыгана к своей лошади: *Всякий цыган свою кобылу хвалит* [ПРН, т.2: 197], а также настолько трепетном отношении цыган к лошадям, что вмешиваться в этот процесс извне не представляется возможным: *У цыгана не бери лошади, у попа не бери дочери* [ПРН, т.2: 214].

5. Вера русского человека в небезнадежность цыган (3 пословицы):

Несмотря на то что в большинстве своем отношение русского человека к цыганам скорее негативное (от откровенного неприятия до простых опасений, связанных с недоверием и риском быть обманутым), русскому человеку свойственно искать плюсы в заведомо негативных ситуациях: *И у цыгана душа не погана* [ПРН, т.1: 272], русский человек задумывается над тем, чем цыгане отличаются от них самих: *Кабы цыгану (тот ум) наперед, что у мужика назад* [ПРН, т.1: 338], и комментирует, что, несмотря на явные различия, цыгане такие же люди, как и все остальные, и перед Богом все равны: *Дает бог и жиду и злomu цыгану* [ПРН, т.1: 272].

Анализ паремий с компонентом *цыган* и дериватами *цыганка*, *цыганский* и *по-цыгански* продемонстрировал тот факт, что в русском национальном сознании существует настороженное отношение к представителям цыганского народа, связанное, в первую очередь, с риском быть обманутым или обокраденным, однако сам этноним «цыган» нейтрален и не несет пейоративной окраски. Резко негативного отношения к цыганам в пословицах не заложено, хотя мы предполагаем, что это может быть связано с изъятием части паремиологических единиц из словарных источников в СССР. Обнаруженные пословицы описывают, скорее, наблюдения народа за бытом и поведением цыган, не выделяя какие-то отдельные черты, качества и артефакты, по большей части описывая и комментируя, чем просто констатируя факт. Несмотря на сравнительно небольшое количество рассматриваемых нами единиц (27), образ цыгана и цыганского образа жизни в сознании русского народа выстраивается и дополняется характеристиками, подчеркиваемыми как раз через образность фразеологического фонда.

Словари

ПРН – Пословицы русского народа в 2 томах. В.И. Даль. М.: Художественная литература, 1984.

Литература

Березович Е.Л. Язык и традиционная культура: Этнолингвистические исследования. М.: Индрик, 2007. 602 с.

Ломакина О.В. Паремии в текстах Л.Н. Толстого: лингвокультурологический комментарий // Вестник Орловского государственного университета. 2010. № 6 (14). С. 217-221.

Ломакина О.В. Тувинская паремиология: лингвокультурологический и лингвоаксиологический потенциал // Новые исследования Тувы. 2022. № 1. С. 6-16.

Паремиология на перекрестках языков и культур / ред. Е.Е. Иванова, О.В. Ломакиной. М.: Изд-во РУДН, 2021.

***E.M. Dubrovskaja** (Novosibirsk, Russia)
Novosibirsk State Technical University*

CATEGORISATION OF THE IMAGE OF THE FOLK IN RUSSIAN PAREMIOLOGY (BASED ON PAREMICS ABOUT THE COSSACKS)

The article is devoted to the perceptions Gypsyism and Gypsies that are fixed in the Russian national consciousness. The representations are revealed on the basis of Russian paremiological units containing the ethnonym "Gypsy". The units, selected as a result of a continuous sampling, are grouped and systematised on the basis of classification. The collection "Proverbs of the Russian People" by V.I. Dahl is used as a source of the study.

Key words: paremiology, ethnolinguistic markers, image of the people, linguocultural paremiology, ethnonyms.

***В.И. Еришов** (Москва, Россия)
МГИМО МИД России
ershovik@mail.ru*

***Bohao Сюэ** (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
xuebohao1997@yandex.ru*

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ КАТЕГОРИИ КОЛИЧЕСТВА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ИДИМАТИКЕ

В статье показано, что в китайской идиоматике цифровой компонент фразеологической единицы включен в ценностную парадигму национального этносознания, в русской идиоматике количественная семантика цифрового компонента не всегда маркирована и зачастую не имеет существенного значения для выражения особенностей мировоззренческих предпочтений нации. Лингвокультурологический анализ идиом с количественными компонентами в русском и китайском языках показывает большие различия во внутренней форме и метафорическом основании фразеологических единиц, а также в языковой картине мира, демонстрируя национально-культурную специфику.

Ключевые слова: нумератив, фразеологическая единица, китайская фразеология, русская фразеология.

Современная лингвокультурология позволяет акцентировать внимание лингвистов на антропоцентрической парадигме исследований, поэтому рассмотрение идиоматических систем в сравнительно-историческом контексте представляется особенно продуктивным. Рассмотрение категории количества важно для определения цифрового кода культуры [Бредис, Ломакина, Мокиенко 2021; Бредис 2023].

Идиоматика любого языка предполагает изучение совокупности устойчивых единиц, которые в свою очередь сохраняют культурно-исторические нравственные ориентиры этноса, выражают ценностную парадигму народа. В китайском языке существуют так называемые «привычные выражения» 惯用语, а также 成语 («готовые выражения»), которые можно рассматривать как устойчивые словесные комплексы, соотносимые с идиомами в широком толковании в русском языкознании. При проведении сопоставительного анализа категории количества в русской и китайской идиоматике следует учитывать особенности строя языка. Китайский язык является изолирующим, словарные единицы не подвергаются морфологическим

изменениям, а русский язык является синтетическим, особую роль в строе языка играет флексия, поэтому следует учитывать типологические различия языков.

Русский и китайский языки имеют собственные системы выражения количества. Так, в китайском языке имеется большое количество так называемых «счетных слов» и выражение количества строится по схеме «конкретное числительное + счетное слово + имя существительное». В русском языке – это имена числительные разных типов (порядковые, количественные (целые, дробные, собирательные), а также слова, выражающие неопределенное количество *много, мало*; кроме того, категория количества в русском языке представлена в оппозиции единственного / множественного числа у слов разных частей речи. Китайский язык также имеет значительное количество устойчивых выражений с компонентами *много, мало*.

Приведем ряд примеров, которые демонстрируют некоторую общность в метафорической образности.

По пальцам можно пересчитать – 屈指可数

Очень мало; так мало, что нетрудно сосчитать (о недостаточном количестве кого-либо или чего-либо).

Капля в море – 沧海一粟

Крайне незначительное, пренебрежимо малое количество. Малозначительное обстоятельство, пустяк по сравнению с чем-либо.

Дым да копоть – 贫如洗

Нет ничего

Как мухи на мед – 如蚁慕膻

О большом количестве людей, стремящихся в ажиотаже куда-либо, к кому-либо.

Сопоставление идиоматических систем позволяет выделить культурно маркированную информацию национального самосознания, определить общие и уникальные культурологические концепты. Категория количества в русском и китайском языках отражает стереотипы и символы национальной картины мира.

В китайском языке категория количества играет огромную роль, выражая мировоззренческие доминанты. Отметим, что, по наблюдениям А.М. Карапетянца, в китайских толковых словарях свыше 13 тысяч словарных статей начинаются с числительных [Карапетянц 1981: 224-278]. Китайское национальное самосознание даже фиксирует важность концептуальной парадигмы количества и имеет специальный фразеологизм **心中有数**, что означает «в сердце имеются цифры».

В многочисленных исследованиях по семантике чисел в китайском и русском языках отмечается, что «наблюдаются также различия в «числовых предпочтениях» сопоставляемых культур: китайскую можно назвать «четно ориентированной», а русскую «нечетно ориентированной» [Цуй Хун Ень 2003].

Примером нечетно ориентированных русских идиоматических выражений можно считать семантику числа *три*. Фразеологические единицы с компонентом *три* амбивалентны и могут обозначать следующее: 1) триединство с положительной либо отрицательной коннотацией: *Бог троицу любит, держатся на трех китах* (обозначение основы чего-либо), *будь трижды проклят*; 2) нечто предельно большое (отрицательное/положительное): *наврать с три короба, орать в три горла, драть три шкуры*; 3) утверждение важности двуединства: *третьего не дано; третий лишний*. В то же время семантика числительного *три* в китайском языке является маркированной скорее положительно либо нейтрально, поскольку соотносится со словом «рождение», часто обозначает триаду соединения тела человека, духа и

разума. Например: *До трех раз прощают* – 事不过三. «Три» здесь означает количество, т.е. трижды, в идиоме дословный перевод таков, что человек не может быть прощен более трех раз. *До трех раз прощают. В следующий раз вас сразу уволят* – “事不过三，下一次你会被直接开除”.

Китайский язык включает большое количество идиом чэньюй, которые содержат количественный компонент *три* в различных комбинациях и с различным эмоционально-оценочным значением.

Например, известное выражение *«три мужчины (трое мужчин) делают тигра»*: 三人成虎. Это выражение употребляется в тех случаях, когда утверждается, что люди могут поверить многократно повторяемой лжи (то есть достаточно трех человек, повторяющих абсурдное утверждение, чтобы люди поверили в его истинность).

Для китайской четко ориентированной лингвокультурологической традиции особое значение имеет цифра *восемь*, которая указывает на богатство, процветание, успех и отражает эту семантику в идиомах. Народность хань наделила восьмерку значением удачи, это значение цифры прочно закрепилось в народных представлениях и очень популярно в настоящее время. Укажем также, что, помимо семантики количества и «благоприятности», значение числа *восемь* в китайских идиомах имеет и иной смысл, т.к. в Древнем Китае это числительное часто употреблялось для обозначения многочисленности и обширности чего-либо. Например: *У святого коня восемь ног* – 水到渠成 : “Восемь” здесь означает количество, т. е. восемь. Дословный перевод на китайский язык означает, что у святого коня восемь ног. В настоящее время это в основном используется для описания того, что все произойдет, и Бог поможет ему. *Всего за год мы сумели подготовить такой колоссальный проект. У святого коня восемь ног.* “这个项目已经准备了一整年，所有人做好了充分准备，如今水到渠成; *Всякая всячина* 五花八门; «八» здесь представляет многочисленность и обширность, а в идиомах это означает, что есть много моделей или изменений.

Количественные характеристики устойчивых единиц русского и китайского языка этнически маркированы и, действительно, китайские идиомы нечетно ориентированы. Так, например, все, что связано с семантикой цифры *четыре*, для китайского самосознания является отрицательным, в то время как в русском языке семантика цифры *четыре* вполне нейтральная. Цифра *четыре* в китайской языковой системе и во фразеологии является практически табуированной [Бредис, Ломакина, Сюэ 2023].

В китайской идиоматике цифровой компонент фразеологической единицы всегда включен в ценностную парадигму национального этносамосознания, в русской идиоматике количественная семантика цифрового компонента не всегда маркирована и зачастую не имеет существенного значения для выражения особенностей мировоззренческих предпочтений нации.

Лингвокультурологический анализ идиом с количественными компонентами в русском и китайском языках показывает большие различия во внутренней форме и метафорическом основании фразеологических единиц, а также в языковой картине мира, демонстрируя национально-культурную специфику.

Литература

Бредис М.А. Символика числа девять в тувинской лингвокультуре (на фоне ряда тюркских и монгольских языков) // Новые исследования Тувы. 2023. № 1. С. 228–242. DOI: <https://doi.org/10.25178/nit.2023.1.13>.

Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Числовой код русинской лингвокультуры (на фразеологическом материале) // Когнитивные исследования языка. 2021. № 2 (45). С. 202–212.

Бредис М.А., Ломакина О.В., Сюэ Б. Числовой код лингвокультуры: анализ нумератива четыре как компонента фразеологизмов и паремий (на материале разноструктурных языков) // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2023. Вып. 1 (13). С. 72–82. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2023-1-72-82>.

Готлиб О.М., Хуаин Му Китайско-русский фразеологический словарь: около 3500 выражений. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007.

Каранетянц А.М. Формирование системы канонов в Китае // Этническая история народов Восточной и Юго-Восточной Азии в древности и средние века: [Сб. ст.] АН СССР, Ин-т Дальнего Востока, Ин-т этнографии им. Н.Н. Миклухо-Маклая; Редкол.: М. В. Крюков [и др.]. М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1981. С. 224–278.

Новейший китайско-русский и русско-китайский словарь // 100 000 слов, словосочетаний и значений / сост. Левина О.В. М.: Дом Славянской кн. (ДСК), 2010.

Цуй Хун Ень Семантика наименований чисел в русском и китайском языках: Лингвокультурологический аспект: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2003.

V.I. Ershov (Moscow, Russia)

MGIMO University

Bohao Xue (Moscow, Russia)

RUDN University

THE LINGUOCULTURAL ASPECT OF THE QUANTITY CATEGORY IN RUSSIAN AND CHINESE IDIOMS

The article shows that in Chinese idiomatics the digital component of a phraseological unit is included in the value paradigm of national ethnic consciousness, in Russian idiomatics the quantitative semantics of the digital component is not always marked and often has no significant significance for expressing the peculiarities of the ideological preferences of the nation. The linguistic and cultural analysis of idioms with quantitative components in Russian and Chinese shows great differences in the internal form and metaphorical basis of phraseological units, as well as in the linguistic picture of the world, demonstrating national and cultural specifics.

Key words: numeral, phraseological unit, Chinese phraseology, Russian phraseology.

Т.А. Жданова (Воронеж, Россия)

Воронежский государственный технический университет

Zhdanovsilver@mail.ru

ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА ОРУДИЯ ТРУДА В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

В данной работе рассматриваются паремиологические средства объективации концепта ОРУДИЯ ТРУДА в русском языке с целью показать, что представления людей о примитивных приспособлениях и устройствах можно трактовать как форму фиксации их знаний о себе самих и окружающей действительности. Делается вывод о том, что, выступая в

переносных значениях, орудия труда используются для характеристики широкого спектра человеческой деятельности и свойств личности, могут приобретать эмоциональную оценку.

Ключевые слова: паремии, пословицы, поговорки, приспособления и устройства, концепт ОРУДИЯ ТРУДА.

Орудия труда традиционно играли одну из ключевых ролей в жизни любого народа. Именно с их помощью человек поднялся над «царством природы» и смог обработать землю. Особое отношение к инструментам не было утрачено и в более поздние дни. Несмотря на то, что уже в первой половине XIX в. начали применять более сложные машины и устройства, в основной своей массе земледельческое хозяйство сохраняло традиции, сформировавшиеся в течение многих веков, что нашло отражение в обрядах и песнях, сказках, приданиях, а также в поговорках и пословицах.

Орудия труда в паремиях русского языка стали объектом исследования в данной работе. «Паремии (афоризмы фольклорного происхождения) трактуются большинством ученых как репрезентаторы национального менталитета и, в связи с этим, представляют особый интерес как средство выражения сущности концептуальной структуры этнокультурного сознания» [Алефиренко 2010]. Выбирая паремии в качестве материала исследования, мы руководствовались тем, что в работах современных ученых они рассматриваются с точки зрения их участия в познавательной деятельности народа, представляя особый интерес как способ организации, хранения и передачи знаний человека о мире и самом себе [Honeck 1997].

Объектом изучения в данной статье являются паремии, содержащие в качестве компонентов названия орудий труда. Предмет исследования составляют стереотипные представления людей, содержащиеся в данных изречениях. Целью является выявление тех сфер жизненного опыта, которые отражаются через призму орудий труда в сознании носителей русской речи. Материалом исследования послужили паремии, отобранные из фразеологических словарей, сборников пословиц и поговорок методом сплошной выборки. В работе также используются лингвокультурологический и описательный методы, метод количественного анализа.

Из различных словарей было выявлено порядка 150 паремий и упорядочено в группы соответственно их смысловому содержанию. Наиболее обширной получилась группа, выражающая отношение людей к труду (94).

1. Указывается на необходимость труда, работы орудием в повседневной жизни (32). *Топор всему делу голова. С топором весь свет пройдешь. Топор одевает, топор обувает. Топор плотнику кормилец. Топор своего дорубится. Малый топор может срубить большое дерево. Крепкое дерево топором свалишь, а гнилое и само упадет. Не бравилась за топор, избы не срубишь. Не топор тешет, а плотник. Не топор кормит, а работа. Плотника не шуба греет, а топор. Пора, братцы, за топор приниматься. В легкой руке топор не тягость. Не бывать бы гвоздю в стене, да молоток вогнал. Молот железо кует, а кузнец что молотом бьет. Как родился, так и за молот ухватился. Не кует железо молот, кует кузнец. Не винен гвоздь, что в стену лезет, его обухом колотят. Как родился, так и за молот ухватился. Не сам гвоздь лезет в стену, его молотком забивают. Кому пила не мила, тот и не пильщик. С косой в руках погоды не ждать. Кто не хочет пасти скот, тот не захочет и работать с лопатой. От безделья и лопата ржавеет. Проси у Бога, но лопату из рук не выпускай. Держись плуга плотней, будет прибыльней. Если у плуга не пропотеешь, на гумне кряхтеть не будешь. Крестьянин не языком работает, а плугом. Плуг*

кормит, а сорняк портит. Плуг от работы блестит. Крестьянин не языком работает, а плугом. За сохой идти – не оглядываться.

2. **Отсутствие необходимых условий считается серьезной преградой для успешного выполнения работы** (23). Рубить семерым, а топор один. Маленьким топором большой ветки не срубишь. Рубит топором, когда нужна игл. Топор остер, да руки туповаты. Сам мужик нарубит вздор, а виноват во всем топор. Топор острее, так и дело спорее. Остер топор, да и сук зубаст. Тупым топором откروшишь, а не obtешеишь. С худым топором и хороший плотник сядет. Без топора по дрова не ходят. Мудр, когда топор в руках, а без топора не стоит и комара. В лес идут, а на троих один топор берут. Без топора – не плотник, без иглы – не портной. Без топора в лес не ходи. Плотник без топора, что изба без угла. У плохого косаря всегда серп виноват. У плохого мастера плотня шила. Тупая шила – плохие дела. На острую косу много сенокосу. Остра коса, коли трава чиста. Без ружья охотника не бывает, без лопаты – садовника. Лоб что лопата, а ума небогато. Не распластаться лопате, чтоб емче быть.

3. **Признается важность инструмента, его необходимость в хозяйстве** (17). Была бы шила, найдутся и дела. В лесу живем, в кулак жнем, пенью кланяемся, лопате молимся. Сапожник говорит о колодке, пекарь — о лопате. По ножницам – портной, по щетине – сапожник. В хозяйстве и кривой гвоздь пригодится. Зачем туда с ножом, где топор положен. Веру соблюдают постом, а трудятся топором. Плотник топором думает. С ним дружись, а за топор держись. Города строят не языком, а рублем да топором. Топор дерево найдет. Плуг – хлебопашцу верный друг.

4. **Все прилагаемые усилия могут остаться бесполезными** (16). Зря рубить – топор тупить. Рубит в два топора, да работа не спора. Жестоким сердцем не увещай, в камень не вонзится гвоздь железный. Острым топором камень не перерубишь, лишь топор иступишь. Крепкую дружбу и топором не разрубишь. Носить воду в решете. Зря тятать – только топор тупить. За тараканом с барабаном, за комаром с топором. За комаром бегать с топором. Шила в мешке не утаишь. По кончику шила кулаком не ударишь. Где нет твоего дела, туда не суйся со своей лопатой. В решете воду не носят. Глупого учить – что решетом воду носить. На людей глядя жить – решетом воду носить. Кроить не умеет, а ножницы из рук не выпускает.

5. **Для успешной трудовой деятельности необходимо обладать определенными умениями и навыками** (4). Чтобы рубить метко, нужна сметка. Пилу точат, чтоб стала острее, а человека учат, чтоб стал умнее. Человек неученый, что топор не точеный. Лоб что лопата, а ума небогато. Как необтесанная лопата.

Следующей по количеству получилась группа паремий, в которых показано осуществление людьми каких-либо действий (37).

1. **Агрессия, ухудшение чьего-то положения** (11). Наш народ смирен до поры, а как что, берется за топоры. Топором против сабли ничего не сделаешь. С медведем дружись, да за топор держись. Словно топор: не обрежет, так ушибет. Добр топор до бревна: как поцелует – бревну смерть. Бьет, как молотом кует. Попал гвоздь под молот, шея под кулак. Между молотом и наковальней. Лучшие быть молотом, чем наковальней. Наступил на зубья – граблям в лоб. Наступил на грабли – наслаждайся фейерверком. По кончику шила кулаком не ударишь.

2. **Фиксируется манера речи и письма** (11). Сказал, как топором отрубил. Слово выпустишь так и вилами не вытацишь. На крепкий сук точи топор, на брань

умей давать отпор. Критиковать востер, как топор, а критику слушать, глух как обух. Язык подобен острым ножницам. Писано на решете, с подкладкой полотенца.

3. **Противопоставляется обман, воровство и истина (9).** *Перо в суде – что топор в лесу, что захотел, то и вырубил. Серебряный молоток пробьет железный потолок. Золотой молоток и железные ворота прокует. Не все топор, что рубит. Совесть с молоточком: и постукивает и наслушивает.*

4. **Описывается манера поведения людей (6).** *Топор своего дорубится. Никто на свою ногу топора не уронит. У пьяного кулаки дерево рубят, у трезвого и топор не берет. Как необтесанная лопата. Куда лопата идет, туда и вода течет. Нет таких граблей, чтоб от себя гребли.*

Можно говорить о том, что в основу выявленных паремий легли накопленные в прошлом практические знания людей об орудиях труда, особенностях их применения, способах ведения хозяйственной деятельности. Подтвердим высказанную ранее мысль о том, что представления людей об орудиях труда можно рассматривать как своеобразную форму фиксации их знаний о себе самих и окружающей действительности.

Выявлено, что в рамках исследуемого материала наиболее репрезентативной оказалась сфера «отношение людей к труду», утверждающая его обязательный характер и основополагающее значение в жизни крестьянина, необходимость работы инструментом, своевременность выполнения работ, также фиксируется необходимость обладания определенными умениями и навыками. Кроме того, представлена характеристика желательных результатов труда, осуждается низкопроизводительный труд. Вместе с тем подчеркивается наличие непреодолимых обстоятельств, препятствующих осуществлению задуманного, при этом все прилагаемые усилия могут оказаться бесполезными.

В группе «агрессия, ухудшение чьего-то положения» прослеживается мысль о том, что орудие труда – это не только средство производства, но и приспособление для нападения, которое может нанести повреждения и урон. Кроме того, орудия труда служат характеристике, казалось бы, далеких от них сфер: народная мудрость зафиксировала представление о манере речи, поведения, противопоставляются правда и ложь, орудия наделяются гендерными характеристиками.

Добавим, что наиболее частотным компонентом-наименованием орудий труда является *топор* (50), *лопата* (28), *молоток* (19) и *плуг* (12). Остальные орудия труда менее представлены в русских паремиях.

В заключение отметим, что орудия труда в паремиях выступают не просто как предметы, вовлеченные в предметно-практическую деятельность человека. Выступая в переносных значениях, они используются для характеристики широкого спектра человеческой деятельности, а также свойств личности, позитивно и негативно маркированных.

Словари

Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. М.: Просвещение – Дрофа, 2014.

Розе Т.В. Большой толковый словарь пословиц и поговорок русского языка для детей. М.: ОлмаМедиаГрупп – Просвещение, 2022.

Литература

Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н. Значение и смысл русских паремий в свете когнитивной прагматики // Известия Уральского государственного университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 85. № 6 (2). С. 169-180.

Honeck R.P. A Proverb in Mind. The Cognitive Science of Proverbial Wit and Wisdom. New Jersey: Mahwah, 1997.

*T.A. Zhdanova (Voronezh, Russia)
Voronezh State Technical University*

PAREMIOLOGICAL MEANS OF EXPRESSING THE TOOLS OF LABOR CONCEPT IN THE RUSSIAN LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD

This article considers the paremiological means of objectification of the LABOR TOOLS concept in the Russian language in order to show that people's ideas about primitive devices can be interpreted as a form of fixing their knowledge about themselves and the surrounding reality. It is concluded that, being in figurative meanings, tools are used to characterize a wide range of human activities and personality traits, can acquire an emotional assessment.

Key words: Paremiology, proverbs, sayings, devices, the concept of TOOLS OF LABOR.

*Е.И. Зиновьева, У Маньхуа (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный университет
e.i.zinovieva@spbu.ru
st106554@student.spbu.ru*

ЛЕКСИЧЕСКИЙ КЛАСС КАК СРЕДСТВО ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЗНАЮЩЕМ И УМЕЮЩЕМ ЧЕЛОВЕКЕ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматривается лексический класс существительных, номинирующих человека, обладающего знаниями и умениями, как средство вербализации концептуального представления, существующего в русском языковом сознании. Выделяются формирующие это представление концептуальные признаки.

Ключевые слова: лексический класс, существительные, знания, умения, концептуальное представление.

К основным вопросам изучения лексических единиц в современной научной парадигме языкознания относится разноаспектное исследование различных словарных объединений. Как справедливо отмечает Е.С. Кубрякова, антропоцентрический поворот ставит человека «во главу угла во всех теоретических предпосылках научного исследования и обуславливает его специфический ракурс» [Кубрякова 1992: 212]. Объектом данного исследования являются русские существительные, называющие человека по обладанию знаниями и умениями в какой-либо конкретной области. Для наименования данного словарного объединения мы будем использовать, вслед за Н.Ю. Шведовой, термин *лексический класс*: «Лексический класс, входящий в ту или иную часть речи, является одним из составляющих лексической системы языка в целом. Сам класс, как и все его подмножества, связан с другими лексическими классами словообразовательно, семантически, через идиоматику. К числу характеристик лексического класса относятся: его внутреннее устройство, т.е. количество и объем подмножеств и характер их связанности друг с другом; собственная (внутричастеречная) грамматика; наличие собственного словообразовательного потенциала; наличие и характер того идиоматического «шлейфа», который тянется за теми или иными единицами данного

класса; характер его открытости или закрытости, его отношения к новациям, переосмыслениям и утратам» [Русский семантический словарь 2002, т. I: 10].

Под концептуальным представлением понимается ментальное образование, которое отражает понятие 'представление' собственно в философском плане как «чувственно-наглядный, обобщенный образ предметов и явлений действительности, сохраняемый и воспроизводимый в сознании и без непосредственного воздействия самих предметов и явлений на органы чувств» [ФС 1991: 360].

Рассматриваемый лексический класс включает более 60 существительных русского языка, называющих человека по наличию или отсутствию знаний и умений в какой-либо области. Данный лексический класс неоднороден. Внутри этого словарного объединения можно выделить группы лексических единиц по следующим концептуальным признакам:

1. Сфера деятельности, в которой субъект проявляет свои знания и умения.

1.1. Можно выделить номинации, не зависящие жестко от конкретной сферы деятельности человека: *ас*, *знаток*, *зубр*, *дока*, *профессионал*, *спец*, *универсал*, *стратег*, *тактик*, *художник*, *артист*, *собака*, *черт* и др.

Стратег и *тактик* могут относиться к представителю любого рода занятий, обозначая человека, умело выбирающего цель или владеющего навыками быстро и безошибочно выбирать лучшие пути достижения этой цели. *Собака* и *черт* – это эмоционально-экспрессивные разговорные общеоценочные номинации, с помощью которых может быть выражено восхищение представителями любых сфер деятельности.

В силу того, что интересующее нас словарное объединение находится на пересечении с такими фрагментами концептосферы «Человек», как «творческое отношение к деятельности» и «характеристика интеллектуальных способностей», можно выделить такие подгруппы в нашем материале:

1.1.1. Творческое отношение к той сфере деятельности, в которой проявляются знания и умения человека: *артист*, *художник* и др.

1.1.2. Проявление интеллектуальных способностей: *энциклопедист*, *гений*, *эрудит*.

1.2. Ряд существительных номинирует знающего и обладающего умениями человека в ограниченных сферах деятельности. Так, *мастер* употребляется преимущественно к тем областям профессиональной деятельности, где важно умение с высоким профессионализмом делать что-либо руками, так можно охарактеризовать представителей таких профессий, как парикмахер, портной, сантехник, садовод и др. Но маловероятно, что данное существительное будет употреблено по отношению к преподавателю или ученому. Существительное *виртуоз* первоначально характеризовало музыкантов, *ас* – летчиков, *салага* – молодых неопытных матросов, но впоследствии область применения этих существительных расширилась.

1.3. Номинациями знающего и умеющего человека в строго конкретной сфере деятельности служат такие существительные рассматриваемого класса, как *законник*, *политик*, *психолог*, *сердцевед*, *билингв*, *полиглот*, *стрелок*, *каллиграф* и др.

1.4. Особо выделяется группа существительных, называющих человека, не обладающего профессиональными знаниями в какой-либо конкретной сфере: *дилетант*, *любитель*, *самоучка*.

2. Степень проявления знаний и умений.

2.1. Высшая степень проявлений знаний и умений: *ас*, *дока*, *профи*, *специалист*, *мастер* и др.

2.2. Недостаточность знаний и умений

2.2.1. В любой области: *зубрила, зубрилка, недоучка, полужайка, путаник, всезнайка* и др.

2.2.2. В конкретной области: *безграмотный, неграмотный, писака*.

2.3. Отсутствие знаний и умений: *невежда, невежда, неумейка, неуч, профан, темнота, Митрофанушка* и др.

3. Наличие опыта, и, соответственно, знаний и умений, приобретаемых с опытом в какой-либо деятельности.

3.1. Номинации человека, не имеющего опыта: *дебютант, чайник, девчонка, мальчишка, желторотик, молокосос, щенок, салага, сопьяк, недоросль*.

3.2. Номинации опытного человека: *старик*.

Ряд существительных рассматриваемого класса представляют собой метафоры: *зубр, темнота, щенок, салага*. Интересно также использование прецедентных имен – *Митрофанушка*.

Анализируемые лексические единицы выражают как положительную оценку: *дока, спец, виртуоз, ас, мастер* и др., так и отрицательную: *недоучка, недоросль, всезнайка, молокосос, писака* и др. Стилистическая принадлежность существительных также различна. К разговорным единицам относятся *мальчишка, желторотик, собака, черт, спец, неуч* и др. Из компьютерного жаргона вошли в язык такие номинации как *чайник*. Бранными являются *сопьяк, молокосос*. К книжному можно отнести заимствованные русским языком существительные *дебютант, виртуоз* и др. Нейтральны такие лексемы, как *любитель*, субстантивированное существительное *безграмотный*, а также *невежда, мастер* и др.

Внутри лексического класса можно выделить синонимические ряды существительных: *ас – дока – мастер – зубр – виртуоз; щенок – салага – молокосос – желторотик – сопьяк* и др., создающих номинативную плотность и указывающих на значимость обозначаемых характеристик для русского языкового сознания. Исследуемый лексический класс существительных имеет открытые границы, входящие в него лексемы имеют сходную сочетаемость, в том числе и идиоматическую: *виртуоз чего, мастер чего, зубр чего, ас чего, дока в чем, мастер в чем, мастер своего дела, ас своего дела, дока в своем деле* и др.

Таким образом, концептуальное представление о знающем и умеющем что-либо делать человеку в русском языковом сознании формируется, во-первых, тремя концептуальными классифицирующими признаками: сфера деятельности – любая, ограниченная или строго определенная; степень проявления знаний и умений субъекта – от высшей до нулевой; наличие или отсутствие опыта в какой-либо сфере деятельности. Во-вторых, чувственно-наглядная образность рассматриваемого концептуального представления создается за счет метафорических существительных. В-третьих, большое значение имеет полярная оценочность существительных внутри рассматриваемого лексического класса, их экспрессивность и стилистическая дифференциация.

Словари

Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / РАН. Ин-т рус. яз.; под общей ред. Н.Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 2002.
ФС – Философский словарь. М.: Политиздат, 1991.

Литература

Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX в. / под ред. Ю.С. Степанова. М.: Российский гос. ун-т, 1995. С. 149-238.

E.I. Zinovieva, Wu Manhua (Saint Petersburg, Russia)
Saint-Petersburg State University

LEXICAL CLASS AS A MEANS OF VERBALIZATION OF THE CONCEPTUAL REPRESENTATION OF A KNOWLEDGEABLE AND SKILLFUL PERSON IN THE RUSSIAN LANGUAGE

The article considers the lexical class of nouns nominating a person with knowledge and skills as a means of verbalizing the conceptual representation existing in the Russian language consciousness. The conceptual features forming this representation are emphasized.

Key words: lexical class, nouns, knowledge, skills, conceptual representation.

E.E. Иванов (Могилев, Беларусь)

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова
ivanov_ee@msu.by

КОГНИТИВНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТИПЫ ПОСЛОВИЦ¹

В статье рассматриваются принципы когнитивно-семантической дифференциации пословиц. Описаны наиболее значимые когнитивные аспекты категоризации пословичной семантики (эмпирический, аксиологический, онтологический, логический) и когнитивно-семантическая типология пословиц по отношению к действительности (номологические, троюистические, грегериические, сентенциональные, парадоксальные, абсурдные пословицы).

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, паремиология, пословичная семантика, когнитивно-семантические типы пословиц.

Современные исследования пословиц на материале разных языков мира показывают, что обращение к когнитивному аспекту пословичной семантики (особенно в плане ее отношения к действительности) позволяет более глубоко и объективно интерпретировать как национально-культурную специфику, так и типологическую общность содержательной стороны паремий [Паремиология ... 2020; Паремиология ... 2021]. Именно поэтому сегодняшнее лингвистическое понимание пословицы [Бредис, Ломакина, Мокиенко 2019] уже неотделимо от ее когнитивного изучения, которое оформляется в самостоятельное направление как в когнитивной лингвистике, так и в лингвистической паремиологии.

Семантическое пространство провербиального фонда общенародного языка традиционно дифференцируется с позиций предметно-тематического подхода, издавна применяемого в паремиографии. При этом теоретическое обоснование такой подход получил только недавно в лингвоаксиологии при выявлении ценностных доминант паремиологической картины мира на основании названий предметных и тематических рубрик в сборниках пословиц [Ничипорчик 2015]. В когнитивной лингвистике и лингвокультурологии сформировался еще один подход к

¹ Исследование выполнено при поддержке Государственной программы научных исследований 2021-2025 гг. в Республике Беларусь (научный проект № 20211335).

интерпретации пословичной семантики – понятийно-концептуальный, который используется для исследования национально-культурных реалий в пословицах [Иванова, Иваноў, Мячкоўская 1998: 33-62], ключевых концептов пословичной картины мира [Иванова 2002; Иванова 2006], когнитивно-прагматического аспекта плана содержания пословиц [Семененко 2011], их когнитивно-дискурсивных смыслов [Абакумова 2013]. Однако и предметный, и понятийный критерии дифференциации пословиц традиционно используются в лексикологии и фразеологии для семантической категоризации слов и фразеологизмов как номинативных единиц (лексико-фразеологического уровня языка). Семантика пословиц как единиц синтаксического уровня принципиально отличается от лексической и фразеологической семантики, поэтому должна описываться на иных основаниях. Для дифференциации пословичной семантики целесообразно использовать когнитивно-семантический подход категоризации афористических единиц (одним из классов которых являются пословицы) по критерию отношения их содержания к действительности [Иваноў 2004: 84-125; Иванов 2016: 115-127].

Цель исследования – определить семантические категории (типы) пословиц по критерию «отношение к действительности». Материалом для исследования послужили пословицы русского и белорусского языков [Русско-белорусский словарь ... 2001].

В результате исследования установлено, что все без исключения пословицы можно дифференцировать по отношению их содержания к окружающему миру на основании наиболее значимых аспектов категоризации провербиальной семантики: эмпирического, аксиологического, онтологического и логического. Так, все пословицы разграничиваются на две семантически противоположные группы (противоречащие и не противоречащие действительности), внутри которых можно выделить шесть семантических типов, которые соответствуют четырем избранным аспектам категоризации провербиальной семантики. В составе не противоречащих действительности пословиц – это номологические и сентенциональные (в эмпирическом аспекте), трюистические и грегериические (в аксиологическом аспекте), в составе противоречащих действительности – это парадоксальные (в логическом аспекте) и абсурдные (в онтологическом аспекте).

В номологических (от греч. *nomos* ‘закон’ – имеющих отношение к общим законам природы и общества) пословицах выражаются типичные ситуации, которые характеризуются одновременно тремя значимыми признаками своего проявления: существенностью, необходимостью и регулярностью (каждый из которых эмпирически детерминирован). Нейтрализация хотя бы одного из этих признаков приводит к утрате номологической значимости (силы закона, который неизменно выполняется в реальном мире безотносительно воли и желания человека). Напр.: *Выше головы не прыгнешь*; бел. *Вышэй пупа не падскочыш*.

В трюистических пословицах выражаются такие типичные ситуации, которые характеризуются одновременно тремя значимыми признаками своего проявления: общеизвестностью, стереотипностью и очевидностью. Данные признаки имеют аксиологическую природу, поскольку обусловлены не столько самой действительностью, сколько ее оценкой носителями той или иной лингвокультуры, исходя из их опыта и мировоззрения. Нейтрализация хотя бы одного из этих признаков приводит к утрате пословицей своего трюистического содержания (отражения самоочевидных и неизменных типичных ситуаций, которые безусловно знакомы каждому человеку в рамках данной этнической и/или социальной группы). Напр.: *Язык без костей*; бел. *Язык касцей не мае*.

В грегерических (от исп. *gregueria* 'жанр изречений' – имеющих отношение к мелким сторонам жизни) пословицах выражаются такие типичные ситуации, которые характеризуются одновременно тремя значимыми признаками своего проявления: частотностью, локальностью, субъективностью (в смысле оппозиций «частное vs. общее», «локальное vs. глобальное», «субъективно vs. объективно значимое», где выбор каждого элемента всегда аксиологически детерминирован, т.е. непосредственно зависит от соответствующей оценки той или иной типичной ситуации в проекции на совокупный социальный и духовный опыт представителей данного этноса). Нейтрализация хотя бы одного из этих трех признаков приводит к утрате пословицей своего грегерического содержания (отражения различных сторон и аспектов повседневности, приватной жизни человека, малозначимых проявлений бытия в природе и социуме). Например: *Нет такой вещи, чтобы не пригодилась*; бел. *Няма лепшай рэчы, чым свінныя плечы*.

В сентенциональных пословицах выражаются такие типичные ситуации, которые характеризуются одновременно тремя значимыми признаками своего проявления: познавательность, нравоучительность, дидактичность (имеющими эмпирическую природу, поскольку каждый признак является результатом коллективного теоретического и практического опыта представителей данной этнокультуры). Нейтрализация хотя бы одного из этих признаков приводит к утрате пословицей своего сентенционального содержания (отражения наиболее важных, ценных и необходимых для жизни в обществе мнений о человеке, социуме и окружающей их среде, входящих в систему мировоззренческих, ценностных и воспитательно-педагогических доминант этнической картины мира). Например: *Утро вечера мудренее*; бел. *Думай звечара, а рабі зрання*.

В парадоксальных пословицах выражаются такие типичные ситуации (как продукт когнитивной деятельности), которые противоречат действительности, однако характеризуются возможностью своего рационального объяснения без привлечения дополнительной информации об источнике их порождения, в рамках логического истолкования (именно поэтому возможность возникновения парадоксальных типичных ситуаций в результате мыслительной интерпретации реального мира всегда логически детерминирована). Отсутствие возможности рационального объяснения противоречащей действительности пословицы приводит к утрате парадоксального содержания (выражения типичных ситуаций, не существующих в реальности, но необходимых как для ее познания и верификации в рамках традиционного массового сознания, так и для ее освоения и преобразования в процессе общественной практики и последующего отображения в этнической картине мира). Например: *Голод не тетка* (потому что ...*пирожка не подсунет*); бел. *Лес крадзе – поле бачыць* (потому что ...*поле крадзе – лес бачыць*).

В абсурдных пословицах выражаются такие типичные ситуации (как продукт когнитивной деятельности), которые противоречат действительности и не поддаются объяснению с точки зрения ее рационального истолкования (в этом смысле порождение абсурдных ситуаций как способ мыслительной интерпретации окружающего мира лежит за пределами логического мышления, манифестирует онтологический аспект провербальной категоризации мира). Наличие любого рационального объяснения противоречащих действительности пословиц приводит к утрате их абсурдного содержания (выражения типичных ситуаций, отрицающих своим содержанием реальность, однако необходимых как для ее непротиворечивого осмысления, так и для ее адекватного восприятия в рамках синкретического

мышления, свойственного, как известно, ранним формам мировоззрения, широко представленного в фольклоре и сохранившегося по сей день в тех отдельных фрагментах этнической картины мира, которые детерминированы традиционным массовым сознанием). Например: *На воре шапка горит* (объяснение в народном рассказе о разоблачении вора на базаре, без чего смысл непонятен); бел. *Хата рагата* (объяснение в разовой метафоре *рагата*, т.е. содержать дом, как и рогатый скот, требует постоянной заботы и внимания).

Пословицы различных когнитивно-семантических типов характеризуются специфическим набором прототипов, понятий и образов, а также в неодинаковой мере этнокультурно маркированы. Качественные параметры когнитивно-семантических типов пословиц в составе общенародного пословичного фонда репрезентируют этнокультурную специфику категоризации и концептуализации пословичной картины мира.

Словари

Русско-белорусский словарь пословиц: в 2 т. Могилев: Брама, 2001. Т. 1.

Литература

Абакумова О.Б. Пословицы в языке, сознании и коммуникации: когнитивно-дискурсивное моделирование смысла пословицы в дискурсе и референциально-оценочная типология русских, английских, испанских, французских и чешских пословиц о правде и лжи. СПб.: Алеф-Пресс, 2013.

Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Пословица в современной лингвистике: определение, статус, функционирование // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 3. С. 34-43.

Иванов Е.Е. Лингвистика афоризма. Могилев: Изд-во МГУ, 2016.

Иванова Е.В. Пословичные картины мира (на материалах английских и русских пословиц). СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002.

Иванова Е.В. Мир в английских и русских пословицах. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006.

Иванова С.Ф., Иваноў Я.Я., Мячкоўская Н.Б. Сацыякультурная прастора мовы. Мінск: Веды, 1998.

Иваноў Я.Я. Дыферэнцыяльныя прыметы афарызма. Магілёў: Брама, 2004. 160 с.

Ничипорчик Е.В. Отражение ценностных ориентаций в паремиях. Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2015.

Паремиология без границ. М.: Изд-во РУДН, 2020.

Паремиология на перекрестках языков и культур. М.: РУДН, 2021.

Семененко Н.Н. Русские паремии: функции, семантика, прагматика. Старый Оскол: ПОСА, 2011.

*E.E. Ivanov (Mogilev, Belarus)
Mogilev State A. Kuleshov University*

COGNITIVE-SEMANTIC TYPES OF PROVERBS

The article deals with the principles of cognitive-semantic differentiation of proverbs. The most significant cognitive aspects of proverbial semantics categorization (empirical, axiological, ontological, logical) and cognitive-semantic types of proverbs in relation to reality (nomological, truistic, gregeric, sentential, paradoxical, absurd proverbs) are described.

Key words: cognitive linguistics, paremiology, proverbial semantics, cognitive-semantic types of proverbs.

ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ СОМАТИЗМА «ГОЛОВА» В РУССКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ

В статье представлены паремии с концептом-соматизмом ГОЛОВА, выбранные из «Большого словаря русских пословиц», которые отражают концептуальное значение лексемы «голова». Это объясняется способностью человека воспринимать мир, отражать действительность, запоминать, рассуждать, совершать как обдуманное, так и необдуманное действия, воспринимать окружающую действительность, т.е. представлять различные аспекты мыслительного процесса и пространственного культурного кода. Исследование демонстрирует фрагмент выделенных тематических групп паремий с компонентом ГОЛОВА, характеризующих национально-культурную самобытность русской лингвокультуры.

Ключевые слова: паремия, соматизм, концепт, концептуальное значение.

Когнитивная лингвистика рассматривает концептуальные отношения между языковыми единицами и позволяет человеку описывать неизученную концептуальную сферу по аналогии: от более известной, простой к более сложной, менее изученной. Через призму человеческого мышления отражается часть концептуальной информации. Вербализация такой информации способствует раскодировке важных концептов. Как подчеркивает Е.С. Кубрякова, «значения языковых выражений приравниваются к выражаемым к ним концептуальным структурам» [Кубрякова 1996: 92]. Процесс познавательной деятельности человека заключается в «осмыслении поступающей к нему информации и приводящей к образованию концептов, концептуальных структур и всей концептуальной системы в психике человека» [Кубрякова 1996: 93].

Проблеме изучения фразеологизмов и паремий с компонентом-соматизмом в русском языке посвящены исследования Д.Б. Гудкова и М.Л. Ковшовой (2007), О.В. Ломакина (2009), А.Р. Поповой (2009), Е.Р. Ратушной (2000), Д.С. Скарера (2013), Н.В. Карпинской и О.В. Шкуран (2021) и др.

Соматизмы могут осмысляться и как анатомический объект, и как место локации определенных эмоций, переживаний, внутренних характеристик, что находит отражение в паремиях. Например: *Беспутая голова ногам покою не дает* [БСРП 2010: 187]; *Лоб, что лопата, а ума маловато* [БСРП 2010: 489]; *нога споткнется, а голове достается* [БСРП 2010: 599]; *Руки холодные – сердце горячее* [БСРП 2010: 773]; *Боязливому по уху – смелому по колено* [БСРП 2010: 938] и др.

Целью нашего исследования является описание концептуального значения компонента-соматизма *голова* в русской паремиологии.

Компонент *голова* является стержневым элементом паремии, который корректирует смысловое содержание пословицы и придает образность и семантическую полисемию. По мнению Д.Б. Гудкова, М.Л. Ковшовой, данный соматизм «соотносится с такими кодами, как вещно-артефактный, пространственный и др.» [Гудков, Ковшова 2007: 162], способствует созданию самостоятельной языковой единицы, которая выступает стержневым компонентом в текстах различной жанрово-стилистической дифференциации. Например: *Сейчас образование – не главное, была бы голова на плечах.* [Борис Екимов. Предполагаем жить // «Новый мир», 2008]; *Была бы голова на плечах – будет и фотография.* [Евгений Носов.

Красное вино победы (1969)]; *Бог с ними, с часами, была бы голова цела! Так нет, в 1928 году, 21 августа, Федор Парфенков так высунулся в окно, что головой ударился о мачту, поддерживающую трамвайный провод, и с травмой черепа был доставлен в больницу. О такую же мачту в результате автокатастрофы 22 октября 1925 года ударился головой начальник милиции Москвы и ее губернии Фриц Янович Цируль. На следующий день он умер в больнице.* [Г.В. Андреевский. Повседневная жизнь Москвы в сталинскую эпоху. 1920–1930-е гг. (2008)] и др. Как видно из примеров, чтобы получить объемное, максимально приближенное к ядерной семе компонента *голова* представление о значениях, необходимо представлять ее в смысловой динамике в разных дискурсивных практиках. «В этой логической цепи смысл определяет весомость языковой единицы в системе мироздания, потому что он является результатом логического соединения первичного значения слова со всеми количественными связями в дискурсивном окружении, ведущими к накоплению и образованию связей, отношений и образованию смысловой координаты» [Шкуран 2022: 573].

В ряде паремий расширяется лексико-семантическое поле: *Умная голова лучше всякого богатства; Архи попил – голова закружилась, бабу полюбил – голову потерял; Вся беда на кону: голова в ставку идет; Хорош город домами, да плох головами; Покорную голову ни секут, ни рубят* [БСРП 2010: 189], где *голова* – символ благополучной жизни и страстной любви, большой ответственности и глупости, которые иллюстрируют различные сценарии действия.

Паремии с компонентом *голова* употребляются в большей степени для описания отрицательных умственных способностей человека в разной степени глупости – от физиологической до легкой умственной отсталости, употребляется в разговорной речи в стилистически сниженных контекстах, порой с нарушением норм современного русского языка.

Анализ авторской картотеки паремий с компонентом *голова* позволил выделить следующие тематические группы, представляющие аспекты мыслительного процесса:

- разнообразие мыслей и решений (*Сколько голов, столько умов*. Паремия внесена в словарь М.И. Михельсона «Ходячія и мѣткія слова» (1896 г.). Применяется в варианте – *Сто голов, сто умов*. Используется в английском – *So many men, so many minds*, французском – *Autant de tetes, autant d'avis*. Эта фраза была известна со времен античности – *quot homines tot sententi* (лат.). [Михельсон 1896: 464]; *Сколько есть в свете человеческих голов, столько и разномысленных умов; Сколько голов, столько умов, а отвечать одной голове* [БСРП 2010: 186–187];

- результат бесцельной жизни – отсутствие мыслей (*Беспутая голова ногам покоя (покою) не дает; Беспутая голова пристали не имеет; Бестолковая голова ногам покою (спокою) не дает; Дурная голова ногам покоя не дает* [БСРП: 187]. Разнообразие эпитетов *беспутая, бестолковая, дурная* усиливают экспрессию и негативное отношение к глупому человеку, поскольку он не может управлять собой, своими поступками, ведет себя непредсказуемо, легкомысленно, без пути, без толка.

- неотделимая часть целого (тела человека) (*Была бы голова, будут и рога; Была бы голова, доищемся и хвоста; Где голова, там и ноги будут; Куды голова, туды и животы*) [БСРП: 187]. Она символически замещает полностью человека и контролирует все действия;

- центрум духовной жизни и связи с Богом (*Голова от поклонов не болит; Доколе Бог грехами терпит, да голова на плечах; Умная голова, разбирай Божьи дела*) [БСРП: 188]. Для духовной практики человека мыслительная нагрузка

приходится на голову, а физическая – на позвоночник, ноги. Отображение данного представления о таком состоянии верующего человека символизирует осуществление молитвенной практики и связи с Божьим промыслом.

- характеристика позитивных умственных способностей (*Умна голова, да дурню досталась; Умная голова, да (а) дураку досталась; Умная голова лучше всякого богатства; Умная голова сто голов водит; Умная голова сто голов кормит, а безумная и своей не прокормит*) [БСРП: 189]. В паремиях также используется эпитет мудрый (*Мудра голова – короткий язык; Мудра голова – порожний язык*) в значении 'обладающий жизненным опытом'.

- отсутствие умственных способностей (*Дурацкая голова ногам покою не дает; Дурная голова добрую съест до конца; Дурная голова ногам покою (спокою) не дает; За дурацкой головой и ногам неупокой; За дурной головой и ногам непокой; За дурной головой – ногам работа*) [БСРП: 189-190].

Наибольшее количество паремий связано с отсутствием ума, знаний и опыта, поскольку фразеология запечатлевает беспокойное состояние человека, которые неосознанно, не контролируя себя, совершают лишние движения и тем самым привлекают к себе внимание и вызывают негативную реакцию у окружающих.

В создании паремииологических образов соматизм *голова* сопрягается или противопоставляется другим соматизмам, образуя бином: *голова/ноги, голова/шея, голова/хвост, голова/борода, голова/плечи, голова/мозг, голова/сердце, голова/зад, голова/брюхо, голова/рука, голова/чело, голова/душа, голова/язык, голова/живот, голова/волос, голова/кости*, что подтверждает многочисленность паремий. Приведем в качестве примера группу паремий с биномом *голова – мозг*: *Велика голова, да мозгу мало; Голова с лукошко, а мозгу ни крошки; Голова с печное чело, а мозгу совсем ничего; Голова с пивной котел, а мозгу с ложечку; Голова с пивной котел, а ума (мозгу) ни ложки; Хорошая голова часто бывает без мозгу; В одну голову всех мозгов не утрясешь; В одну голову всех мозгов не утрясешь* и др. [БСРП 2010: 187].

Как показывают примеры, основным концептуальным содержанием корпуса паремий русского языка является различные виды мыслительной деятельности. Анализируемый соматизм образует ряд биномов, которые являются структурообразующими для русских пословиц. Перспективой данного исследования является выявление актуального фонда паремий с компонентом-соматизмом и описание их текстообразующей роли в различных типах дискурса.

Словари

КСКТ – Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996.

Михельсон М.И. Ходячія і мѣткія слова. Сборникъ русскихъ и иностранныхъ цитатъ, пословицъ, поговорокъ, пословичныхъ выражений и отдѣльныхъ словъ (иносказаній). Второе пересмотрѣнное и значительно пополненное изданіе. СанктПетербургъ: Типографія Императорской академіи наукъ, 1896.

БСРП – Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К. Большой словарь русских пословиц /под общ. ред В.М. Мокиенко. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа групп». 2010.

Литература

Гудков Д.Б., Ковинова М.Л. Телесный код русской культуры: материалы к словарю. М.: «Гнозис», 2007.

Ломакина О.В. Фразеографический потенциал соматизма «ГЛАЗ» (на материале текстологии Л.Н. Толстого) // Проблемы истории, филологии, культуры. 2009. № 2 (24). С. 832-836.

Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru> (дата обращения: 24.08.2023).

Попова А. Р. Словарь одного слова. Орел : Оперативная полиграфия, 2009.

Ратушина Е.Р. Семантическая структура фразеологизмов в процессе ее формирования и функционирования. Курган: Изд-во Кур-ган. гос.ун-та, 2000.

Скнарев Д. С. Фразеологизмы с компонентами-соматизмами в рекламном дискурсе: проблемы семантики и прагматики. Челябинск : Изд. центр ЮУрГУ, 2013.

Шкуран О.В. Соотношение смысла и значения слова // Когнитивные исследования языка. 2022. № 3 (50). С. 570-574.

Шкуран О.В., Карпинская Н.В. Когнитивные факторы процессов сакрализации и профанизации языковой семантики фразеологизмов с соматизмом «голова» в русском языке // Когнитивные исследования языка. 2021. № 4 (47). С. 465-471.

N.V. Karpinskaya (Lugansk, Russia)

K. Voroshilov Lugansk State Agrarian University

REFLECTING CONCEPTUAL MEANING SOMATISM “HEAD” IN RUSSIAN PAREMIOLOGY

The article presents proverbs with the concept-somatism HEAD, selected from the “Big Dictionary of Russian Proverbs”, which reflect the conceptual meaning of the lexeme “head”. This is explained by a person’s ability to perceive the world, reflect reality, remember, reason, perform both deliberate and rash actions, perceive the surrounding reality, i.e. represent various aspects of the thought process and spatial cultural code. The study reflects literary and folk speech and demonstrates a fragment of selected thematic groups of proverbs with the HEAD component, characterizing the national-cultural layer of the modern Russian language.

Key words: proverb, somatism, concept, conceptual meaning.

A.A. Kelekhshaeva, A.Yu. Ilina (Moscow, Russia)

RUDN University

anna.alex.borisova@gmail.com, anna_iljina2003@mail.ru

N.Yu. Ilina (Moscow, Russia)

Kutafin Moscow State Law University, RUDN University

ilinadezhda@yandex.ru

LEXICAL AND PHRASEOLOGICAL UNITS IN NIGERIAN ENGLISH

Nigerian English reflects cultural values of numerous peoples living in Nigeria. Lexical and phraseological units are most exposed to the influence of contacts of languages and cultures. They are the main guardians of culture which depict African reality and African world view.

Key words: lexical and phraseological units, ethnospecific texts, Nigerian English.

World Englishes Paradigm and the theory of three circles of the English language development point out that English is a pluricentric language and changed traditional views on the language dominance of the British Empire [Прошина 2017; Германова 2018].

The interaction between the English language and Nigerian indigenous languages led to linguistic and cultural peculiarities of Nigerian English.

The phenomenon of the emergence and evolution of English language creative writing in Nigeria, as in other former British colonies in Africa, needs close studying. Formed in the framework of European civilization, Nigerian English reflects the categories of quite different culture.

Creative writing of Nigerian authors in English is a very useful representative material for the research of phraseological units and stylistically marked lexical units.

They have national specifics because they depict Nigerian culture and deal with the Nigerian environment.

Following N.M. Firsova, we are going to consider phraseological units in its widest sense (not only idioms, but also set phrases, sayings and proverbs). As lexis and phraseology, more than any other field of the language, is connected with extra lingual reality, and the peculiar way of perception and modelling of the world view by the users of different languages or different national varieties of one language influence the national features, it is clear that it is lexical and phraseological units that stronger and more often than other linguistic units depict these features [Фирсова 2009: 46-47].

In Nigerian English we meet phraseological units that aren't used in British English, the components of which are English lexems. They have national cultural specifics and aren't always understood by the representatives of other cultures.

For example *head co-wife*, *big mother* (the head wife in a polygamous family), *second burial* (a traditional practice among some Nigerian ethnic groups whereby the funeral rites of the dead are more elaborately performed and celebrated) [Igboanusi 2002: 246].

bottom power (a practice in which women use sex to influence favours from men) [Igboanusi 2002: 65].

In Nigerian English there are phraseological units, which are loan translation from the Igbo language, one of the main indigenous languages in Nigeria.

After-bridal palm wine – translation of the expression from Igbo “*nkwu ochu*”.

which is translated as a palm wine for the bride which means barrels of palm wine which the bridegroom's family brings to the bride's family as part of a bride price especially if she is a virgin.

The richness of the language is defined not only by the richness of the vocabulary, but the richness of its conceptual world. The concept is a mental national specific formation, the contents of which is the whole body of knowledge about this object and the expression is the combination of language means (lexical, phraseological, paremiological), concepts are not any notions, but the most complex, important of them, without which it's difficult to comprehend this culture [Маслова 2007: 37].

The concept “yams” is one of the basic concepts in Nigerian culture. Its wide use in the creative writing of Nigerian authors proves this point of view. Culturally important information for Nigerians is embodied in this concept because yams is one of the main ingredients of traditional national dishes. The attitude to this food is depicted in folklore, in proverbs and phraseology. In traditional society among the most important values were polygamous families, children and plenty of yams. We find the following example in the novel of a well-known Nigerian writer Chinua Achebe: He was a wealthy farmer and had two barns full of yams, and had just married his third wife [Борисова 2020: 172; Achebe 1988: 20-21].

One of the traditions in Nigeria is the amount of yams a bridegroom gives to the relatives of his bride to prove his ability to provide for his family.

The names of the most important food products are used in ethnospecific texts written by Nigerian authors:

“Whether we accompany our palm oil with yam or we accompany our yam with palm oil, the most important thing is to have a good meal of oil-soaked yam. We must help each other” [Борисова, Эбзеева 2019: 826]. More examples which demonstrate that common lexical units from real life discourse become a basis for symbolization [Борисова, Эбзеева 2019: 820]:

“For, our fathers said that old friends are like the heads of yams, that grow and don’t die” [Борисова 2020: 174; Nwapa 1978: 163].

It (her English) reminded him of a slicing a yam with a newly sharpened knife, the easy perfection in every slice [Borisova 2020: 174; Adichie 2007: 22].

Different spheres of life – traits of character, emotional, moral activity are characterised with the help of the units of food code. The lexeme yams is used in Nigerian proverbs and sayings: “A child’s fingers are not scolded by a piece of hot yam which its mother puts into its palm” [Борисова 2020: 174; Achebe 1988: 63].

Nigerians compare yams with the bright moon and the author uses a metaphor: “What a bright moon”, Efuru remarked. “Yes, how bright it is. The wonderful work of nature. A piece of yam that is sufficient for all the world” [Борисова 2020: 192; Nwapa 1978: 113].

We come across secondary nominations denoting yams in the novels by Nigerian writers to describe the appearance of people:

They actually had chests. Mine, on the other hand, was hardly a chest at all, more like two tiny balls of pounded yam, flattened, each about the size of a tablespoon, not even enough to fill a palm [Okparanta 2017: 35].

Underlining special nature of phraseological units, I.V. Zykova concludes that a phraseological unit is a unit of special nature – a culturally linguistic unit..., they emerge as a result of secondary indirect nomination and also they have rich cultural content [Зыкова 2015: 323, 69].

Lexical and phraseological units in Nigerian English are the main guardians of culture, they depict African reality and worldview.

References

Борисова А.А. Функционирование английского и испанского языков в Тропической Африке: на примере Нигерии и Экваториальной Гвинеи: дис. ... канд. филол. наук. М., 2020.

Борисова А.А., Эбзеева Ю.Н. Гастрономическая лексика как одна из особенностей нигерийского варианта английского языка // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. № 3. С. 820-836. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-3-820-836.

Зыкова И.В. Концептосфера культуры и фразеология: Теория и методы лингвокультурологического изучения. М.: ЛЕНАНД, 2015.

Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. М.: Флинта: Наука, 2007.

Прошина З.Г. Контактная вариантология английского языка: Проблемы теории. *World Englishes Paradigm*. М.: Флинта: Наука, 2017.

Прошина Н.Н. Германова Н.Н. Актуальные направления современного языкознания: Социоллингвистика. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2018. Ч. 1: Социоллингвистика как раздел языкознания. Проблемы варьирования языка // *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал*. 2019. № 3. С. 61-65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/2019-03-009-germanova-n-n-aktualnye-napravleniya-sovremennogo-yazykoznanija-sotsiolingvistika-m-fgbou-vo-mglu-2018-ch-1-sotsiolingvistika>.

Фирсова Н. М. Избранные труды. Т. 2: Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки. М.: РУДН, 2009.

Achebe Ch. *Things Fall Apart*. London: Heinemann, 1996.

Adichie Ch. *Half of a Yellow Sun*. Harper Perennial, 2007.

Igboanusi H.A. Dictionary of Nigerian English Usage. Ibadan: Enicrownfit Publishers, 2002.

Nwapa F. Efuru. Oxford: Heinemann, 1978.

Okparanta Ch. Under the Udala Trees. London: Granta Books, 2017.

Shoneyin L. The Secret Lives of Baba Segi's Wives. London: Serpents Tale, 2010.

А.А. Келехсаева, А.Ю. Ильина (Москва, Россия)

Российский университет дружбы народов

Н.Ю. Ильина (Москва, Россия)

Московский государственный юридический университет им. Кулафина,

Российский университет дружбы народов

ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В НИГЕРИЙСКОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Нигерийский английский отражает культурные ценности многих народов, проживающих в Нигерии. Лексические и фразеологические единицы наиболее подвержены влиянию контактов языков и культур. Они являются главными хранителями культуры, отражающей африканскую реальность и африканское мировоззрение.

Ключевые слова: лексические и фразеологические единицы, этноспецифические тексты, нигерийский английский.

О.В. Ломакина (Москва, Россия)

Российский университет дружбы народов

rusoturisto07@mail.ru

КОНЦЕПТ ДЕТИ В СИСТЕМЕ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ ЭТНОСА (НА МАТЕРИАЛЕ ПАРЕМИЙ НЕРОДСТВЕННЫХ ЯЗЫКОВ)

Статья посвящена изучению описанию пословиц-вербализаторов концепта ДЕТИ в разноструктурных языках. Материал исследования извлечен приемом сплошной выборки из паремиографических сборников русского, хакасского, тувинского, алтайского, чувашского, осетинского, вепсского, саамского языков. Выделены семантические доминанты, объединяющие выбранные пословицы разных языков, что позволило показать общее и национально-специфическое.

Ключевые слова: традиционные ценности, пословица, лингвокультура, концепт ДЕТИ.

Антропоцентрическая парадигма, суть которой состоит в том, что научные объекты изучаются прежде всего по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и его совершенствования» [Кубрякова 1995: 212], повлияла на появления новых лингвистических направлений: лингвокультурологии, лингвоаксиологии, когнитологии и др. Когнитивное направление современной лингвистики нашло отражение и при анализе паремий языка, которые являются наиболее аксиологически заряженными среди других языковых единиц, поэтому эксплицитно или имплицитно характеризуют систему ценностей народа. Наиболее аксиологически актуальные паремии концентрируются в составе основного паремиологического фонда [Иванов 2007], образуют в нем ядро национально-культурно специфических единиц [Иванов, Ломакина, Петрушевская 2021] и являются основным предметом описания в лингвокультурологической паремиографии [Бредис, Иванов 2022; Иванов 2023].

Анализ ценностных концептов позволяет представить ценностную картину того или иного народа, охарактеризовать общечеловеческие ценности. «Наличие у паремии лингвоаксиологического потенциала – отражения одной или нескольких ценностей – обеспечивает встроенность данной единицы в систему ценностных координат, под которой мы понимаем структуру иерархически организованных ценностей» [Ломакина 2020: 82]. Лингвоаксиологический смысл может выражаться эксплицитно при помощи аксиологических маркеров – лексических и / или грамматических средств, обладающих оценочным значением или способствующих оценке.

Одним из направлений исследования лингвоаксиологического потенциала паремий в рамках сравнительно-сопоставительной лингвоаксиологии является выявление и описание семантических доминант, анализ которых позволяет, во-первых, дать оценку данного явления (ценность – антиценность), во-вторых, определить общее и национально-специфическое в представлении ценности. Под семантической доминантой (resp. семантический конденсат – Е.И. Селиверстова, аксиологема – Л.К. Байрамова) – «семантика, объединяющая паремии как одного, так и нескольких языков, позволяющая выразить основные смыслы и морально-нравственные установки» [Ломакина 2021: 173].

Семантические доминанты паремий наглядно демонстрируют эволюционное движение языка, которое В.П. Даниленко называет лингвизацией и определяет «в движении от разобщения к единению» [Даниленко 2022: 25]: действительно, вне зависимости от типа культуры, вероисповедания носителей того или иного языка наблюдается общность в понимании того или иного действия относительно шкалы *хорошо – плохо*.

При рассмотрении семьи как традиционной общечеловеческой ценности (resp. ценностного концепта) можно выявить несколько типов взаимоотношений: 1) дети – родители; 2) муж – жена; 3) родители супруга; 4) другие родственники. Это наблюдение подтверждают данные, приведенные Н.Ю. Нелюбовой относительно русских пословиц, при этом наиболее представлены отношения родителей и детей (432 ед.) [Нелюбова 2020: 153-154].

Во всех рассматриваемых нами ранее лингвокультурах – европейской, азиатской и евроазиатской [см., например: Гишкаева, Макарова, Ломакина 2021] – особое внимание уделяется детям.

Цель данной статьи – охарактеризовать отношение к детям в разных лингвокультурах, выраженное семантическими доминантами.

Дефиниционный анализ словарной статьи ДЕТИ «Словаря русского языка» (МАС) показывает многозначность данной лексемы: «1. Малолетние; противоп. взрослые. 2. Сыновья или дочери (независимо от возраста). 3. кого-чего. Люди, тесно, кровно связанные с кем-, чем-л., усвоившие характерные черты породившей их среды, обстановки и т. п.». В анализируемом фонде паремий компонент *дети* употребляется в первом и втором значении.

Собранная картотека паремий, репрезентирующих концепт ДЕТИ, позволила выделить ряд семантических доминант. Назовем основные из них.

Ребенок повторяет поведение своих родителей: вепс. *Hüväl mamal da tatal hüvä laps'-ki lähteb* ‘У хороших отца с матерью и ребенком хороший [ВПП: 23]; алт. *Јакшы эттинг мүни де тату, Јакшы кижининг балазы да јакшы* ‘Из хорошего мяса и бульон вкусный, у хорошего человека и ребенок хороший’ [АПП: 170].

Воспитывать ребенка надо с рождения: вепс. *Openda last, kuni om nor* ‘Учи ребенка, пока мал [ВПП: 23], саам. *Парна быдт вуэньсэ, куэссэ сөнн, тумэрес саесэ вэнной, куэссэ чүлл вуэдтэм сай аллк вуэдтэ – маунна ляннч* – ‘Ребенка надо воспитывать, пока он поперек лавки лежит, когда вдоль – уже поздно’ [ЛНР: 268].

Каждый ребенок – личность: вепс. *Kaikuččel lapsel om ičeze äñ* ‘У каждого ребенка свой голос’ [ВПП: 22].

Родители любят своих детей: тув. *Кижнн төлүнгө ынак, Ыт коданынга ынак* ‘Человек любит своих детей, А собака – свой двор’ [ПШТН: 33].

Родители оберегают детей: тув. *Уялыг куш чаныган, Уруглуг кижнн кээргээчел* ‘Птица гнездо стережет, Человек детей бережет’ [ПШТН: 54].

Отличие старших и младших детей: тув. *Улустун улуу чагылыг, Уругуну хеймери чассыг* ‘Старший (в семье) всех мудрее, младший ребенок в семье всех милее’ [ПШТН: 54].

Один ребенок – много детей: алт. *Көн бала једерин караар, Јангыс бала тойорын караар* ‘Много детей, смотрят, чтобы хоть понемногу досталось, Один ребенок, смотрят, чтобы вдоволь он ел’ [АПП: 174].

Любого ребенка отличает плохое поведение: *Кышкы чок төл чок, Кырыш чок өг чок* ‘Нет ребенка, который не плачет, Нет юрты, где не шумят и не спорят’ [ПШТН: 111]; адыг. *Сабийр зыхуейр кызырыгъацІэр гынкІэц* – ‘Младенец напоминает о себе плачем’ [АдШП: 191].

Важность получения навыков и знаний в детстве: вепс. *Midä laps'aigas harjened, sidä igän muštaškanded* ‘Чему в детстве научишься, то всю жизнь будешь помнить [ВПП: 28], чуваш. *Ырă ғын пуласси ачаран паллă, ыр ут пуласси тихаран паллă* ‘Хорошего человека видно с детства, хорошую лошадь – с жеребенка’ [ЧППЗ: 139].

В пословицах разных народов подчеркивается особое отношение к сироте и к неродным детям.

Милосердное отношение к сиротам: хакас. *Өкіс тін, күлбе, Чалгыс тін, чалтыратпа* ‘Не насмехайся над сиротой, Не обижай одинокого’ [ХППЗ: 16], *Өкістерге өөрліг пол, Чалгыстарга чалгыг пол* ‘Сиротам будь другом, К одиноким будь милосердным’ [ХППЗ: 44] и *Өкісті өөр тартычаң, Чабысты чарыхха тартычаң* ‘Сирот нужно поддерживать, Униженного на свет тянуть’ [ХППЗ: 69]; алт. *Өскүсти өрө тарт, Јабысты јаба тарт* ‘Сироту вверх тяни, Низкого за собой тяни’ [АПП: 174]; *Өскүс-јабысты базынба, Отпогин блаашпа* ‘Сироту – низкого не унижай, У него лепешку не отбирай’ [АПП: 176]; *Өскүсти өчөббөс, Самтарга сайыркабас* ‘Сироту не дразни, Убогого не обижай’ [АПП: 176].

Семантическая доминанта **Бог покровительствует сиротам** объединяет русские пословицы *Сиротам Бог опекун; За сиротою Бог с калитою* [БСРП: 811].

Наиболее представленной в анализируемых языках является семантическая доминанта, эквивалентная тексту пословицы и имеющая интернациональный характер: осет. *Мадаей сидзæр – ацæг сидзæр, фыдаей сидзæр – æрдæг сидзæр* ‘Отца нет – полсироты, матери нет – круглый сирота’ [ОРС: 26]; тув. *Ада чокта – чартык өскүс, Ава чокта – бүдүн өскүс* ‘Без отца – полсирота, Без матери – круглый сирота’ [ПШТН: 12], рус. *Без отца – полсироты, а без матери – и вся сирота* [БСРП: 633]. Паремия подобной семантики, но с другим числовым компонентом содержится в алтайском языке: *Эненин өскүзи – эки өскүс, Аданын өскүзи – јангыс өскүс* ‘Сирота без матери – две сироты, Сирота без отца – один сирота’ [АПП: 172].

Таким образом, анализ семантических доминант, выраженных в пословицах неродственных языков, репрезентирующих концепт ДЕТИ, показал общность сопоставляемых лингвокультуры, а также отношение этноса к традиционным ценностям, что дополняет сведения о ценностных константах народа. Разные народы, населяющие Российскую Федерацию, объединяет особое внимание к сиротам, требующим милосердного отношения.

Словари

АДПП – Адыгские пословицы и поговорки (с их толкованиями). Антологический свод адыгского фольклора / сост. Л.А. Гугова. Нальчик: Издательский отдел ИГИ КБНЦ РАН, 2016. 364 с.

АПП – Алтайские пословицы и поговорки / пер. Н.Р. Ойиноткиновой, С.П. Рожновой. Новосибирск: Институт филологии СО РАН, 2010.

БСРП – *Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К.* Большой словарь русских пословиц. Около 70 000 пословиц. Под общей редакцией проф. В. М. Мокиенко. М.: «ОЛМА Медиа Групп», 2010.

ЛНР – *Литература* народов России: Народная мудрость / Антология. М.: организационный комитет по поддержке литературы, книгоиздания и чтения в Российской Федерации; Объединенное гуманитарное издательство. 2022.

МАС – *Словарь* русского языка: в 4 т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1981-1984. Т.1.

ОРС – *Гуриев Т.А.* Осетино-русский словарь. Владикавказ: Алания, 2004.

ППТН – *Пословицы* и поговорки тувинского народа / авт.-сост. Б.К. Будуп. Кызыл: Тувинское книжное изд-во ; Радуга Тувы, 2020.

ХППЗ – *Хыйга* сөс: сиспектер, сөспектер паза таптыргастар = Мудрое слово: хакасские пословицы, поговорки и загадки / сост., ред. У.Н. Кирбижекова, Ю.И. Чаптыкова, Н.С. Чистобаева. 4-е изд., доп. Абакан: Хакасское книжное изд-во им. В.М. Горосова, 2021.

ЧППЗ – *Ваттисен сӓмахӓсем, каларӓшсем, сутмалли юмахсем* = Чувашские пословицы, поговорки и загадки / сост. Н.Р. Романов. 3-мӓш клр. Шупашкар : Чӓваш кӓнеке изд-ви, 2012.

ВПП – *Mi meles, se i keles. Vepsläizied muštatišed* = Что на уме, то и на языке. Вепские пословицы и поговорки: [на вепском и русском языках] / Институт языка, литературы и истории Карельского научного центра Российской академии наук; сост.: О.Ю. Жукова; [худож. С.П. Тервинская]. Петрозаводск: Периодика, 2018.

Литература

Бредис М.А., Иванов Е.Е. Лингвокультурологический комментарий в полилингвальных словарях пословиц // Вопросы лексикографии. 2022. № 26. С. 5-29. DOI: 10.17223/22274200/26/1.

Даниленко В.П. Картина мира в пословицах русского народа. СПб.: Алетей, 2022.

Иванов Е.Е. Лингвокультурологический комментарий в тувинско-русско-английском паремиологическом словаре // Новые исследования Тувы. 2023. № 1. С. 243-258. DOI: <https://doi.org/10.25178/nit.2023.1.14>.

Иванов Е.Е. “Основной паремиологический фонд” русского языка и его соотношение с “паремиологическим минимумом” // Мир русского слова и русское слово в мире: в 7 т. София: Heron Press, 2007. Т. 2. С. 152-156.

Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А. Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 996-1035. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035.

Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века // Язык и наука конца XX века: Сб. ст. М.: Институт языкознания РАН, 1995. С. 144-238.

Ломакина О.В. Понятие веры в системе ценностных координат народа (на паремиологическом материале русского, турецкого, русинского и алтайского языков) // Вопросы современной лингвистики и изучения иностранных языков в эпоху искусственного интеллекта. М.: РУДН, 2020. С. 81-86.

Ломакина О.В. Концептуализация общечеловеческих ценностей в пословицах (на материале русского, узбекского и таджикского языков) // Когнитивные исследования языка. 2021. № 3 (46). С. 172-175.

Нелюбова Н.Ю. Место семьи в иерархии ценностей и особенности ее восприятия носителями русского и французского языков (на паремиографическом материале и по данным анкетирования) // Русский язык в поликультурном мире: сборник научных статей IV Международного симпозиума (9-11 июня 2020 г.) / отв. ред. Г.Ю. Богданович, Е.Я. Титаренко. В 2-х т. Том 1. Симферополь: Издательский дом КФУ, 2020. С. 152-158.

*O.V. Lomakina (Moscow, Russia)
RUDN University*

THE CONCEPT *CHILDREN* IN THE SYSTEM OF TRADITIONAL VALUES OF THE ETHNOS (BY THE MATERIAL OF PAREMIA OF UNRELATED LANGUAGES)

The article is devoted to the study of the description of proverbs-verbalizers of the concept *CHILDREN* in languages of different structure. The research material was extracted by taking a continuous sample from the paremiographic collections of the Russian, Khakass, Tuva, Altai, Chuvash, Ossetian, Veps, Sami languages. The semantic dominants that unite the selected proverbs of different languages are highlighted, which made it possible to show the general and the nationally specific.

Key words: traditional values, proverb, linguistic culture, concept *CHILDREN*.

*А.Л. Лось (Москва, Россия)
Национальный исследовательский университет «МИЭТ»
al_los24@mail.ru*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ТАКТИЛЬНЫХ ОЩУЩЕНИЙ *ГЛАДКИЙ* И *РОВНЫЙ*: КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

В статье предпринимается попытка разграничить значения слов *гладкий* и *ровный*, отвечающих за тактильные ощущения, на основе изучения сочетаемостных характеристик. После обобщения сочетаемостных характеристик выявлены сходные и отличительные семантико-когнитивные признаки в составе значения лексем *гладкий* и *ровный* и показаны различия в смыслах, передаваемых этими лексемами.

Ключевые слова: тактильная перцепция, сочетаемость, когнитивная интерпретация, значение, семантико-когнитивный признак.

Анализ семантики слов, обозначающих перцептивные признаки, позволяет изучить и объяснить формирование перцептивных образов и содержание перцептивной информации, на основе которой индивид принимает решения и ориентируется в окружающей среде.

Изучение значения некоторых лексем с когнитивной точки зрения позволяет построить его модель, представить когнитивную интерпретацию, по которой можно объяснить функционирование лексемы в речи, возможность / невозможность

использования в определенном контексте и отличие от значения синонимичной лексемы. Под когнитивной интерпретацией значения мы вслед за И.А. Стернинным [Стернин 2004] понимаем набор семантико-когнитивных признаков (в терминологии И.А. Стернина когнитивных признаков), выявленных на основе сочетаемостных характеристик лексемы.

Необходимость исследования различий между тактильными ощущениями *гладкий* и *ровный* обусловлена тем, что в толковых словарях русского языка слова *гладкий* и *ровный* толкуются друг через друга:

гладкий – ‘без выступов, впадин и шероховатостей; ровный; <...> прямой, невыющийся, приглаженный (о волосах)’ [МАС I: 313]; ровный, без выступов, впадин и шероховатостей’ [ТСРЯ 2015: 272];

ровный – ‘гладкий, прямой, не имеющий возвышений, утолщений, изгибов’ [ТСРЯ 2015: 698]; ‘гладкий, плоский, не имеющий впадин и возвышений; прямой, <...> не имеющий изгибов’ [МАС III 1999: 721]; ‘не имеющий впадин и возвышений, гладкий, <...> не имеющий утолщений, изгибов, прямой’ [ТССРЯ 2005: 589].

В качестве синонима к слову *гладкий* в словарях синонимов предлагается слово *ровный*. Однако при ближайшем рассмотрении контекстов с признаками *гладкий* и *ровный* можно заметить, что эти признаки имеют разный смысл. Например, в предложениях *Он построил красивый **ровный** круг / Объекты на **ровной** местности выглядят ближе, чем на холмистой / Только мешки с зерном по-прежнему продолжали лежать **ровной** стопкой / Еще не добравшись до **ровной** земли следующей долины, сквозь туман он различил темную блестящую фигуру* при замене лексемы *ровный* на лексему *гладкий* получаются неправильные высказывания: **Он построил красивый **гладкий** круг / *Объекты на **гладкой** местности выглядят ближе, чем на холмистой *Только мешки с зерном по-прежнему продолжали лежать **гладкой** стопкой / *Еще не добравшись до **гладкой** земли следующей долины, сквозь туман он различил темную блестящую фигуру*¹.

Невозможна и обратная замена лексемы *гладкий* на лексему *ровный* в следующих предложениях: *Копыта его коня клацали по **гладким** камням дороги, построенной еще римлянами / Темные блестящие волосы незнакомца были зачесаны назад, открывая высокий **гладкий** лоб*. Ср. неправильные контексты, полученные при замене лексемы *гладкий* на лексему *ровный*: **Копыта его коня клацали по **ровным** камням дороги, построенной еще римлянами / *Темные блестящие волосы незнакомца были зачесаны назад, открывая высокий **ровный** лоб*.

В некоторых словосочетаниях лексемы *гладкий* и *ровный* могут использоваться равнозначно, ср.: *гладкая / ровная поверхность; гладкая / ровная стена; гладкие / ровные волосы; гладкая / ровная спина; гладкое / ровное покрытие* и др. При этом если расширить контекст, то очевидно, что элементы контекста, которые релевантны для лексем *гладкий* и *ровный*, могут не совпадать: *Они построили ровную стену / *Они построили гладкую стену; У девушки были гладкие темные волосы / *У девушки были ровные темные волосы*. Кроме того, наличие контекстов, в которых оба слова могут описывать один и тот же объект, например: *Стена была **ровной** и **гладкой** / Лед был **гладкий** и **ровный** как доска* говорит о том, что информация, вносимая этим словами, разная.

Обратимся к сочетаемостным характеристикам рассматриваемых лексем. В Национальном корпусе русского языка (далее НКРЯ) для анализа были отобраны 800 контекстов с исследуемыми словами. После обобщения контекстов, отсеечения

¹ Здесь и далее неправильные контексты отмечены знаком *

идентичных и повторяющихся контекстов основная выборка контекстов со словом *гладкий* составила 198 единиц, со словом *ровный* – 217 единиц. Выборки контекстов пополнились также за счет высказываний, полученных при возможной взаимозамене лексем *гладкий* и *ровный*, и дополнительных контекстов типа «*гладкий как...*» и «*ровный как...*», необходимость изучения которых возникла в ходе анализа и формулирования семантико-когнитивных признаков значения каждой из синонимичных лексем.

Лексема *гладкий* имеет следующую сочетаемость: *гладкая дорога / доска / стена / полы / камень / плита / стволы дерева / стержень / ободок / поверхность реки / вода / прическа / волосы / лицо / нос / щеки / бок / лоб / голова / ладони / череп / кожа / шерсть;*

гладкий слог / речь и др.

Для слова *ровный* были найдены следующие контексты употребления: *ровная дорога / поверхность / стена / место / участок / площадка / асфальт / покрытие / слой / гладь болота / шар / круг / линия / черта / строчки / линейка / ряд / край / стопка / строй / пробор / зубы / загар / спина / нос / волосы / плечи;*

ровный голос / тон / свет / шаг / биение сердца / дыхание / отношения и др.;

По результатам поиска в НКРЯ сочетаний «*гладкий как...*» были получены следующие результаты: *гладкий как суворовский сапог / гладкий как обкатанный волнами бутылочный осколок / гладкий как лед / гладкий как зеркало / гладкий как стекло / гладкий как шелк / гладкий как эта шишка / гладкий как пинг-понговый шарик / гладкий как пруд / гладкий как бумага / гладкий как стол / гладкий как колено / гладкий как мышь / гладкий как наливное яблочко.*

Сходное сочетание «*ровный как ...*» встретилось в НКРЯ в следующих контекстах: *ровный как натянутая веревка / ровный как ниточка / ровный как лезвие / ровный как стена / ровный как стол / ровный как ледовый каток / ровный как стол морской берег / ровный как струна / ровный как рельса / ровный срез, как бритвой пролишь / ровный как доска / ровный как пол / ровный, как хорошо выглаженная скатерть / ровный, как срезанный под линейку / ровный, как по линейке очерченный / ровные, как эта полоска / ровная как шар / ровный как паркет.*

По результатам анализа сочетаемостных характеристик лексем *гладкий* и *ровный* сформулированы следующие семантико-когнитивные признаки в составе когнитивной интерпретации значения лексем.

Гладкий – это качество, присваиваемое 1) объектам-поверхностям 2) как правильной, так и неправильной геометрической формы, главным свойством которых является 3) возможность воспринимающего субъекта беспрепятственно / плавно / с легкостью провести рукой / осуществить движение / визуально «скользнуть» взглядом и т.п.

Качество *ровный* может присваиваться 1) разным объектам 2) правильной и условно правильной геометрической формы, 3) имеющим или выполняющим определенную функцию, и отличающимся 4) наличием уровня, не допускающего 5) отклонения по оси координат вправо-влево или вниз-вверх.

Исходя из представленных интерпретаций видно, что лексемы *гладкий* и *ровный* сходны только в случаях, когда описывают объекты-поверхности: *гладкая / ровная дорога, гладкая / ровная стена, гладкая / ровная спина, гладкая / ровная поверхность, гладкий / ровный пол* и др. Во всех остальных случаях различия очевидны, поскольку тактильный признак *ровный* может присваиваться объектам типа *линия, отрезок, ряд, стопка, пробор, строй*. Лексема *гладкий* может описывать только объекты-

поверхности. При этом основное отличие тактильных ситуаций *ровный пол* и *гладкий пол*, *ровная стена* и *гладкая стена* состоит в том, что лексема *ровный* описывает объект *пол* как поверхность, не имеющую отклонений / зазоров сверху-снизу и созданную по горизонтальному уровню. *Ровная стена*, соответственно, представлена как поверхность, созданная по вертикальному уровню без отклонений вправо или влево (наружу или внутрь). В тактильных ситуациях *гладкая стена / пол* лексема *гладкий* репрезентирует способность воспринимающего субъекта скользить / провести рукой по описываемому объекту. Следует отметить, что признак «возможность скольжения по поверхности объекта», актуальный для описания значения лексемы *гладкий*, требует уточнения, особенно для объяснения примеров, когда в качестве объекта, которому присваивается тактильный признак *гладкий*, выступает не обычная твердая поверхность, представленная лексемами *пол*, *стена*, *дорога* и др., а, например, водная среда, которая может осмысляться как поверхность: *гладкая вода / море / озеро*. Очевидно, что тактильная характеристика *гладкий* присваивается таким поверхностям на основе не тактильной, а зрительной оценки.

Перенос наименований *гладкий* и *ровный* на другие объекты также получает объяснение с помощью сформулированных семантико-когнитивных признаков. *Гладкая речь* представлена как такая, которая беспрепятственно и без остановки льется. *Ровный голос* – такой, который по высоте тона на одном уровне, не выше, *ровный шаг* – одного уровня длины, *ровное дыхание / биение сердца* – повторяющееся через равные промежутки времени, не имеющие отклонений.

Результаты исследования различий в значениях лексем *гладкий* и *ровный*, отвечающих за обозначение тактильных признаков показали, что составленные на основе сочетаемостных характеристик когнитивные интерпретации значения этих лексем позволяют объяснить различия в их употреблении.

В качестве перспективы исследования хотелось бы обозначить перспективу изучения английских или немецких эквивалентов тактильных ощущений *гладкий* и *ровный* для выявления сходных и отличительных признаков их когнитивной интерпретации.

Словари

МАС – Словарь русского языка: в 4 т. / Под ред. А. П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1999. Т. 1. Т. 3.

ТСРЯ – И. Ожегов; под общ. ред. Л. И. Скворцова. 28-е изд., перераб. М.: Мир и образование, 2015.

ТССРЯ – Толковый словарь современного русского языка: [св. 110000 слов. ст.] / Д.Н. Ушаков; под ред. Н. Ф. Татьянченко. М.: Альта-Пресс, 2005.

Литература

Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru/new/search-main.html> (дата обращения 09.01.2023).

Стернин И.А. Когнитивная интерпретация в лингвокогнитивных исследованиях // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 65-69.

REPRESENTATION OF TACTILE SENSATIONS OF *GLADKY* AND *ROVNY*: COGNITIVE ASPECT

The article is devoted to the study of the combinability of *gladky* (*smooth*) and *rovny* (*even*) lexemes, describing tactile sensations in the Russian language. Based on generalization of combinable characteristics, similar and distinctive semantic and cognitive features in the meaning of *gladky* (*smooth*) and *rovny* (*even*) lexemes are identified and differences in the meanings conveyed by these lexemes are shown.

Key words: tactile perception, combinability, cognitive interpretation, meaning, semantic and cognitive feature.

А.И. Лызлов (Смоленск, Россия)

ВА ВПВО ВС РФ

(Военная академия войсковой противовоздушной обороны

Вооруженных сил Российской Федерации)

ale-lyzlov@mail.ru

ЭКССЕССИВНЫЕ МОДЕЛИ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Предлагаемая статья посвящена когнитивному анализу эксцессивных конструкций, представленных во фразеологических единицах английского языка. Эксцессивы обладают ярко выраженным оценочным потенциалом и являются релевантными элементами англоязычного лингвокультурологического пространства.

Ключевые слова: английские фразеологические единицы, оценка, пропозициональная модель.

Язык в немалой степени задействован в описании лиц, вещей и явлений – феноменов, и их различных взаимоотношений – событий. С точки зрения современной когнитивной науки [КСКТ 1996: с. 135], феномены и события, отражаемые в человеческом сознании и, соответственно, в языке, структурируются в виде пропозициональных моделей. Они могут использовать методы прямой и косвенной номинации, иными словами, иметь неметафорический (необразный) и метафорический (образный) характер.

Пропозициональные модели как конструкты сознания объективируются в различных языковых формах, в том числе фразеологических. Фразеологизм – это высказывание, состоящее из нескольких слов с частично или полностью переосмысленным значением. Моделирование языковых единиц является одним из перспективных направлений науки о языке [Сулейманова, Фомина 2023: 163; Лызлов 2023: 174]. Так, Мун [Moon 1998: 90] вводит понятие «фразеологическая модель», а Рей относит фразеологизмы к шаблонным единицам “formulaic language units”, отмечая, что значительная часть нашего повседневного языка является шаблонным. Язык предсказуем по форме, идиоматичен и хранится в фиксированных или полуфиксированных блоках (“chunks”) [Wray 2002: 12].

В содержании фразеологических единиц прослеживается четко выраженный оценочный потенциал. Оценка традиционно определяется как отношение говорящего к сообщаемому, которое выражается при помощи понятий «хорошо» и «плохо» [Ивин

2015: 4]. Содержание фразеологизмов отражает представления об оценке через понятие нормы. Под термином *норма* понимается все виды порядка, как все естественные законы природы, так и созданные человеком правила и законы. Языковая норма включает в себя стереотипные классы объектов, обладающих требуемым набором языковых признаков [Вольф 2002: 99].

Аксиология (наука об оценке) также оперирует понятием нормы. Явления, носящие отрицательную оценку, считаются отклонениями от нормы. Нужно отметить, что понятие нормы распространяется только на положительные оценки. Положительная оценка означает, что процесс протекает нормально; негативная оценка подразумевает отклонение от нормы, или же то, что характер протекания процесса не удовлетворяет всем нормативным требованиям [Арутюнова 1987: 19]. Норма предполагает равновесие признаков, находящихся на шкале, и соотносится со стереотипными представлениями о среднем количестве признака, которым должен обладать данный объект [Вольф 2002: 55]. Рассмотренные ниже высказывания отражают нормативности оценки, точнее сказать, положительной оценки. Чрезмерное проявления того или иного признака рассматривается как отклонение от нормы.

В данной работе речь идет не о языковой норме (свод правил употребления языка), а о норме лингвокультурологической, которая является предметом изучения современных авторов [Бредис, Ломакина, Мокиенко 2019: 35; Карасик 2002: 4]. Это система представлений, о добре и зле, о ценностях, разделяемых носителями той или иной культуры и имеющим языковую объективацию.

В языке существует множество описаний отклонений от нормы, аномалий. Некоторые из аномалий представлены во фразеологических единицах (ФЕ). В рамках данной работы будут рассмотрены модели эксцессивного характера.

Эксцессив определяется в лингвистике как чрезмерная степень. Это категориальная форма, которая является элементом системы форм степени сравнения и используется для описания избытка качества [Ахманова 2005].

В английской фразеологии наблюдается ряд единиц, которые основаны на использовании эксцессива. В них он выражен конструкцией, в которой присутствует положительная степень сравнения имени прилагательного, а также предшествующей этой степени элементу *too* (слишком). Затем следует обстоятельственный элемент (он может быть представлен инфинитивной конструкцией, выражающей целевую установку). Например, *too much of a good thing is good for nothing* (ср. рус.: «хорошее – враг лучшего»).

Более распространенным вариантом рассмотренной выше модели будет сентенция с наречием, преимущественно элемент «слишком много (*too much*)» как элемент простого предложения с простым глагольным или составным именным сказуемым. Это может быть как простое, так и сложноподчиненное предложение. Например: *too late to spare when all is spent* (рус.: «слишком поздно экономить, когда все потрачено»).

Таким образом, можно вывести пропозициональную аксиологическую гипермодель, которая имеет вид: «отклонение от нормы – это плохо».

Рассмотрим эксцессивные ФЕ на предмет выделения аксиологической составляющей их значений.

В английском языке выделяется группа фразеологизмов-эксцессивов с темпоральной тематикой, значение которых отражает пропозициональную модель «Слишком поздно – это плохо». ФЕ *too late to grieve when the chance is past* задействует ситуацию, в которой говорится об упущенном шансе, закрывшемся окне

возможностей. Запоздавая реакция носит пейоративную окраску и привносится в наивную картину мира путем метафорического описания ситуации, в которой задействуется образ украденной лошади и запоздалые меры предосторожности: *too late to hold the stable door when the horse is stolen*.

Темпоральная дихотомия «рано – поздно» описывается и в ситуации, которая связана с денежными вопросами. ФЕ *too late to spare when all is spent; too late to spare when the bottom is bare* порицают стремление к экономии, когда экономить уже нечего: все растрчено.

В английском языке много фразеологизмов-эксцессивов с количественной тематикой, значение которых отражает пропозициональную модель «Слишком много вещей – это плохо».

Денежные отношения описывает ФЕ *too much money make man bad*, где представлена ситуация не недостатка, а избытка благ.

Движение по горизонтальной оси наблюдается и во ФЕ *too much breaks the bag* – неподъемную ношу не выдержит никакая сумка.

Идея порчи от переизбытка предстает во ФЕ *too much spoils*. Одной из наиболее известных и используемых ФЕ, построенных на основании эксцессивной модели, является ФЕ *too many cooks spoil the broth*, которая может быть рассмотрена как частный случай закономерности, представленной в представленной выше ФЕ.

Гастрономическая образность присутствует также во ФЕ *too much pudding will choke a dog*. В данной единице не без иронии порицается жадность человека, которая выводится в образ собаки, объедающейся пирогом.

Чрезмерная свобода портит человека, данная нормативная сентенция имеет в английском языке следующий вид *too much liberty spoils all*.

Вариантом рассматриваемой модели является модель, описывающая качества личности человека «Слишком сильное проявление качества личности – это плохо».

Неуверенность в себе, выраженная в стремлении к излишним консультациям, желании советоваться со всеми и по любому поводу получает негативную оценку во ФЕ *too much consulting confounds*.

Гордыня как величайший грех неизменно вызывает негативную реакцию, что отражают ФЕ *too proud is too slow / too proud to ask*.

Эксцессивные конструкции используются для порицания излишней хитрости *too much cunning undoes*, ФЕ описывает ситуацию, когда чрезмерная хитрость идет во вред человеку.

В английской картине мира наблюдается значительный интерес к вопросам личной и общественной безопасности, что отражено и в исследуемых ФЕ. Чрезмерная осторожность несет вред. Ряд ФЕ обыгрывает подобную ситуацию при помощи меры «много – мало». Например, ФЕ *too secure is not safe* характеризуется наличием синонимичного выражения, которое использует просторечные элементы для порицания чрезмерной осторожности *too much taking heed is loss*.

Если нужно выразить идею того, что излишняя деловитость вызывает негативную реакцию, используется ФЕ *too busy gets contempt*.

Чрезмерное усердие может навредить самому труженику. Данная мысль отражена в эксцессивной ФЕ *too much diligence is hurtful*.

В английской языковой картине мира фразеологизм *too much praise is a burthen* описывает негативную реакцию на поведение льстецов, их слова обременительны для окружающих.

Таким образом, оценка играет важную роль в лингвокультурологии. Она может иметь выражение в рамках эксцессивных конструкций в английских ФЕ, которые активно используются в современной речи.

Словари

Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: КомКнига, 2005.

БАРФС – Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь. 5-е изд., исправл. М.: Живой язык, 1998.

КСКТ – Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. фак. МГУ, 1996.

Литература

Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык // Вопросы языкознания. 1987. № 3. С. 5-19.

Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Пословица в современной лингвистике: определение, статус, функционирование // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 3 С. 34-43.

Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: УРСС, 2002.

Ивин А.А. Основания логики оценок. М.: Директ-Медиа, 2015.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.

Лызлов А.И. Оценочный потенциал концепта «кошка» в отражении английских фразеологизмов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2023. № 1. С. 174-179.

Сулейманова О.А., Фомина М.А. Проблема разработки метаязыка семантического описания в современной лингвистике // Методология современных семантических исследований в развитии и перспективе. Коллект. моногр. М.: Флинта, 2023. С. 163-176.

Moon R. Fixed expressions and idioms in English. A corpus-based approach. Oxford: Clarendon Press, 1998.

Wray A. Formulaic Language and the Lexicon. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

A.I. Lyzlov (Smolensk, Russia)

Russian Federation Armed Forces Army Air Defense Military Academy

THE EXCESSIVE MODELS OF ENGLISH IDIOMATIC EXPRESSIONS

The given article is devoted to the cognitive analysis of excessive constructions, represented in the English language idiomatic expressions. The excessives possess a pronounced evaluative potential and act as relevant elements of the linguistic and cultural domain of the English language.

Key words: English idiomatic expressions, evaluation, propositional model.

A.P. Mamедова (Москва, Россия)

Российский университет дружбы народов

ОБРАЗ ХОЗЯИНА КАК ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТА ГОСТЕПРИИМСТВО В АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ ПАРЕМИЯХ (НА ФОНЕ РЯДА ТЮРКСКИХ, СЛАВЯНСКИХ И ГЕРМАНСКИХ ЯЗЫКОВ)

Статья посвящена рассмотрению образа хозяина в азербайджанских пословицах, отражающих концепт ГОСТЕПРИИМСТВО, на фоне паремий ряда тюркских, славянских и германских языков. В качестве материала для исследования использована авторская картотека азербайджанских, турецких, русских, белорусских, немецких и английских

пословиц, подобранных приемом сплошной выборки из паремиографических сборников. Сопоставительный анализ показал общее и специфическое в семантике рассматриваемых пословиц, а также народные представления о роли хозяина при приеме гостей, отражающие концепт ГОСТЕПРИИМСТВО.

Ключевые слова: ценности, пословица, паремиология, лингвокультура, азербайджанский язык, европейские языки, концепт ГОСТЕПРИИМСТВО.

Гостеприимство относится к универсальным ценностям разных народов. Это одна из древнейших традиций, которая имеет свои законы. Современные азербайджанцы знают и уважают эти законы, закрепившиеся в народной культуре. Многие из них нашли свое отражение в паремиологическом фонде азербайджанского языка. Эти пословицы репрезентируют ценностные аспекты фрагментов «информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека» через репрезентирующиеся в них концепты – «оперативные содержательные единицы памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [КСКТ 1996: 89-90]. Недавно появившееся направление в лингвистике, паремиология, занимается изучением паремий, используя лингвоаксиологический, лингвокультурный, когнитивный и другие подходы [Паремиология в дискурсе 2015, Паремиология без границ 2020, Паремиология на перекрестках... 2021]. Ценностно заряженные паремии разных языков изучаются с помощью теории лингвокультурного сопоставления паремий [Бредис, Димогло, Ломакина 2020; Бредис, Иванов 2022].

Цель данной работы – анализ азербайджанских паремий, отражающих ценностный концепт ГОСТЕПРИИМСТВО и представляющих образ хозяина, принимающего гостей, в сопоставлении с турецкими, русскими, белорусскими, немецкими и английскими пословицами. Сопоставительный лингвокультурологический анализ семантических моделей пословицы дает возможность выявить их национальные и универсальные черты.

Исследование строится на основе 958 паремий (154 азербайджанские, 514 русских, 21 английская, 32 белорусские, 217 немецких, 20 турецких), в которых репрезентируется концепт ГОСТЕПРИИМСТВО. Материал получен методом сплошной выборки из различных сборников паремий: «Краткого русско-азербайджанского словаря паремий А. Гусейнзаде и Б. Таирбекова (1983); словаря «Русско-азербайджанские пословично-поговорочные параллели» А. К. Гусейнзаде (1971); «Большого словаря русских пословиц» В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной, Е.К. Николаевой (2010); толкового словаря белорусских пословиц «Глумачальны слоўнік прыказак» И.Я. Лепешева и М.А. Якалцевич (2011); «Турецко-русского словаря пословиц» О.Ю. Мансуровой (2020), словаря «Русские пословицы и поговорки и их турецкие аналоги» А.А. Епифанова (2006); *Atalar sözləri. Bakı, "Nurlan"*, (2013); *Nəmidov İ. Azərbaycanca-rusca atalar sözləri lügəti* (2004); *Nəmidov İ., Axundov B., Nəmidova L. Azərbaycanca-rusca, rusca-azərbaycanca atalar sözləri və zərbi-məsəllər lügəti* (2009); *The Oxford Dictionary of Proverbs. / Ed. J. Speake* (2008); *Dictionary of Proverbs. / G. L. Apperson, revised by Martin H. Manser and Stephen Curtis* (2006); *Wander, Karl Friedrich Wilhelm. Deutsches Sprichwörter-Lexikon* (1867-1880).

Согласно традициям азербайджанского гостеприимства с древних времен, хозяин дома (*ev sahibi*) всегда обязан встречать гостя вежливо, всячески помогать ему, угощать и дать возможность для отдыха, даже если гость – абсолютно чужой для него человек [Ахмедов 2017: 92]. По семантике пословицы о хозяине, репрезентирующие концепт ГОСТЕПРИИМСТВО в рассматриваемых языках, можно

разделить на несколько групп согласно моделям: *хозяин – слуга гостя*; *хозяин угощает*; *хозяин – господин*; *хозяин не любит ссор между гостями* и др. При этом большинство рассмотренных пословиц прямо не упоминает концепт ХОЗЯИН, но ясно подразумевает его, часто через концепт ГОСТЬ.

Пословицы первой группы с семантической моделью *хозяин – слуга гостя* отражают традицию гостеприимства, согласно которой хозяин обязан оказывать гостю почет и уважение. Азербайджанская пословица прямо указывает: *Ev sahibî müsafirin xidməkarıdır* ‘Хозяин – слуга гостя’. Хозяин рад угодить гостю. Русские пословицы выражают сходную семантику: *Надо гостей чествовать и им добро свое вестить*; *Гостю почет, хозяину честь*. Немецкая пословица рекомендует: *Einen Gast soll man ehren* (Гостя надо чтить). Хозяин здесь не упоминается, но ясно, что уважительное отношение к гостю – это обязанность хозяина.

Долг хозяина угождать гостю сходным образом отражается в азербайджанской и русской паремиях: азерб. *Qonağın ağzına baxarlar, atına yem verərlər* ‘Гостя угощают, его лошадь кормят’; рус. *Кто гостю рад, тот и собачку его накормит*. При этом радушие хозяина не должно быть чрезмерным. Белорусская пословица подчеркивает: *Гасцям гадзі, але і сябе не галадзі* ‘Гостям угоди, но и себя голодом не мори’. Так иногда говорят хозяйке и хозяину за праздничным обедом.

Пословицы с семантикой *хозяин угощает* напоминают о том, что неперменный долг хозяина – хорошо накормить гостя. Азербайджанская пословица говорит: *Qonağa yeməyi çox qou* ‘Пусть у гостя будет много еды’. Это не просто пожелание, а прямая рекомендация хозяину соблюдать традиции гостеприимства. Азербайджанская и турецкая пословицы со сходной семантикой имеют также сходную образность: азерб. *Qonaq sevənin süfrəsi boş olmaz* ‘Стол гостеприимного (хозяина) не бывает пуст’; турецк. *Konuk sevenin sofrası boş kalmaz* (Стол гостеприимного хозяина не останется пустым). Щедро угощать гостей обязательно, в противном случае хозяин не должен приглашать гостей: рус. *Не зови гостей, коли нет и костей*. Традиционная обязанность гостя выставить гостям угощение подразумевается сама собой. Поэтому задавать гостю вопрос, будет ли он есть, бессмысленно. Об этом говорят азербайджанская и русская пословицы: азерб. *Qonağa “çörək yeyirsən?” deməzlər* ‘Гостя не спрашивают: «Будешь есть хлеб?»»; рус. *Ведь гость не больной, чего его спрашивать?* Русская пословица подразумевает обращение к хозяину относительно потчевания. Это рекомендация хозяину не спрашивать гостя, угодно ли тому что-то, а угощать без лишних вопросов.

Паремии семантической группы *хозяин – господин* подчеркивают главенствующую роль хозяина по отношению к гостям. Именно хозяин определяет места, куда посадить гостей за столом: азерб. *Qonaq evin nöqəridir, harada otursan qalar* ‘Гость – слуга хозяина, где посадят, там и сидит’. В другой азербайджанской пословице гость сравнивается с ручным соколом, привязанным хозяином: *Qonaq ev uyəsinin tərlanıdır: harda bağlasa, orda durar* ‘Гость – сокол хозяина: где привяжут, там и остается’. В турецкой пословице зависимость гостя от хозяина выражается образом верблюда: *Konuk, ev sahibinin devesidir, nerede bağlarsa orada durur* ‘Гость – верблюд хозяина, где привяжут, там и стоит’. В паремиях других языков также подчеркивается традиционное право хозяина – угощать и определять гостю место за столом: рус. *Гости – люди подневольные: где посадят, там и сидят; а хозяин что чирей: где захочет, там и сядет; Хозяин – господин, а гости – мученики; белорус. Госьць як нявольнік: ляжа, хоць і ў пярыну паложцаць* ‘Гость как невольник, хоть и на перину положат’; нем. *Leid dich gast, sonst bist ein last* ‘Страдай, гость, иначе

ты – обуза’. Через образ гостя – невольника и слуги выражается господствующая роль хозяина во время приема гостей.

Еще одна группа пословиц отражает семантическую модель *хозяин не любит ссор между гостями*. Ситуация, когда приглашенные гости в доме хозяина начинают ссору между собой, осуждается в паремиях многих языков. Для хозяина такие ссоры неприемлемы, т.к. этим нарушаются традиции гостеприимства. Об этом следующие пословицы: азерб. *Qonaq qonağı istəməz, ev yüyəsi hər ikisini* ‘Гость гостя не хочет, а хозяин – обоих’; турецк. *Misafir misafiri (konuk konuğu) istemez (sevmez), ev sahibi ikisini* ‘Гость гостя не хочет (не любит), а хозяин обоих’; белорус. *Госць госьця ненавідзіць, а гаспадар абодвух* ‘Гость гостя ненавидит, а хозяин обоих’; нем. *Einem Gaste ist der andere zuwider, und dem Wirthe beide* (Один гость не любит другого, а хозяин не любит обоих).

Еще одна группа пословиц говорит о том, что роли хозяина и гостя могут меняться, т.к. законы гостеприимства диктуют необходимость взаимности. Тот, кто ходит в гости, должен приглашать гостей и к себе. Азербайджанская пословица гласит: *Qonaqlıq yaxşı şeydir, bir gün bizdə, bir gün sizdə* ‘Гостить – хорошее дело, один день у нас, один день у вас’. Обязательным считается пригласить хозяев к себе с ответным визитом. Семантически азербайджанской паремии соответствуют русская *В гости ходить – надо и к себе водить*, а также английская *Host's invitation is expensive* ‘Приглашение хозяина стоит дорого’.

Проведенный анализ материала показал большое сходство семантики в пословицах о хозяине, входящих в поле концепта ГОСТЕПРИИМСТВО. Это показывает, что традиции гостеприимства в плане отношений *хозяин – гость* сходны у многих народов. Пословичные образы несут в себе этнокультурные отличия. Так, в пословицах разных народов по отношению к хозяину гость может быть невольником, ручным соколом, верблюдом и т.п. Азербайджанские пословицы о хозяине имеют свою образность, которой наиболее близки образы турецких паремий в силу родства тюркских языков. Их семантика соответствует универсальной традиционной ценности гостеприимства.

Словари

Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. – *КСКТ*.

Литература

Ахмедов А. Традиции приема гостей в Азербайджане в трудах европейских авторов, пишущих о Сефевидах // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2017. Вып. 4 (718). С. 88-96.

Бредис М. А., Димогло М. С., Ломакина О. В. Паремии в современной лингвистике: подходы к изучению, текстообразующий и лингвокультурологический потенциал // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 265-284. DOI: <https://www.doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-265-284>.

Бредис М. А., Иванов Е. Е. Лингвокультурологический комментарий в полилингвальных словарях пословиц // Вопросы лексикографии. 2022. № 26. С. 5-30. DOI: <https://www.doi.org/10.17223/22274200/25/1>.

Паремииология без границ / под ред. М.А. Бредиса, О.В. Ломакиной. М.: РУДН, 2020.

Паремииология в дискурсе / под ред. О.В. Ломакиной. М.: URSS: Ленанд, 2015.

Паремииология на перекрестках языков и культур: монография / М. А. Бредис, Е. Е. Иванов, О. В. Ломакина, Н. Ю. Нелюбова, Ю. А. Петрушевская ; под ред. Е. Е. Иванова, О. В. Ломакиной. М.: РУДН, 2021.

*A. Mamedova (Moscow, Russia)
RUDN University*

IMAGE OF THE HOST AS A REFLECTION OF THE CONCEPT OF *HOSPITALITY* IN AZERBAIJANIAN PROVERBS (BASED ON PROVERBS IN A NUMBER OF TURKIC, SLAVIC AND GERMANIC LANGUAGES)

The article is devoted to the consideration of the concept HOST in Azerbaijani proverbs based on proverbs in a number of Turkic, Slavic and Germanic languages. The author's data base of Azerbaijani, Turkish, Russian, Belarusian, German and English proverbs, selected using a continuous sampling method from paremiographic collections, was used as material for the study. A comparative analysis showed the general and specific in the semantics of the proverbs under consideration, as well as folk ideas about the roles of the host when receiving a guest, reflecting the concept of HOSPITALITY.

Key words: values, proverb, paremiology, linguistic culture, Azerbaijani language, European languages, concept of HOSPITALITY.

*Н.Г. Мед (Россия, Санкт-Петербург)
Санкт-Петербургский государственный университет
natalia_med@mail.ru*

МУЗЫКАЛЬНЫЙ КОД КУЛЬТУРЫ В ЛЕКСИКЕ И ФРАЗЕОЛОГИИ РОМАНСКИХ ЯЗЫКОВ

Статья посвящена исследованию лексики и фразеологии музыкального кода культуры романских языков. Выявлено 8 тематических групп музыкальной лексики, задействованных в формировании семантических дериватов и фразеологизмов испанского, французского, итальянского и португальского языков, характеризующих человека и его мир, а также рассмотрены основные виды межязыковых фразеологических соответствий.

Ключевые слова: романские языки, лингвокультурология, код культуры, музыкальная лексика, фразеология.

Одним из основных понятий лингвокультурологии является код культуры, который «может быть определен как “сетка”, которую культура “набрасывает” на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает его» [Красных 2001: 5-6]. Музыкальный код культуры является одним из базовых кодов культуры, который находит свое вербальное воплощение в семантических дериватах и фразеологизмах, описывая мир человека, его внешние и внутренние качества, действия и состояния.

Музыкальный код культуры в лексике и фразеологии романских языков (испанского, французского, итальянского и португальского) не был предметом самостоятельного изучения, и, таким образом, основной целью данного исследования является систематизация и классификация музыкальной лексики, задействованной в формировании семантических дериватов и фразеологизмов, по тематическим

группам, а также выявление общего и национально-специфического в этом фрагменте романской языковой картины мира.

В качестве материала исследования использовались современные фразеологические словари анализируемых романских языков.

В результате проведенного анализа было выявлено 8 тематических групп музыкальной лексики: 1. Музыкальные инструменты: духовые деревянные и медные (исп. *flauta, gaita, pito*; франц. *flûte, trompette*; итал. *tromba*; порт. *gaita, flauta, trombeta*); струнные смычковые и струнные щипковые (исп. *violin, arpa, guitarra*; франц. *violon*; итал. *violino*; порт. *guitarra, harpa, violino, viola*); клавишные (исп. *piano*, франц. *piano*, порт. *piano*), шумовые (исп. *bombo, caja, platillo, pandero, castañuelas, maracas*; франц. *tambour, castagnettes*; итал. *tamburo*; порт. *caixa, tambor, trombones, castanholas*); язычковые (исп. *acordeón*; франц. *accordéon*). 2. Части музыкальных инструментов (исп. *cuerda, tecla*; франц. *corde, touche*; итал. *corda, tasto*; порт. *corda, tecla*). 3. Теория музыки (исп. *diapasón, nota, bemol, do, solfa*; франц. *diapason, bémol, note*, итал. *do, diapason, la, nota, solfa*; порт. *diapasão, do, nota*). 4. Имена композиторов и исполнителей (исп. *Gardel, Machin*; франц. *Mozart*; итал. *Paganini*). 5. Названия песен, танцев (исп. *tango, gato, jota, milonga, petenera, polca*; франц. *branle, polca, valse*; порт. *vals*). 6. Названия музыкальных жанров (исп. *motete, serenata*; франц. *sérénade*; порт. *fado, fandango*). 7. Управление оркестром (исп. *batuta*, порт. *batuta*). 8. Музыкальные принадлежности (франц. *papier à musique*).

Наше исследование показало, что, несмотря на общность музыкальной лексики, принимающей участие в формировании семантических дериватов и фразеологизмов романских языков, среди межъязыковых лексических и фразеологических соответствий наблюдается относительно небольшое количество эквивалентов, каждый язык использует собственные образные ассоциации. Так, в группе духовых деревянных инструментов общим компонентом фразеологизмов является флейта, но французский и португальский языки избирают сходство флейты с ногой человека: франц. *jouer des flûtes* (букв. играть флейтами, перен. бежать со всех ног), порт. *pôr-se nas flautas* (букв. встать на флейты, перен. бежать со всех ног). Дерево, которое используется для изготовления флейты с хорошим звучанием, должно быть мягкой породы. Эти свойства древесины отражены во французском фразеологизме, характеризующем доброго, мягкого, кроткого человека: *être du bois dont on fait les flûtes* (букв. быть из дерева, из которого делают флейты). Флейта по сравнению с другими музыкальными инструментами является легкой по весу, и португальский фразеологизм *levar a vida na flauta* (букв. проводить жизнь во флейте) означает несерьезное, безответственное отношение к жизни. Мотивировка испанского компаративного фразеологизма *hablar como una flauta desafinada* (букв. говорить как расстроенная флейта, перен. говорить бессвязно) связана с дефектами звучания флейты. Происхождение испанского фразеологизма *entre pitos y flautas* (букв. между дудками и флейтами, перен. по той или иной причине) обусловлено соперничеством этих двух музыкальных инструментов в народных танцах.

Межъязыковые фразеологические эквиваленты наблюдаются в тематической группе «Части музыкальных инструментов». Так, образ струны как символа хорошего или плохого музыкального исполнения находит свое отражение во фразеологизмах, выражающих эмоциональное отношение к чему-либо: исп. *tocar la (una) cuerda sensible*, франц. *toucher la corde sensible*, итал. *toccare una corda sensibile*, порт. *tocar na corda sensível* (затронуть чувствительную струну). Монотонное, повторяющееся нажатие на одну и ту же клавишу во фразеологизмах-эквивалентах итальянского и

португальского языков *battere sullo stesso tasto* и *tocar na mesma tecla* означает 'настаивать на своем, повторяться'.

В тематической группе «Теория музыки» также следует отметить наличие межязыковых фразеологических эквивалентов. В испанском, итальянском и португальском языках фразеологические эквиваленты исп. *dar el do de pecho*, итал. *dare il do di petto*, порт. *dar o dó de peito* (букв. дать грудное до) означают успешное преодоление трудностей, что связано с особенностями диапазона тенора, который распространяется от первой октавы до третьей. Взятие верхнего до, представляющее сложность для певца, и при котором активно используются мышцы грудной клетки, считается знаком качества для исполнителей.

Имена композиторов, исполнителей, названия музыкальных жанров, танцев и песен, являющиеся компонентами фразеологизмов романских языков, отличаются национально-культурной спецификой. Так, имя Антонио Мачина, знаменитого исполнителя кубинских народных песен, является компонентом двух испанских фразеологизмов *estar más sonado que las maracas de Machín* (букв. быть более шумным, чем маракасы Мачина, перен. быть сумасшедшим) и *moverse más que las maracas de Machín* (букв. двигаться больше, чем маракасы Мачина, перен. быть очень энергичным). Шутливое выражение *Paganini non ripete* (букв. Паганини не повторяет) используется в итальянском языке при нежелании повторять сказанное ранее, что связано с реальным историческим фактом: в ответ на просьбу короля повторить мелодию Паганини сказал, что не повторяет своих мелодий, поскольку всегда импровизирует.

Название старинного французского хороводного танца бранля, характеризующегося перемежающимися круговыми движениями и боковым шагом, входит в состав фразеологизмов *donner le branle* (букв. дать бранль), *mettre en branle* (букв. начать бранль) со значением 'начать что-либо'. Знаменитая арагонская хота, зажигательный испанский танец, служит мотивировкой фразеологизма *tener cuerpo de jota* (букв. иметь тело хоты), характеризующим человека, желающего повеселиться.

Среди наименее известных музыкальных жанров, участвующих в создании фразеологизмов романских языков, можно отметить мотет, жанр многоголосой вокальной религиозной музыки, распространенный в эпоху Средневековья и Возрождения в Европе, отличающийся сложностью восприятия для музыкально не подготовленных людей, что отражается в испанском фразеологизме *dar el motete* (букв. дать мотет) со значением 'надоедать, раздражать кого-либо нескончаемыми разговорами'. Португальский музыкальный жанр фаду (от латинского *fatum*-судьба) представляет собой грустное, меланхоличное исполнение песен о горькой и трудной судьбе. Фразеологизм *fado choradinho* (букв. плаксивое фаду) обозначает монотонное, нудное повествование о различных событиях.

Самыми малочисленными являются тематические группы «Управление оркестром» и «Музыкальные принадлежности». Главным элементом в управлении оркестром является дирижер, и дирижерская палочка становится символом власти, контроля над ситуацией, наличия опыта, что отражается во фразеологизмах и семантических дериватах романских языков: исп. *coger / tomar / llevar / manejar / la batuta* (букв. взять / держать / палочку / управлять палочкой, перен. руководить, держать под контролем), порт. *ter a batuta na mão* (букв. иметь палочку в руке, перен. управлять, главенствовать), *ser batuta em qualquer coisa* (букв. быть палочкой в чем-либо, перен. быть экспертом, обладать опытом). Только во французском языке обнаружен фразеологизм с названием музыкальных принадлежностей *être réglée*

comme du papier à musique (букв. быть разлинованным как нотная бумага), характеризующий хорошо организованного, пунктуального человека.

В качестве заключения следует отметить, что основным семантическим сдвигом во фразеологизмах данного фразеологического поля является внешнее семантическое согласование, состоящее в приобретении переносного смысла в исходном нефразеологическом словосочетании, что приводит к образованию омонимичного устойчивого идиоматического словосочетания [Гак 1977: 25; Кириллова 1986: 12-13]: исп. *subir, bajar el diapason* (букв. увеличить, уменьшить диапазон, перен. повысить, понизить голос, повысить, понизить тон дискуссии), франц. *battre le tambour* (букв. бить в барабан, перен. объявить новость), итал. *suonare il violino a qualcuno* (букв. играть на скрипке для кого-то, перен. льстить, хвалить кого-либо), порт. *convite à valsa* (букв. приглашение к вальсу, перен. соблазнительное предложение).

Музыкальному коду культуры романских языков свойственна антропоцентричность, поскольку семантические дериваты и фразеологизмы характеризуют человека и его мир, исходя из особенностей звучания музыкальных инструментов, их внешнего вида, специфики музыкальных жанров, народных песен и танцев, песен, правил нотной грамоты и основ теории музыки, вклада композиторов и исполнителей в историю музыки.

Словари

Buitrago Jiménez A. Diccionario de dichos y frases hechas. Madrid: Espasa, 2004.

Martins Barata A. Dicionário prático de locuções e expressões da língua portuguesa. Braga: Livraria A.I., 1989.

Nogueira Santos A. Português. Novos dicionários de expressões idiomáticas. Lisboa: Edições João Sá da Costa, 2000.

Pittano G. Dizionario dei modi di dire. *Frases fatte capo ha*. Dizionario dei modi di dire, proverbi e locuzioni di italiano. Bologna: Zanichelli, 2009.

Quartu M. Dizionario dei modi di dire della lingua italiana. Milano: Mondolibri, 2000.

Rey A., Chantreau S. Dictionnaire d'expressions et locutions. Paris: Robert, 2007.

Sorge P. Dizionario dei modi di dire della lingua italiana. Origine e significato delle frasi idiomatiche e delle forme proverbiali rare e comuni. Roma: Newton Compton Editori, 2011.

Литература

Гак В.Г. Сопоставительная лексикология (на материале французского и русского языков). М.: Международные отношения, 1977.

Кириллова Н.Н. Сопоставительная фразеология романских языков. Л.: Изд-во Ленинградского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена, 1986.

Красных В.В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) //Язык, сознание, коммуникация. Сб.статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКСПресс, 2001. С. 5-19.

N.G. Med (Saint Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University

MUSICAL CODE OF CULTURE IN VOCABULARY AND PHRASEOLOGY OF ROMANCE LANGUAGES

The article is devoted to the study of the vocabulary and phraseology of the musical code of the culture of the Romance languages. 8 thematic groups of musical vocabulary which participate in the formation of semantic derivatives and phraseological units of the Spanish, French, Italian and Portuguese languages and characterize a human being and his world were identified. Also the main types of interlingual phraseological correspondences were considered.

Key words: Romance languages, linguoculturology, culture code, musical vocabulary, phraseology.

Е.С. Михайлова (Москва, Россия)

*Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации
frankyy@mail.ru*

РУССКО-БОЛГАРСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОМОНИМИЯ НА ПРИМЕРЕ ФЕ С КОМПОНЕНТАМИ-СОМАТИЗМАМИ

В статье рассматривается явление фразеологической омонимии на примере русских и болгарских устойчивых выражений, а также значение образов, стоящих за данными ФЕ, в зависимости от фразеологической картины мира носителей данных языков.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, фразеологические единицы, языковая картина мира, фразеологическая картина мира, соматизмы.

Слова, относящиеся к частям человеческого тела, представляют интерес для исследователей разных направлений лингвистики, в том числе когнитивной: это один из наиболее древних пластов лексического состава языка, который участвует «в создании определенного фрагмента языковой картины мира» [Болдырева 2010: 30]. Язык фиксирует жизненный опыт человека, при этом, как отмечает М.В. Пименова, «каждому языку присущ свой способ концептуализации действительности» [Пименова 2013: 127]. К базовым концептам можно отнести те, что «составляют фундамент языка и всей картины мира» [там же], в том числе соматические концепты. Фразеологическая картина мира представляет собой часть языковой картины мира, «описанной средствами фразеологии, в которой каждый фразеологический оборот (ФО) является элементом строгой системы и выполняет определенные функции в описании реалий окружающей действительности», содержит «не только рациональную, но и эмоциональную информацию о действительности» [Хайрулина 2000: 12].

Группа слов, называющих части тела, широко представлена во фразеологизмах, поскольку человек в первую очередь сосредоточен на своем отношении к окружающим его предметам и действительности, на своем восприятии различных явлений через кожу, глаза, уши и т.д. Нередко ФЕ с одним и тем же компонентом-соматизмом имеют схожий образ: Р. Батсурэн отмечает, что значение лексемы *голова* как «ума, мыслительной деятельности» является универсальным для разных языков, в частности для русского, английского и монгольского. В «Болгарско-русском фразеологическом словаре» (БРФС) обнаруживается множество фразеологизмов с компонентом «голова», имеющих самые разные значения, связанные с интеллектуальной деятельностью или физическим бытием: *бия си главата ломать голову над чем-л., биться над чем-л.*, буквально «биться головой»; *вбивам / вбия в главата на някого нещо вбивать/вбить в голову кому-л. что-л., вдальбивать/вдолбить в голову кому-л. что-л.; рискувам (с) главата си рисковать (своей) головой.*

Несмотря на частое совпадение образов во фразеологии, можно встретить омонимы, когда ФО совпадают по лексическому и синтаксическому составу, но имеют совершенно разное значение. Лингвисты выделяют внутреннюю и

межъязыковую фразеологическую омонимию. В «Словаре фразеологических омонимов современного русского языка» (СФОСРЯ) приводится следующее определение: «фразеологические омонимы – языковые единицы, характеризующиеся тождеством структурной модели и компонентного состава, но имеющие несовмещающиеся значения» [СФОСРЯ 2010: 3]. К таким ФЕ относятся фразеологизмы вроде **благим матом 1 – очень громко, исступленно** и **благим матом 2 – очень быстро, стремительно** (устар.).

Межъязыковая фразеологическая омонимия, в частности межславянская, также привлекает внимание лингвистов. Например, К.Ч. Кусаль отмечает богатство русского и польского языков единицами, «близкими по форме, но различными по содержанию, которые благодаря устойчивости своей структуры и семантики могут при общем формальном сходстве вступать в омонимические отношения» [Кусаль 2006: 38]. Например, **уткнуць нос во что-л. Не отрываясь, с увлечением читать, писать и т.п.** и **wetknąc nos w co, do czego. Вмешаться, сунуться**. З. Дьерке, говоря о фразеологической омонимии русского и венгерского языков, также приводит немало примеров именно с компонентами-соматизмами: **голова (котелок) варит: 'кто-то сообразителен, догадлив, понятлив'** в сравнении с венгерским **fő a feje** в значении **'кто-то сильно озабочен'**;

Говоря о схожих или полностью совпадающих по составу «соматических» ФЕ в русском и болгарском языках, отметим, что многие из них совпадают и лексически, и семантически:

высоко держать голову. Экспрес. Быть гордым, независимым и държа главата си високо *быть гордым, иметь достоинство.*

избивам/избия нещo от (също из) главата на някого *разг. Выбивать/выбить что-л. из головы у кого-л.*

Несмотря на близость двух языков, значительная часть таких похожих друг на друга ФЕ с компонентами-соматизмами тем не менее не совпадает в значении. К. Ничева выделяет множество способов возникновения фразеологизмов, в том числе акцентируя внимание на ФЕ, образованные на базе человеческих реакций, жестов, а также народных обычаев. Она отмечает, что база возникновения таких выражений не является общечеловеческой, а их «внутренняя форма понятна только если тем, кто их использует, знаком соответствующий обычай» [Ничева 1987: 51]. Выражение **да не дочакаш червеното яйце**, например, означает **умереть, не дождавшись весны** и связано с традицией красить яйца на Пасху; фразеологизм **със зяпнала уста** (**открыв, също раскрыв, разинув, разина рот**) в прошлом был свободным словосочетанием, означающим реакцию, характерную для человека, удивленного чем-либо.

Ломать/гнуть спину/хребет/горб. Прост. Экспрес. Трудиться до изнеможения, изнулять себя тяжелой работой. Согласно «Словарю русской фразеологии. Историко-этимологический справочник» (СРФИЭС), выражение напоминает о тяжелом физическом труде крепостных крестьян, когда те работали на земле весь день не разгибая спины. Омонимичная болгарская ФЕ **чупя гръб пред някого** при этом обозначает **угодничать, лакейничать, подлизываться к кому-либо**. На наш взгляд, болгарская ФЕ **чупя гръб пред някого**, означающая буквально «ломать перед кем-то спину», вероятно, в прошлом воспринималась как свободное словосочетание и обозначала движение, при котором человек был вынужден наклонить спину, поклониться, чтобы выразить свое почтение.

смотреть сквозь пальцы на что-либо. Разг. Экспрес. Игнорировать что-либо; намеренно не обращать внимания на что-либо и **гледам през пръсти нещo или на**

нещо. Быть неточным в своем деле, выполнять что-либо небрежно, неряшливо. Хотя данные фразеологизмы и содержат в себе отрицательную характеристику человека, в русской ФЕ прежде всего считывается сознательный отказ что-то замечать, а в болгарской – несерьезное отношение к работе. Известно, что русское выражение является калькой немецкого *durch die Finger sehen*. Этимологии болгарской ФЕ мы не обнаружили, однако можно предположить, что происхождение такого фразеологизма связано с движением, когда человек не желает отодвинуть пальцы, чтобы как следует что-либо рассмотреть или выполнить без помех.

бить себя в грудь. Разг. Презр. Клятвенно, крикливо уверять кого-то в чем-либо и **бия се в гърдите.** 1. Выставлять себя, приписывать себе какие-либо заслуги, хвастаться без причины. 2. Плакаться, жаловаться или каяться. Оба фразеологизма содержат значение демонстративного поведения, которое воспринимается окружающими отрицательно, однако в русской ФЕ отсутствует значение хвастовства или сожаления о чем-либо. Русское выражение, вероятно, имеет библейское происхождение, «где описываются случаи самоистязаний по случаю смерти царей или родственников в древние времена» [СРФИЭС 1998: 139]. По всей видимости, и болгарский фразеологизм является изначально библейским, однако употребляется в несколько ином значении.

На наш взгляд, такое большое число омонимичных фразеологизмов не случайно: хотя нередко за соматизмами стоят похожие образы, в разных языках, в том числе близкородственных, сочетание, например, определенного существительного и глагола предлагает совершенно иное видение. Вероятно, причина кроется не только в дополнительном/ином оттенке соматизма, но и в восприятии самого буквального словосочетания и его семантики. Кроме того, значения таких ФЕ могут расходиться в русском и болгарском языках, но совпадать, например, в балканских. К. Кнежевич приводит большое число фразеологизмов, совпадающих в плане выражения и содержания, в болгарском, сербском и турецком языках, в частности с лексемой «голова»: *мирна ми е главата* (болг.), *мирне главе* (сербск.), *Başı dinç olmak* (тур.) выступают со значением «сохранять спокойствие»; *вържа си главата* (болг.), *vezati себи главу* (сербск.), *Başı bağılı olmak* (тур.) – «жениться» и т.д.

Литература

Батсурэн Р. Отображение универсальных и этноспецифических черт языковой картины мира в фразеологических фондах английского, русского и монгольского языков (на материале фразеологизмов-соматизмов и зоонимов): дисс. ...канд. филол. наук. Саратов, 2010.

Болдырева Е.И. Анализ соматического пространства в лексической системе языка / Е.И. Болдырева // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. Часть I: Сборник материалов международной научной конференции Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2010. С. 28-33.

БРФС – Болгарско-русский фразеологический словарь. Москва-София: Издательство «Русский язык». Государственное издательство «Наука и искусство», 1974.

Дьерке З. Явление межъязыковой русско-венгерской фразеологической омонимии и его отражение в двуязычной фразеографии // Проблемы истории, филологии, культуры. 2009. № 2. С. 293-301.

Кнежевич К. Балкански близости: фразеологизми с компонент „глава“ (наблюдения върху български, сръбски и турски материали) // Филологически форум. 2016. № 2 (4). С. 118-125.

Кусаль К.Ч. Русско-польская межъязыковая омонимия и паронимия: автореф. дисс. ... док. филол. наук. СПб., 2006.

Ничева К. Българска фразеология: монография. София: Наука и изкуство, 1987.

Пименова М.В. Типы концептов и этапы концептуального исследования // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 2 (54). Т. 2. С. 127-131.

СРФИЭС – Словарь русской фразеологии. Историко-этимологический справочник. СПб.: Фолио-Пресс, 1998.

СФОСРЯ – Словарь фразеологических омонимов современного русского языка. М.: Издательство «Флинта». Издательство «Наука», 2010.

ФРБЕ – Фразеологичен речник на българския език. В 2 т. София: Издательство на Българската академия на науките, 1974-1975.

Хайрулина Р.Х. Фразеологическая картина мира: от мировидения к миропониманию: монография. Уфа: Издательство БГПУ, 2001..

E.S. Mikhaylova (Moscow, Russia)

Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation

THE PHENOMENON OF PHRASEOLOGICAL HOMONYMY IN THE RUSSIAN AND BULGARIAN LANGUAGES (BASED ON SOMATIC PHRASEOLOGICAL UNITS)

The article deals with the phenomenon of phraseological homonymy in the Russian and Bulgarian languages with somatic units being under consideration. It also considers the meaning behind the ideas of those being considered depending on the phraseological world picture.

Key words: cognitive linguistics, phraseological units, linguistic world picture, phraseological world picture, somatic components.

В.М. Мокиенко (Санкт-Петербург, Россия)

*Санкт-Петербургский государственный университет
mokienko40@mail.ru*

ВАРИАНТЫ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ В ИДЕОГРАФИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ¹

Вариантность языковых единиц – динамическое явление, характерное для всех их разновидностей. Во фразеологии она становится значимым ресурсом повышения экспрессивности и генератором новообразований. В статье варианты фразеологических неологизмов рассматриваются в синхронной и диахронической проекции. С синхронной точки зрения лексические варианты фразеологических неологизмов допускают (в лексикографических целях) объединение достаточно разных единиц, в то время как диахронический подход оправдывает трактовку некоторых оборотов не как варианты, а как синонимы.

Ключевые слова: вариантность, неологизмы, фразеологические единицы, фразеологическое варьирование, лексические варианты.

Очередные, уже VI-е, Фирсовские чтения проходят под традиционным названием «Современные языки и культуры: вариативность, функции, идеологии в когнитивном аспекте». Вариативность не случайно поставлена на первое, уточняющее место в этом наименовании. Известно, что Н.М. Фирсова связывала языковую вариативность с национально-культурной спецификой речевого общения

¹ Публикация выполнена в рамках исследования за счет гранта Российского научного фонда (проект №23-18-00141 «Идеографический словарь русской фразеологической неологии: динамика языка и мышления»), реализуемый в Санкт-Петербургском государственном университете).

[Фирсова 2000], подчеркивая тем самым когнитивные потенции этого лингвистического явления. Хотя этот постулат доказывался на материале испанского языка и соответствующей языковой среды, кажется, что он имеет универсальное значение для наших лингвистических изысканий. В том числе – и для русистики. Вот почему, размышляя о теме своего доклада в РУДН, я избрал темой именно варьирование фразеологических неологизмов.

Вариантность давно уже привлекла внимание фразеологов, справедливо видящих в ней динамические ресурсы креативности. Отсюда – разнообразные классификации так называемых индивидуально-авторских трансформаций [Диброва 1979; Мелерович, Мокиенко, Якимов 2016] и типология вариантов фразеологии близкородственных языков [Мокиенко 1989: 9-36]. Такой разноаспектный анализ показал, что, несмотря на универсальность феномена вариатности в общезыковой системе и в таком ее значимом уровне, как фразеология, она имеет свою специфику – как структурно-формальную, так и семантическую. При этом, если формальные (фонетические, грамматические и словообразовательные) варианты являются общими как для лексики, так и для фразеологии, то варианты лексические (т.е. замена компонентов ФЕ) можно назвать специфичными, поскольку именно они релятивизируют представление о категориальной устойчивости таких единиц. Тем не менее лексическая вариантность, как уже доказано, не опровергает категориального статуса ФЕ, а придает фразеологической системе особую динамичность, поскольку варьированность компонентов ФЕ имеет широкую семантическую амплитуду: от почти тождественных синонимов до не всегда ощущаемого носителями языка тематического подобия.

Возникает вопрос: где пределы фразеологического варьирования? и где граница, за которой кончается вариант фразеологической единицы и возникает иной, самостоятельный оборот? Объективные ответы на эти вопросы – одна из общих задач функциональной и исторической фразеологии. В функциональном плане – это нахождение фразеологического инварианта, в диахроническом – установление искомого словосочетания. «В истории языка вопрос о том, где проходит граница устойчивого сочетания и контекста, какие слова следует считать обязательными компонентами фразеологизма, а какие – факультативными, какие – компонентами, а какие – словами-сопроводителями, особенно сложен», – констатирует Е.В. Генералова [Генералова 2020: 51].

Не менее сложен он и при анализе такого варьирования во фразеологической неологии. Причина этому – ее некоторая структурно-семантическая амбивалентность. С одной стороны, в ее состав входят новые устойчивые словосочетания идиоматического типа, адекватные «классическим» фразеологизмам в узком смысле слова. Они представлены в тех же семантических блоках, что и традиционные идиомы. Например: **БЕДНЫЙ, БЕЗДЕЛЬНИЧАТЬ, БОГАТЫЙ, ГЛУПЫЙ, ГОЛОДНЫЙ, ДАЛЕКО, ДОБРЫЙ, ЗЛОЙ, КОНЕЦ, КРАСТЬ, ЛОЖЬ, МНОГО, НОВЫЙ, ОБМАН, ПОНЯТНО, РАБОТАТЬ, УМНЫЙ** и под. С другой стороны, в корпус русских фразеологических неологизмов входит и большая и значимая по своей лингвокультурологической информации группа перифраз, специфика которых – экспрессивная оценка реалий и явлений номинативного типа. Таковы, например: **БУРЖУАЗНОЕ ОБЩЕСТВО, ВОЕННОЕ ДЕЛО, ГЕОГРАФИЯ, ЖИВОТНЫЙ МИР, ИСТОРИЯ, КОСМОС, КУЛЬТУРА, ИСКУССТВО, ОБРАЗОВАНИЕ; НАУКА, ТЕХНИКА; ОБЩЕСТВЕННАЯ ЖИЗНЬ, ПИТАНИЕ, ПОЛЕЗНЫЕ ИСКОПАЕМЫЕ, ПРОМЫШЛЕННОСТЬ,**

ЭНЕРГЕТИКА; РАСТИТЕЛЬНЫЙ МИР, СЕРВИС, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ТРАНСПОРТ, ЧЕЛОВЕК и под. Легко заметить, что функционально-семантическое отличие этих двух групп фразеологических неологизмов порождает и их принципиально иное расположение на идеографической сетке. Первая группа в идеографическом ключе, собственно, является универсальной для идиоматики и порождает обилие фразеологических синонимов, которые органически пополняют запасы традиционной фразеологии. Вторая группа по своей номинативной семантике репродуцирует семантическую группировку тематических словарей лексики, с тем лишь различием, что соответствующие перифразы обозначают (в большинстве своем коннотативно) новые реалии и явления действительности или выражают несколько обновленный взгляд на традиционные артефакты.

Варьируемость фразеологических неологизмов первого типа в целом адекватна варьируемости традиционной идиоматики того или иного соответствующего идеографического блока. Так, в активную группу русской идиоматики со значением «МНОЖЕСТВО» вливается немало новых фразеологизмов из жаргонного потока «лихих 90-х». Этот живой поток обеспечивает иногда лексическое варьирование всех компонентов фразеологического неологизма. В нашем «Словаре фразеологических синонимов русского языка» количество денег характеризуется такими традиционными фразеологизмами, как *денег куры не клюют, как грязь, денег как щепок, хоть лопатой гребь* [Бирих, Мокиенко, Степанова 2023: 93].

В обсуждаемом же «Идеографическом словаре русской фразеологической неологии: динамика языка и мышления», над проектом которого мы работаем, эта коллекция пополнилась экспрессивными оборотами, оценивающими зарабатываемые в большом количестве деньги:

ЗАКОЛАЧИВАТЬ/ ЗАКОЛОТИТЬ (ЗАШИБАТЬ/ ЗАШИБИТЬ, НАМОЛАЧИВАТЬ, РУБИТЬ...) **БАБКИ (БАБЛО, БАБУЛЬКИ...)**. *Жарг.* Активно добывать, доставать, зарабатывать деньги (обычно много), часто для какой-л. цели. – Химик 1, 33.

Умеют *заколачивать бабки*, – сказала Нюрка с одобрением. Г. Прашкевич, А. Богдан. Человек «Ч». (НКРЯ).

И утешил: – Ничего, еще *заколотишь* свои *бабки*. Л. Корнешов. Газета.

В трудоустроительной фирме от Андрея, решившего *зашибить «бабки»* в Голландии, первым делом потребовали предоплату – 1650 долларов (на билеты и проживание). А. Велигжанина, Е. Аракелян. Опять с работой в лужу сели мы в Амстердаме и Брюсселе! КП 10.07.2001 (НКРЯ).

РУБЛИ ЗАКОЛАЧИВАТЬ. *Разг., Неодобр.* Зарабатывать много, жадно. – НРЛ.

Многих трудностей могло бы и не быть, будь более внимательным к артистам отдельные руководители ведомств. Меня однажды возмутила позиция одного из таких начальников: «Ну вот, приехали *рубли заколачивать*». КП 85, 17.

СБИВАТЬ/ СБИТЬ (СШИВАТЬ/ СШИБИТЬ, РУБИТЬ / СРУБИТЬ, НАРУБИТЬ, НАВАРИВАТЬ/ НАВАРИТЬ, СТРИЧЬ/ СОСТРИЧЬ...) **БАБКИ (БАБЛОК)**. *Жарг.* Активно добывать, доставать, зарабатывать деньги (обычно много), часто для какой-л. цели. – Химик 1, 33; СРН, 32.

– Парень был киллером. – Да? – Рубь за два. *Сбил* на этом *бабки*. Теперь отсиживается. А. Ромов. Бешеный куш.

А тут – попкультура (от слова попа), доступная каждому. Психотерапия, мож* сказать, на дому. Углаживание и учесывание собсных* комплексов и даже

полнейший бодипозитив. И девица молодец – *рубит* на этом *бабки*, без перерыва и роздыху*, как бешеный заяц с энерджайзером в пятой точке. (<https://ki-bella.livejournal.com>).

Я хочу зарабатывать в интернете. подскажите сайт, где можно легко *рубить бабки*. (<https://otvet.mail.ru>).

Просто арендовали здесь пару сотен «квадратов», раздали фишки и стали «*рубить бабки*» по-крупному. М. Гареев. В Уфе появился новый вид нелегальных казино – игра в ресторане «В кругу друзей». КП 23.03.2011 (НКРЯ).

– Что тут можно сказать? *Наваривать «бабки»* на человеческой крови позорно. Это самый страшный бизнес, который можно придумать. А. Маянцева. Мы второй день плачем от незаслуженной обиды... КП 03.02.2001 (НКРЯ).

СРУБИТЬ (НАРУБИТЬ, НАВАРИТЬ) БАБЛА. Жарг. Активно добывать, доставать, зарабатывать деньги (обычно много), часто для какой-л. цели. – Химик 1, 133.

– У Ромки высокая познавательная активность, и профессию нашу он любит искренне в отличие от многих, для которых работа в полиции – это либо средство откосить от армии, либо возможность *бабло срубить*. А. Маринина. Последний рассвет. (НКРЯ).

Ходили разные разговоры о том, как можно продать дом государству и, как говорится, *срубить бабла*. А. Купер. Пусть меня захоронят в отравленную, но родную землю. lenta.ru, 20.02.2017 (НКРЯ).

Цель была одна – *срубить бабла* побольше и сразу. С. Пономарев. Без дирижера в российской оркестровой яме начнется какофония. КП 18.05.2013 (НКРЯ).

Понятно, что все они почерпнуты из сферы разговорно-просторечной, нередко жаргонизированной речи, придающей им особую экспрессивность. Отсюда – и активная варьируемость большинства из них. Причем варьируются как субстантивные, так и глагольные компоненты, их составляющие. На первый взгляд, их замена кажется равноценной и уже потом лексикографически мы их объединяли в общий вариантный ряд. Однако подключение диахронического принципа к определению вариантности приводит к их достаточно четкому разграничению. Так, мотивировка ФЕ *заколачивать/ заколотить (зашибать/ зашибить) бабки* и, возможно, *молотить (намолачивать) бабки* по этимологически реконструированной внутренней форме связана с народной игрой в бабки, цель которой – вышибить игральную кость из кона [Бирих, Мокиенко, Степанова 2008: 37]. Вариант *стричь/ состричь бабки образцован*, вероятно, заменой (семантически довольно произвольной) сущ. *купон* на *бабки* исходного выражения *стричь купоны* [Бирих, Мокиенко, Степанова 2007: 365]. Вариант *рубить / срубить, нарубить бабки (бабок)* – результат замены субстантивного компонента жаргонного фразеологизма *рубить капусту* ‘зарабатывать много денег’ [Мокиенко, Никитина 2000: 243]. Ср. в этом семантическом ракурсе жаргонизмы *капуста* ‘деньги’, ‘доллары’, *белокочанная капуста* ‘рубли’, *рубленая капуста* ‘деньги, добытые преступным путем’ и др. (там же).

Более сложен фразеобразовательный механизм создания вариантов *наваривать/ наварить бабки (бабок, бабла)*. Здесь, пожалуй, мы имеем дело с перифрастическим развертыванием глагола *наваривать / наварить* ‘получать прибыль от сделки, зарабатывать на чем-л.’ в уголовно-торговом жаргоне, а также в речи фарцовщиков и бизнесменов, породившим сущ. *навар* ‘чистая прибыль’ и выражение *быть в наваре* ‘получить прибыль’ [Мокиенко, Никитина 2000: 368]. Попав в орбиту других глагольных синонимов «денежного цикла», глагол *наварить* пополнил ряд

характеристики множества зарабатываемых (и далеко не всегда честным путем) денежных средств.

Источники этого мощного вариантного ряда, как видим, различны. Но результат – один: все эти варианты пополнили ресурсы новых русских фразеологизмов, поскольку до «лихих 90-х» они не фиксировались словарями литературного русского языка, а сейчас завоевали себе место как в современной беллетристике, так и в средствах массовой информации.

Как видим, такие случаи требуют особого рассмотрения. Главной проблемой при этом остается определение границы между вариантом фразеологизма и самостоятельным новым выражением, т.е. – превращение варианта в синоним. Синхроническая оценка и принцип лексикографической экономии допускают первое решение, т.е. объединение структурно-семантически адекватных сочетаний в ряд лексических вариантов. Диахронический же подход решает эти проблему более детализировано, трактуя варианты, имеющие разную внутреннюю форму, как самостоятельные фразеологизмы. Но как бы мы, лингвисты, ни решали эту проблему, мы едины в одном: вариантность – мощный ресурс создания неофразеологии.

Словари

Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л.И. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь. Около 6000 фразеологизмов / СПбГУ: Межкафедральный словарный кабинет им. Б. А. Ларина. / под ред. В. М. Мокиенко. 4-е изд., стереотипн. М.: Астрель: АСТ: Люкс, 2007.

Бирих А.К., Мокиенко В.М., Степанова Л.И. Словарь фразеологических синонимов русского языка. 5-е изд., стереотипн. М.: «Аст-Пресс», 2023.

Мелерович А. М., Мокиенко В.М., Якимов А.Е. Фразеология в русской поэзии XIX-XXI вв. Словарь: опыт лексикографической систематизации употреблений фразеологизмов в русской поэзии. Под научн. ред. В.М. Мокиенко. Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2016.

Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русского жаргона. 25 000 слов и 7 000 устойчивых сочетаний. СПб.: «Норинт», 2000.

НРЛ – Словарные материалы / Н. З. Котелова, В. Н. Плотицын, М. Н. Судоплатова, С. И. Алаторцева. / под ред. Н. З. Котеловой и Ю. Ф. Денисенко; РАН. Ин-т лингвистических исследований. СПб.: «Дмитрий Буланин», 1996.

Химик В.В. Большой словарь русской разговорно-обиходной речи в 2 томах. СПб.: Златоуст, 2017.

СРН – Stěpanova L., Dobrova M. Slovník ruských neologismů. Словарь русских неологизмов. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019.

Литература

Генералова Е.В. Вопрос о варьировании фразеологизмов в истории русского языка // *Obraz světa v jazyce a frazeologii II. Picture of World in a Language and Phraseology.* Ladislav Janovec (ed.) Univerzita Karlova. Pedagogická fakulta, 2020. С. 45-54.

Диброва Е.И. Вариантность фразеологических единиц в современном русском языке. Ростов-на-Дону: изд-во РГУ, 1979.

Мокиенко В.М. Славянская фразеология. 2-е изд. М.: «Высшая школа», 1989.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru>

Фирсова Н.М. Языковая вариативность и национально-культурная специфика речевого общения в испанском языке. М.: Издательство РУДН, 2000.

*V.M. Mokienko (Saint-Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University*

VARIANTS OF RUSSIAN PHRASEOLOGICAL NEOLOGISMS IN IDEOGRAPHIC SPACE

The variance of language units is a dynamic phenomenon that is characteristic of all their varieties. In phraseology, it becomes a significant resource for increasing expressiveness and a generator of neologisms. In the article, variants of phraseological neologisms are considered in synchronous and diachronic projection. From a synchronic point of view, lexical variants of phraseological neologisms allow (for lexicographic purposes) the combination of quite different units, while the diachronic approach justifies the interpretation of some turns not as variants, but as synonyms.

Key words: variance, neologisms, phraseological units, phraseological variation, lexical variants.

*М.Н. Николаева (Москва, Россия)
Московский городской педагогический университет
nikolaevam@mgpu.ru*

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ТЕРМИНОМ КРАСНОГО ЦВЕТА: КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются когнитивные механизмы формирования значения англоязычных фразеологических единиц, содержащих термин красного цвета. Анализ исследуемых фразеологизмов позволил выявить наиболее частотные когнитивные модели, к ним относятся концептуальное сравнение и концептуальная метонимия.

Ключевые слова: фразеологические единицы, термин цвета, красный цвет, когнитивный механизм, концептуальное сравнение, концептуальная метонимия.

Фразеологические единицы (ФЕ) являются уникальными языковыми конструктами, в значении которых скрыта информация, требующая декодирования. Н.Н. Болдырев и И.В. Беляева отмечают, что «значение ФЕ одновременно предполагает знание о нескольких сущностях, принадлежащих к разным категориям или концептуально-тематическим областям. Именно эта особенность значения ФЕ обеспечивает их использование в качестве средства языковой интерпретации знаний о мире» [Болдырев, Беляева 2022: 927]. В ФЕ находят репрезентацию разные концепты, в том числе и цвет.

Цвет – это неотделимая часть культуры народа, который интерпретирует по-своему тот или иной оттенок цвета. Если принять во внимание, что 80% информации о мире человек получает через органы зрения, то можно согласиться, что восприятие цветового разнообразия представляет собой один из главных аспектов когнитивной деятельности.

Объектом данного исследования являются когнитивные механизмы формирования значения англоязычных ФЕ, содержащих термин красного цвета. Красный цвет в европейской культуре относится к «базовым цветам» наряду с черным, белым, синим, желтый и зеленым, обладающим рядом особенностей (См. об этом [Berlin, Kay 1969]).

Категоризация цвета связана с перцептивными и когнитивными способностями человека. Исследователи среди основных когнитивных механизмов формирования

значений и смыслов ФЕ выделяют «профилирование, концептуальную метафору, концептуальное сравнение (аналогию), концептуальную метонимию и концептуальную метафонию» [Болдырев, Беляева 2020: 928].

Говоря о прототипических объектах для дефиниции красного цвета, ученые называют прежде всего такие референты, как огонь и кровь» [Мичугина 2023: 90]. Это прототипическое значение реализуется в ФЕ через концептуальное сравнение, или аналогию, например, “(as) red as blood – кроваво-красный, (as) red as fire (или flame) – огненно-красный, покрасневший (обыкн. о лице)” [Кунин 2001: 377] или концептуальную метонимию: *red handed* «с красными руками» (т.е. с окровавленными руками) в ФЕ *catch someone red handed* [Fowler 1981: 70] (рус. застать кого-л. на месте преступления, поймать кого-л. с поличным). Аналогия выступает когнитивным механизмом формирования значений ФЕ, в которых предметом сравнения выступают объекты растительного или животного мира, имеющие характерную окраску красного цвета и используемые для изображения цвета лица человека: ‘as red as a cherry / rose румяный, с румянцем во всю щеку; кровь с молоком, (as) red as a turkey-cock – красный как рак’ [Кунин 2001: 376-377]. При описании эмоций смущения и застенчивости человека словари содержат такие ФЕ, как: ‘as red as a beetroot (of a person)’ [Idioms 2004: 240] (рус. смущенный, сконфуженный), ‘go as red as a beetroot’ [Macmillan 2006: 1182] (рус. смутиться, устыдиться). ФЕ *red as a lobster* можно перевести на русский язык как «красный как лобстер, омар или рак». Такой перевод может спровоцировать лингвистический конфликт непонимания в силу экзотичности как самого животного, так и ассоциации с ярко-красным цветом, который в данной ФЕ передает значение сильного солнечного ожога ‘a bad sun burn’ [Red Idioms: URL], а не эмоции смущения или стыда.

Концептуальной моделью некоторых ФЕ с цветовым термином *red*, выражающих сильные эмоции (гнев, ярость, страсть, страх и др.), является профилирование. Так, у человека, который испытывает указанные эмоции, в организме выделяются гормоны гнева (норадреналин) или страха (адреналин), их выброс в кровь играет ключевую роль в регуляции скорости и объема кровотока, что обуславливает попеременное сужение или расширение сосудов, вызывая изменение цвета лица на красный (реже – белый) ‘to get / have a red face, red in the face (рус. сердитый); red with anger; to blush / go red; to become red in face; to see red [Macmillan 2006: 1182] (рус. рассердиться, прийти в ярость).

В реализации значения ФЕ ‘(like) a red rag to a bull (Br E)’ [Ibid.] (рус. предмет, объект или высказывание, которое может разозлить или привести в ярость) участвует концептуальная метонимия. Для понимания значения и смысла ФЕ требуется знание референтной ситуации – корриды, традиционного испанского зрелища, боя быков, во время которого матадор одет в красный плащ, чей цвет, как предполагают, провоцирует агрессию у быка.

В ФЕ, выражающих нестабильное финансовое или материальное положение субъекта и его бизнеса: ‘be in the red (Am) with more money being spent than there is available; into / out of the red’ (informal) [Ibid.] (рус. быть в долгу, быть дефицитным; показывать убыток), механизмом формирования значения выступает концептуальная метонимия. ФЕ, содержащие термин черного цвета *to be in the black, to go into black*, используя аналогичный механизм формирования значения, напротив, обозначают «стабильное материальное и финансовое положение субъекта и его бизнеса» [Николаева 2022: 497].

Значение ФЕ *'a red letter day – a pleasantly memorable, fortunate, or happy day'* [Idioms 2004: 240] «красный день (календаря)» формируется посредством концептуальной метонимии, предполагающей ассоциацию с церковным календарем, в котором праздники в честь какого-л. святого выделены красным цветом. Аналогично церковным календарям в современных светских красным цветом отмечены праздничные и выходные дни.

Когнитивным механизмом моделирования значения ФЕ *a red herring* (рус. «красная селедка», отвлекающий внимание маневр) [Локетт 2008: 514] является концептуальная метафора. В создание образного значения положена общность функции отождествляемых объектов. Мотивация значения данной ФЕ связана с актом использования копченной селедки с сильным запахом при дрессировке гончих собак, которых во время охоты должны продолжать бежать по следу о зверя, не обращая внимание на отвлекающие запахи.

В современных англоязычных словарях зафиксированы ФЕ с термином цвета *red*, в значении которых присутствует референция к историко-политическим и социально-культурным событиям и явлениям XX века. Например, феномен «холодной войны» отражен в ФЕ *'better dead than red'* [Idioms 2004: 240], значение которой выражает предпочтительность перспективы ядерной войны коммунистическому обществу, ассоциируемому с Советским Союзом и цветом его государственного флага. В ФЕ *'reds under the bed'* [Ibid.] также выражены опасения относительно присутствия и влияния сторонников коммунизма в обществе периода «холодной войны». В реализации значения обеих ФЕ активизирована модель концептуальной метонимии.

Значение ФЕ *'roll out the red carpet for somebody', 'red-carpet treatment* и *to give / deliver the red-carpet treatment'* [Macmillan 2006: 1182] (рус. приветствовать важного посетителя, оказывать ему радушный прием) формируется через концептуальную метонимию, подразумевающую ассоциацию с красной ковровой дорожкой, главным атрибутом всех светских мероприятий. Появление этого атрибута, нашедшего отражение в указанных ФЕ, связывают с женой древнегреческого царя Агамемна, которая в честь победы мужа над Троей расстелила перед ним красную ковровую дорожку, тем самым приблизив его в своем понимании к богам. В современном понимании «красная дорожка» является синонимом «звездности» – богатства, красоты и роскоши.

Когнитивным механизмом формирования значения коллоквиальной ФЕ *'to paint the town red'* to celebrate wildly and noisily in public places' [Сейдл, Макморди 1983: 221] (рус. «красить город красным», т.е. предаваться пьянству и веселью, дебоширить, не обращать внимания на окружающих), выступает концептуальная метафониция, реализующая одновременно образ и ассоциацию к референту. Б. Локетт предположил, что данная ФЕ появилась в США XIX века для описания поведения ковбоев в городах, в которые они пригоняли скот для его дальнейшей перевозки по железной дороге в другие регионы страны. Ковбои получали много денег от продажи скота и тратили их на алкоголь и женщин легкого поведения, проживавших в районе, получившем название *red light districts* (район красных фонарей). Приток большого количества ковбоев в города приводил к расширению границ такого района, иногда такой район поглощал весь город [Локетт 2008: 451], в результате чего город буквально сверкал красным цветом.

Анализ когнитивных механизмов формирования значения и интерпретации смысла ФЕ, содержащих в своей структуре термин цвета *red*, показывает, что чаще

всего в реализации значения ФЕ данной группы участвуют концептуальное сравнение и концептуальная метонимия; профилирование, концептуальная метафора и концептуальная метафтонимия представлены единичными случаями. Использование концептуальной метафоры как когнитивного механизма в реализации значения исследуемых ФЕ встречается реже, что можно объяснить способностью термина цветообозначения самостоятельно визуализировать яркий образ в красных тонах, основанный на ассоциации с конкретным, а не с абстрактным, мысленно воображаемым объектом.

Знакомство с когнитивными моделями формирования значения ФЕ с термином цвета *red* позволяет расширить знание о национальной и культурной специфике восприятия и интерпретации картины мира носителями английского языка.

Литература

Болдырев Н.Н., Беляева И.В. Когнитивные механизмы интерпретирующих значений фразеологизмов с позиций бесконфликтного общения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 925-936. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-925-936>.

Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. 3-е изд. М.: Рус. яз., 2001.

Локетт Б. Английский язык: вчера, сегодня и завтра. М.: Рус. яз. – Медия, 2008.

Мичугина С.В. Трансдисциплинарный подход к изучению терминов цвета на примере английского *red* // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2023. № 1 (49). С. 87-95. <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2023.49.1.07>

Николаева М.Н. «Черные» и «белые» фразеологизмы в итальянском, английском и русском языках: когнитивный аспект // Когнитивные исследования языка. 2022. № 2 (49). С. 493-499.

Сейдл Дж., Макморди У. Идиомы английского языка и их употребление. М.: Высш. школа, 1983.

Berlin B., P. Kay. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Berkeley: University of California Press, 1969.

Fowler W.S. Dictionary of Idioms. Walton-on-Thames: Thomas Nelson & Sons Limited, 1981.

Idioms. Edited by Judith Siefring. NY: Oxford University Press Inc., 2004.

Macmillan – Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. International Student Edition. Oxford: Macmillan Publishers Limited, 2006.

Red Idioms. Speaking English. The Easy Way. URL: https://english-the-easy-way.com/Speaking/Red_Idioms.html.

M.N. Nikolaeva (Moscow, Russia)
Moscow City University

ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COLOUR TERM OF RED: COGNITIVE ASPECT

The article considers the cognitive mechanisms of meaning formation of English phraseological units containing the colour term of red. The analysis of the discussed phraseological units shows that the most frequently represented cognitive models are those of conceptual comparison and conceptual metonymy.

Key words: phraseological unit, color term, red color, cognitive mechanism, conceptual comparison, conceptual metonymy.

ИДЕНТИЧНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОБРАЗЫ В КОРРЕЛЯТИВНЫХ ПОСЛОВИЦАХ ГЕНЕТИЧЕСКИ И АРЕАЛЬНО ДАЛЕКИХ ЯЗЫКОВ¹

В статье рассматриваются тождественные вербализации концептов (понятий и образов) в пословицах генетически и ареально далеких языков. На материале коррелятивных по семантике белорусских и чувашских пословиц установлены идентичные понятия и образы, которые вербализованы в лексических компонентах паремий. Отдельно описаны бинарные понятия и образы, которые тождественны в коррелятивных пословицах двух языков.

Ключевые слова: когнитивная семантика, пословица, семантическая корреляция, понятие, образ, белорусский язык, чувашский язык.

Вербализованные в пословицах концепты (понятия и образы) являются наиболее значимой частью лексико-семантической организации паремий и при их межъязыковом сравнении должны рассматриваться как самостоятельные элементы пословичного плана содержания [Иванов, Ломакина, Петрушевская, 2021: 1016], поскольку репрезентируют не только специфику национально-культурной семантики пословиц, но и когнитивно-семантическое своеобразие концептуального и образного пространства пословичных картин мира разных народов [Иванова 2002, 2006]. Исследования вербализации концептов в пословицах сформировались в отдельное направление паремиологии как лингвистической дисциплины [Паремиология ... 2020; Паремиология ... 2021], а когнитивная семантика пословиц является частью их современного понимания в лингвистике [Бредис, Ломакина, Мокиенко 2019].

Когнитивно-семантическую значимость пословичные понятия и образы имеют как сами по себе, будучи выраженными в единицах сопоставляемых пословичных фондах разных языков, так и составе плана содержания семантически коррелятивных пословиц (либо тождественных, либо близких по смыслу). В последнем случае межъязыковое сопоставление понятий и образов позволяет установить этнолингвокультурную специфичность пословиц в плане выбора используемых когнитивно-семантических средств при обобщении одинаковых или похожих ситуаций действительности [Петрушэўская 2021: 128-177]. А это, в свою очередь, дает возможность для когнитивно-семантической типологии пословиц как разновидности афористических единиц языка [Иваноў 2004: 84-125], а также для выявления их национально-культурной семантики [Иванова, Иваноў, Мячкоўская, 1998: 33-62].

Цель исследования – установить идентичные понятия и образы в составе лексико-семантических компонентов семантически коррелятивных пословиц белорусского и чувашского языков, не имеющих генетического родства и ареальной близости. Материалом для исследования послужили 218 чувашских пословиц, отобранных из сборника чувашских паремий [Ваттисен сáмахэсем 2012], которые тождественны или очень близки по семантике 356 белорусским пословицам, отобранным из фундаментального паремиологического тезауруса [Прыказкі і

¹ Исследование выполнено при поддержке Государственной программы научных исследований 2021–2025 гг. в Республике Беларусь (научный проект № 20211335).

прымаўкі 1976], а также полилингвальных справочников [Русско-белорусский словарь пословиц 2001; Петрушэўская 2020].

В результате исследования установлено, что в чувашских пословицах, либо тождественных, либо близких по смыслу пословичным единицам в белорусском языке, зафиксировано 58% случаев использования понятий, идентичных тем понятиям, которые употребляются в белорусских пословицах. Например: *один*, ср. чуваш. *Пёр пуç та пёр кут – аста кайсан та аттрас сук* ‘Одна голова и один хвост нигде не пропадут’ – бел. *Адзін Сцяпан – заўседы пан, а калі і нястача, дзіця не плача* ‘Один Степан – сам себе господин, а если и чего не хватает, ребенок не плачет’; «двое», ср. чуваш. *Иккён иккёнет, лашине илсе кайсан та суні юлать* ‘Двое все же двое: если лошадь уведут, останутся сани’ – бел. *Хоць вох, да ўдвох* ‘Хоть воем, да двое’, *Што два, то не адзін* ‘Что два, то не один’; «трое», ср. чуваш. *Виçсён виçме юрать* ‘Втроем можно измерять (т.е. определение допускается при трех участниках)’ – бел. *Не будзеш ты, то будзе тры* ‘Не будешь ты, тогда будет трое’; «песня», ср. чуваш. *Хура куракан куллен пёр юрй* ‘У грача каждый день одна песня’, *Чакакан мёнпур савви те пёрре анчах* ‘У сороки всего одна песня’ – бел. *Пустой птушкі пустыя і песні* ‘У праздной птицы праздные и песни’, *У дурнога салаўя і дурная песня* ‘У глупого соловья и песня глупая’, *Якая птушка, такая і песня* ‘Какова птица, такова и песня’, *Які салавей, такая і песня* ‘Каков соловей, такова и песня’; «пополам», ср. чуваш. *Пур пёрле, сук сурмалла* ‘Что есть – вместе, чего нет – пополам’ – бел. *Малое – цалое, вялікае – папалам* ‘Маленькое – целиком, большое – пополам’; «свет», ср. чуваш. *Тёнче хёсёр мар* ‘Свет не бесплодная пустыня’ – бел. *Свет вялік, а ў свеце людзі* ‘Свет велик, а в свете люди’ и т.п.

Примечательно, что около трети совпадающих понятий в семантически коррелятивных чувашских и белорусских пословицах приходится на парные (бинарные) понятия. Например: «горе – радость», ср. чуваш. *Хуйхй хыçсён савйнёç килет* ‘После горя приходит радость’ – бел. *Сколькі смутка, столькі ў радасці* ‘Сколько горя, столько и радости’. Или также: «впереди – позади», ср. чуваш. *Сёрте малта пыр, пинте кая ан юл* ‘Среди сотни старайся быть впереди, а среди тысячи – не оставайся позади’ – бел. *Упярод не вырываўся і ззаду не астаўся* ‘Вперед не вырывайся и позади не оставайся’; чуваш. *Мала ан ирт, кая ан юл: мала иртсен пуça касасçё, кая юлсан таптаççё* ‘Вперед не забирайся и позади не оставайся: выскочка отвечает головой, а отстающих топчут’ – бел. *Наперад не вытыкаўся, пазаду не астаўся, серадзіны трымайся – будзеш цалейшы* ‘Вперед не высовывайся, позади не оставайся, середины придерживайся, будешь целее’; *Уперад не лезь, ззаду не астаўся, сярэдзіны трымайся* ‘Вперед не лезь, позади не оставайся, середины держись’; чуваш. *Кая юлсан каю ийтать те, ят каять, малта пулсан – ял кураць те, чыс пулать* ‘Что позади, то травой зарастет и покроется позором, а что впереди, всеми замечается и прославится’ – бел. *Хто спераду – таму меду чэрап, хто ззаду – жабу* ‘Кто впереди – тому меду черпак, кто позади – лягушку’ и т.п.

В чувашских пословицах, либо тождественных, либо близких по смыслу пословичным единицам в белорусском языке, зафиксировано 42% случаев использования образов, идентичных тем образам, которые употребляются в белорусских пословицах. Например: «богатство чужое», ср. чуваш. *Ёслемесёр сын мулёне чумаях турднайман* ‘Без труда, на чужом богатстве, долго не проживешь’ – бел. *Чужое багацтва не грэе* ‘Чужое богатство не греет’; «добро чужое», ср. чуваш. *Сын япали сипте пымасть* ‘Чужое добро впрок не идет’ – бел. *На чужое дабро нясі слез вядро* ‘На чужое добро носи слез ведро’; «глаза поповские», ср. чуваш. *Пуп куçё*

ёмётсёр 'Поповские глаза ненасытны' [ЧП: 33], *Луп куç – нўхреп куç* 'Поповский глаз словно погреб' – бел. *Папова вока, а воўча горла* 'Поповский глаз, а волчье горло', *Воўча горла, а папова вока – то нароўні* 'Волчье горло и поповский глаз – это одинаково', *Папове вока, воўчае горла ўсе бы жжорла* 'Поповский глаз, волчье горло все бы сожрали', *Паповы вочы ніколі не поўны* 'Поповские глаза никогда не полны'; «молва мирская», ср. чуваш. *Халăх çинчи сăмах такана çинчи шыв пек* 'Мирская молва как вода на ночвах' – бел. *Людская пахвала, што марская хваля* 'Мирская молва, что морская волна'; «птичка ранняя», ср. чуваш. *Ир тăракан кайăкан сăмси шура* 'У ранней птицы клюв чистый', *Ир тăракан чăх-чĕп тĕпренчĕкпе тăранать* 'Ранняя птица крупинкой сыта', *Ир тăнăй кайăк выçă вилмен* 'Рано пробудившаяся птица с голоду не умрет' – бел. *Ранняя птушка зерне клеюе, а позняя вочкі трэ* 'Ранняя птичка зерно клеует, а поздняя глазки трет', *Ранняя птушачка дзюбачку калуае, а позняя вочы прадзірае* 'Ранняя птичка клювом стучит, а поздняя глаза прочищает', *Ранняя птушка зубкі прачышчае, а позняя вочкі працірае* 'Ранняя птичка зубки прочищает, а поздняя глазки протирает'; «сосед добрый, ср. чуваш. *Лайăх кўришĕ килти семье пекех* 'Добрый сосед – как свой домашний человек' – бел. *Добры сусед, як сытны абед* 'Добрый сосед как сытный обед'; «хлеб черный», ср. чуваш. *Хура çăкăр сиекен ништа та хур пулман* 'Кто ест черный хлеб, тот нигде не пропадет' – бел. *Чалавек есць хлеб траякі: чорны, белы і ніякі* 'Человек ест хлеб трех видов: черный, белый и никакой' и т.п.

Показательно, что заметное число совпадающих образов в семантически коррелятивных чувашских и белорусских пословицах приходится на образы, связанные в пары (биномы) в контексте пословицы. Например: «глаза – сердце», ср. чуваш. *Куç курать, чун чухлать* 'Глаза видят, сердце догадывается' – бел. *Вочы не бачаць, то ў душа (сэрца) не балиць* 'Глаза не видят, так и душа (сердце) не болит'; «отец – мать, ср. чуваш. *Атте вилчĕ – така пуç юлчĕ, анне вилчĕ – хушпу юлчĕ* 'Отец умер – мне досталась баранья голова, мать умерла – осталось хушпу (т.е. серебро)' – бел. *Каб нават бацька і маці з таго свету ўсталі, то і так ніц не будзе* 'Если бы даже отец и мать с того света встанут, то все равно ничего не дадут'; «слово – золото», ср. чуваш. *Сăмах ылтăнна пĕр* 'Слово равно золоту' – бел. *Слова даражэйшае за золата* 'Слова дороже золота' и т.п.

Исследование показало, что в чувашских пословицах понятия и образы, которые идентичны понятиям и образам в семантически коррелятивных белорусских пословицах, реализуются преимущественно в этнолингвокультурно маркированных пословичных контекстах. Это, в свою очередь, указывает на возможность тесной связи и глубокого взаимопроникновения национально специфического и типологического общего в концептосферах пословичных картин мира генетически и ареально далеких народов и их языков.

Словари

Прыказкі і прымаўкі: в 2 т. Мінск: Навука і тэхніка, 1976. Т. 1. 559 с.; Т. 2.

Русско-белорусский словарь пословиц: в 2 т. Могилев: Брама, 2001. Т. 1. Т. 2.

Ваттисен самахёсем, каларашсем, сутмалли юмахсем. Шупашкар: Чаваш кенек изд-ви, 2012.

Литература

Бредис М.А., Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Пословица в современной лингвистике: определение, статус, функционирование // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 3. С. 34-43.

Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А. Национальная специфичность пословичного фонда (основные понятия и методика выявления) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 993-1032. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-993-1032

Иванова Е.В. Пословичные картины мира (на материалах английских и русских пословиц). СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002.

Иванова Е.В. Мир в английских и русских пословицах. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006.

Иванова С.Ф., Иваноў Я.Я., Мячкоўская Н.Б. Сацыякультурная прастора мовы. Мінск: Веды, 1998.

Иваноў Я.Я. Дыферэнцыяльныя прыметы афарызма. Магілёў: Брама, 2004.

Паремиология без границ. М.: Изд-во РУДН, 2020.

Паремиология на перекрестках языков и культур. М.: РУДН, 2021.

Петрушэўская Ю.А. Моўная спецыфічнасць і нацыянальная адметнасць прыказак беларускай мовы. Магілёў: Выд-ва МДУ, 2021.

Петрушэўская Ю. А. Універсальны і інтэрнацыянальны кампаненты ў парэміялагічным складзе беларускай мовы: беларуска-іншамоўны слоўнік. Магілёў: Выд-ва МДУ, 2020.

Yu. A. Petrushevskaya (Mogilev, Belarus)

Mogilev State A. Kuleshov University

IDENTICAL CONCEPTS AND IMAGES IN CORRELATIVE PROVERBS OF GENETICALLY AND AREALLY DISTANT LANGUAGES

The article deals with identical verbalizations of concepts (concepts and images) in proverbs of genetically and areally distant languages. On the material of Belarusian and Chuvash proverbs correlative in semantics, identical concepts and images are established, which are verbalized in the lexical components of proverbs. Separately, binary concepts and images are described, which are identical in the correlative proverbs of the two languages.

Key words: cognitive semantics, proverb, semantic correlation, concept, image, Belarusian language, Chuvash language.

Е.И. Селиверстова (Санкт-Петербург, Россия)

Санкт-Петербургский государственный университет

e.seliverstova@spbu.ru

НЕФТЯНАЯ ХАЛЯВА: ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ НЕОЛОГИКА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫГОДАХ¹

Статья посвящена функционированию в языке СМИ новых фразеологизмов, характеризующих сферу экономики и номинирующих преимущественно явления, связанные с финансами и проблемой использования топливных ресурсов. Показано, как неологический оборот, вызванный к жизни экстралингвистическими причинами, расширяет свои вариативные возможности, тематическую сферу своего применения и уверенно входит в состав современной фразеологии.

Ключевые слова: фразеологизм, неология, язык СМИ, функционирование, финансы, топливные ресурсы.

¹ Публикация выполнена в рамках исследования за счет гранта Российского научного фонда (проект №23-18-00141 «Идеографический словарь русской фразеологической неологии: динамика языка и мышления»), реализуемый в Санкт-Петербургском государственном университете.

Внимание говорящих к происходящему в мире стимулирует поиск свежих выразительных средств для номинации событий и явлений, и фразеотворчество, позволяющее передать их восприятие в образной и недвусмысленно оценочной форме, неиссякаемо. Последние десятилетия «свободы» русской речи [Сиротинина 2008] особенно способствовали проявлению новых языковых тенденций в языке СМИ.

Фразеология медийного текста является, в свою очередь, отражением общих тенденций, наблюдаемых в этой сфере функционирования языка [Селиверстова 2015: 108]. Как показывают языковые факты, в сфере публицистики фразеологическая «эстафета» – когда новые удачные обороты подхватываются многими пишущими, – особенно удивляет скоростью распространения: это определяется общим событийно-информационным полем разных средств массовой информации, необходимостью быстрой реакции на актуальные события, типичным для текстов публицистического стиля привлечением клишированных, интертекстуальных средств [Кормилицына 2008: 14]. Не случайно Т.Г. Бочина называет сферу интернет-коммуникации – а сейчас это основная форма существования источников СМИ – «катализатором языковых процессов» [Бочина 2011: 140]. Лексикон журналиста не может не содержать фразеологических единиц (ФЕ) – сфера и законы его профессиональной деятельности требуют, прежде всего, быстроты реагирования и, следовательно, использования набора готовых единиц, к коим принадлежат устойчивые выражения разной структуры. С другой стороны, в поисках экспрессии и обновления выразительного арсенала постоянно создаются новые обороты. Некоторое время они сохраняют флер новизны и оригинальности, который постепенно сходит на нет – фразеологическая единица становится привычной, но по-прежнему востребованной.

Яркой иллюстрацией этой тенденции является распространение в свое время неофразеологизма *золотой парашют* – так было названо шокирующее своими размерами выходное пособие, выплачиваемое компанией сотруднику в связи с его увольнением или – реже – добровольным уходом. Его рождение было спровоцировано экстралингвистической реальностью – оглаской конкретных сумм материального вознаграждения работникам крупных корпораций, диссонировавшего с поощрениями в небольших фирмах. Ср.: *«Такой метод стимулирования менеджеров высшего звена получил меткое название “золотой парашют”»* (Текутьев Д.И. *«Золотой парашют»* – эффективное средство мотивации или обуза для компании?! // Акционерное общество: Вопросы корпоративного управления. 2012. № 2). Выражение тут же обрело целый калейдоскоп версий, трансформирующих его различными способами (*раскрыть золотой парашют, серебряные парашюты, подрезать стропы парашютов* и др.) – см. подробнее в [Селиверстова 2015].

Словосочетание *золотое рукопожатие* до некоторого времени также оставалось нейтральным бизнес-термином (с англ. *golden handshake*) и рассматривалось как способ повышения эффективности деятельности компании. Это компенсация, выплачиваемая сотруднику при его увольнении до истечения срока трудового договора или же выплата принятому сотруднику на новом месте работы суммы (премии), недополученной им в связи с уходом из прежней организации – своего рода заманчивый «выкуп». Ср.: *«Акционеры получают право вето в вопросе определения зарплат руководству компаний. Будут полностью запрещены такие виды бонусов, как “золотые рукопожатия” и “золотые парашюты” — крупные единовременные выплаты топ-менеджерам при поступлении на работу и увольнении»* [Н. Петров. *Радикальное обрезание миллионеров // «Русский репортер», 2013. «Вопрос о*

наилучшем способе решения проблем стимулирования, связанных с **“золотым рукопожатием”**, остается открытым» [Судебные и нормативные акты РФ; <https://sudact.ru/law/pismo-banka-rossii-ot-21032012-n-38-t/prilozhenie/>].

ФЕ **денежная подушка**, поначалу присутствовавшая исключительно в текстах финансово-аналитического характера (ср.: *«Аналитики считают, что “Сургуту” помогла удержаться на плаву денежная “подушка” (на конец марта — 18, 8 млрд долл.)»* [Г. Старинская. Мягкая посадка «Сургутнефтегаза» // РБК Daily, 31.07.2009], постепенно стало восприниматься и как номинация денежного резерва семьи, отложенного «на черный день»: *«Перед тем, как начать создавать финансовую подушку, необходимо определиться с размером суммы, которую можно безболезненно откладывать ежемесячно»* [Финансовый эксперт дал советы по рациональному накоплению денег; <https://news.myseldon.com/ru/news/index/291937863>].

Обратимся к неофразеологизмам, связанным в российских СМИ с обсуждением проблем с топливными ресурсами и изменившимся в последние десятилетия характером их использования. Важностью темы активного использования сырьевой базы России – добычи и продажи нефти и газа – объясняется актуализация жаргонных выражений *посадить на иглу, слезть / соскочить с иглы* за счет введения компонента *сырьевая*. Обороты, существующие в таком виде более 20 лет, не нуждаются в комментариях – вместе с номинативной ФЕ *сырьевая игла* они прочно заняли свое место в лексиконе журналистов: *«Многие сравнивают сокращение поставок российского газа в ЕС с операцией без анестезии, но ведь и лишение “Газпрома” европейского рынка прошло без “обезболивающих”»* [Будет ли найдена панацея от сырьевой иглы? // «НЕФТЬ капитал» – <https://oilcapital.ru/news/2023-06-14/budet-li-panayena-panatseyay-ot-syriyevoy-igly-2955350?ysclid=lm98tvtpk5443983984>]. Логичным представляется и появление оборота *подсесть на нефтяную иглу* – с указанием на конкретный источник доходов в виде «нефтеденег»: *«В “разбое на трубе” участвуют не только бандиты, но и федеральные войска»* [Армия подседа на нефтяную иглу // «Независимая газета», 2003].

Поставки Россией нефтепродуктов по льготным ценам либо с отказом от ряда своих условий стали причиной появления в языке СМИ такого оборота, как *нефтяная халява*: *«Россия согласилась предоставить косвенную поддержку Белоруссии в виде полного обеспечения внутренних белорусских потребностей в нефтепродуктах по льготным ценам»* [«**Нефтяная халява**» для Минска закончена. Официальный Минск демонстрирует готовность жить за свои. Надолго ли хватит...]. «Нет, нефть не заканчивается, ее много и хватит надолго. А что же заканчивается? **Нефтяная халява**, сытно кормившая Россию весь 21 век. Теперь нам придется больше работать и меньше зарабатывать» [Конец нефте-халявы: первые звоночки и их последствия // Сайт «Информационное агентство REX» – <https://iarex.ru/articles/59463.html?ysclid=lm7ki6kmm3320705516>].

Стал привычным сегодня оборот *экономика трубы*, хотя и встречается в кавычках: *«Уже в первые годы своего существования Российская Федерация окончательно растеряла доставшиеся ей в наследство остатки обрабатывающей промышленности и превратилась в “экономику трубы”. Т.е. в монокультурную экономику, в структуре которой доминирует нефть и природный газ»* [«**Экономика трубы**»]: Скоро у России и «**трубы**» не будет. Профессор Катасонов о печальных перспективах нашей нефтегазовой отрасли // Сайт «Свободная пресса» – <https://svpressa.ru/economy/article/247967/>].

Способ транспортировки газа, нефти и нефтепродуктов с применением трубопроводов привел к образованию и тиражированию оборотов с компонентами *труба* и *кран* для передачи семантики 'будучи собственником, иметь возможность распоряжаться ресурсами по собственному усмотрению – с выгодой, прежде всего, для себя'. «*И в то время, когда я жил, во время моей молодости, все, кто владел Россией, <...> имели нефть. Сидели на трубе, иначе говоря*» [Ксения Букша. Inside Out (Наизнанку) (2005)]. С помощью трансформов этой ФЕ негативно оцениваются продолжительность, беспечность, безнаказанность, неконтролируемость процесса пребывания «на трубе»: *разбой на трубе, паразитирование на трубе, житие на трубе* и т.д.

Интересен пример, в котором иронически отмечается перспективность «сидения» у чего бы то ни было: «*Кульминация простоты — на чем-то сидеть. Очень приятно и доходно сидеть на трубе и качать газ. Еще лучше — на вышке сливать черное золото. А можно — ни за что не догадаетесь! — сидеть на кране. Да-да, на обычном водопроводном кране.* [Сергей Голубицкий. Гуманоид Бек-Тал. Часть последняя: Н 20 (2004) // «Бизнес-журнал», 03.03.2004]. Все же ФЕ *сидеть на кране / у крана* предполагает в первую очередь близость к нефтегазовым источникам: «*Строгий черный костюм и властная манера держаться выдавали в нем большого начальника. Еще бы – сидеть у нефтяного крана!*» [Д. Корецкий. «Сандал»].

Особенности функционирования неофразеологии подтверждают правоту В.В. Химика, считающего журналистов одной из наиболее активных социально-профессиональных категорий говорящих, которые «во многом оказываются “законодателями” речевой моды» [Химик 2004: 7]. Наиболее удачным и семантическим емким оборотам, характеризующим актуальные для сегодняшнего дня тематические сферы, гарантируется широкое применение и ощутимая вариативность.

Литература

Бочина Т.Г. Семантическое пространство Интернет-игры в антифразы // Ученые записки Казанского университета. Гуманитарные науки. Т. 153. Кн. 6. 2011. С. 140-149.

Кормилицына М.А. Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет// Проблемы речевой коммуникации. Вып. 8. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. С. 13-34.

Селиверстова Е.И. Языком фразеологии об экономике и политике// Филология и культура. Philology and culture. 2015. № 2 (40). С. 107-115.

Сиротинина О.Б. Положительные и негативные следствия двадцатилетней «свободы» русской речи // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 8. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. С. 5-13.

Химик В.В. Язык современной молодежи// Современная русская речь: состояние и функционирование: Сб. аналитических материалов. СПб.: Филологический факт СПбГУ, 2004. С. 7-66.

E.I. Seliverstova (St.-Petersburg, Russia)
St.-Petersburg State University

OIL FREE: PHRASEOLOGICAL NEOLOGY ABOUT ECONOMIC BENEFITS

The article is devoted to the functioning of new phraseological units in the mass media language, characterizing the economic sphere and nominating mainly phenomena related to finance and the problem of fuel resources and their usage. It is shown how a neological phraseological unit,

brought to life by extralinguistic reasons, expands its variable capabilities, the thematic scope of its application and confidently becomes part of modern phraseology.

Key words: phraseology, neology, mass-media, functioning, finance, fuel resources.

*Синь Лумин (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный университет
felixchung19122@hotmail.com*

ЛИНГВОКОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ АССОЦИАТИВНО-ВЕРБАЛЬНОГО ПОЛЯ «ОДИНОЧЕСТВО»

Статья посвящена попытке моделирования когнитивно-категориальной структуры ассоциативно-вербального поля «Одиночество» на материале проведенного свободного ассоциативного цепочечного эксперимента. Рассмотрены когнитивные признаки понятия «одиночество» и представлены ядерная и периферийная зоны поля, что позволило выявить стереотипность представлений об одиночестве в русском языковом сознании.

Ключевые слова: моделирование, ассоциативный эксперимент, ассоциативно-вербальное поле, одиночество, когнитивный признак, языковое сознание.

Ассоциативный эксперимент (АЭ) направлен на выявление и изучение вербальных ассоциаций, сформированных у членов различных этнических общностей в ответ на слова-стимулы, заданные в ходе опроса, на основе их опыта с целью представления системных отношений в лексике, содержания концептов сознания и описания семантики слова при исследовании «памяти, лексикона, порождения и восприятия речи, и изучении национально- культурной специфики языкового сознания носителей разных языков» [Бурнаева 2011: 51]. Совокупность вербальных ассоциатов, связанных в сознании человека с каким-либо словом-стимулом посредством ассоциативного эксперимента на основе общих свойств или характеристик, рассматривается как ассоциативно-вербальное поле (далее – АВП), под которым, вслед за М.Н. Довголюком, нами понимается «совокупность вербальных ассоциаций на слово-стимул, организованная по полевому принципу» [Довголюк 2015: 51]. АВП характеризуется «не только как фрагмент вербальной памяти (знаний) человека <...> но и фрагмент образов сознания, мотивов и оценок» [РАС 2002: 6].

Актуальность данного исследования связана с тем, что одиночество является чувством универсальным, общечеловеческим, в каждом национальном языке существуют слова для номинации подобного эмоционального состояния, что, естественно, становится важным фрагментом языкового сознания каждой лингвокультуры, однако, с другой стороны, наряду со сходствами в различных лингвокультурах, можно отметить и специфику. Цель исследования состоит в описании когнитивной структуры АВП «Одиночество» в современном русском языковом сознании. Для проведения исследования была использована методика свободного цепного ассоциативного эксперимента, который позволяет проследить маршруты ассоциирования, когда реакция на первичный стимул в дальнейшем становится стимулом для следующей реакции. Путем тематизации и фреймизации результатов этого эксперимента предпринимается попытка лингвокогнитивного моделирования АВП «Одиночество».

В ассоциативном свободном цепочечном эксперименте на стимулы ОДИНОЧЕСТВО и ОДИНОКИЙ (-АЯ) приняли участие 115 респондентов-носителей русского языка разного пола, всех возрастных групп (от 18 до 50 лет и старше), разного рода занятий, образования и семейного положения. Испытуемые должны были отреагировать любыми словами, словосочетаниями, паремиями, устойчивыми единицами, строчками из песен и/или стихов, названиями персонажей и/или названиями художественных произведений, кинофильмов и т.п., которые приходят им в голову на заданные стимулы за 10 минут. В результате было получено 1150 реакций, из которых 514 реакций на стимул «одиночество» и 636 реакций на стимул «одинокий (-ая)».

В ходе анализа полученных результатов у испытуемых была отмечена тенденция приводить на оба стимула в целом сходные реакции, игнорируя их частеречную принадлежность.

На сходные ассоциаты приходится 28,0% всех ответов на стимул «Одиночество» и 27,8% всех ответов на стимул «Одинокий (-ая)», что составляет довольно близкие пропорции и превышает четверть от общего числа соответствующих ответов. Это позволяет сделать вывод о том, что при установлении структуры исследуемого нами поля следует одновременно использовать оба стимула с учетом того, что языковое сознание слабо их различает и склонно рассматривает их в смысловом отношении как идентичные.

Данные АЭ обрабатывались с учетом всех реакций (включая единичные), и при количественной обработке во избежание излишнего дробления и для удобства подсчета были приняты следующие принципы интеграции ассоциатов, т. е. обобщены 1) слова, выражающие одно и то же понятие, но принадлежащие к разным частям речи (*грусть/грустный/грустно; беспомощность/беспомощный* и др.); 2) формы единственного и множественного числа одного и того же существительного (*мысль/мысли; друг/друзья* и др.); 3) предложные и беспредложные употребления (*самоизоляция/в самоизоляции* и др.).

Категоризация при лингвокогнитивном подходе к изучению языкового сознания понимается как «осмысление объектов и явлений действительности в рамках категорий – обобщенных понятий» [Попова, Стернин 2007: 127]. Когнитивная классификация как результат категоризации достигается посредством обобщения и интерпретации полученных в АЭ реакций. Ассоциаты с близким семантическим содержанием обобщаются в когнитивный дифференциальный признак (КДП), который формируется словесно и интегрируется в когнитивный классификационный признак (ККП). Как указывают З.Д. Попова и И.А. Стернин, ККП – компонент содержания концепта, отражающий тот или иной аспект, параметр категоризации соответствующего объекта или явления и обобщающий однородные КДП в структуре концепта [там же: 128].

Были выявлены следующие когнитивные признаки:

1. ККП «Субъект» (всего 215 ассоциатов – 19,2% от всех полученных реакций): *женщина – 30; мужчина – 24; человек – 23; старик/старушка – 14; холостяк – 12; вдова / вдовец – 8; странник – 7; путник, мать, друг – 5* и др.

2. ККП «Обстановка, в которой находится субъект одиночества» (всего 140 ассоциатов – 12,5% от всех полученных реакций): КДП «Природа»: *луна, звезда – 9; холод – 8; дождь – 4; тьма, туман, серое небо, природа, пасмурная погода, луч солнца, капля дождя, завывание ветра – 2* и др. КДП «Ландшафт»: *утес – 4; путь,*

остров, лес – 2 и др. КДП «Звук» (всего 19 ассоциатов): *тишина* – 14; *голос* – 3; *музыка* – 2. КДП «Быт»: *книга, плед, вино* – 4; *квартира, корабль* – 3 и др.

3. ККП «Переживание подавленных эмоций» (всего 112 ассоциатов – 9,9% от всех полученных реакций): *грусть* – 33; *тоска* – 22; *печаль* – 12; *пустота душевная* – 11; *страх / боязнь* – 9; *скука* – 7; *боль* – 6 и др.

4. ККП «Форма биологического существования» (всего 103 ассоциатов – 9,1% от всех полученных реакций): КДП «Животные»: *волк* – 31; *кот* – 8; *собака* – 5; *птица* – 4; *голубь* – 2 и др. КДП «Растения»: *береза* – 8; *тополь, сосна* – 7; *рябина* – 6; *осина, дуб* – 4; *клен, ветка сирени* – 2 и др.

5. ККП «Оценочное восприятие» (всего 98 ассоциатов – 8,5% от всех полученных реакций): КДП «Положительное»: *спокойствие* – 14; *сильный, независимая / самостоятельный* – 6; *саморазвитие* – 2 и др. КДП «Отрицательное»: *несчастный* – 10; *старый* – 3; *безысходность, вредная, злой, плохо, смерть* – 2 и др.

6. ККП «Пространственно-временные параметры одиночества» (всего 79 ассоциатов – 7,0% от всех полученных реакций): КДП «Время»: *старость* – 14; *жизнь* – 9; *осень, ночь, зима* – 3; *тридцать лет, судьба, месяц, время, вечер* – 2 и др. КДП «Расстояние» (всего 11 ассоциатов): *уединение* – 4; *разлука, самоизоляция* – 2 и др. КДП «Локус»: *дома* – 4; *на Плющихе, на планете, в небе* – 2 и др.

7. ККП «Качественные характеристики субъекта одиночества» (всего 77 ассоциатов – 6,8% от всех полученных реакций): КДП «Физический дискомфорт»: *депрессия* – 7; *бессонница* – 3 и др. КДП «Психические особенности»: *гордый* – 8; *спокойный, уравновешенный, замкнутый* – 3 и др. КДП «Психологический комфорт»: *свобода* – 26; *отдых* – 5; *гармония, любовь* – 2 и др.

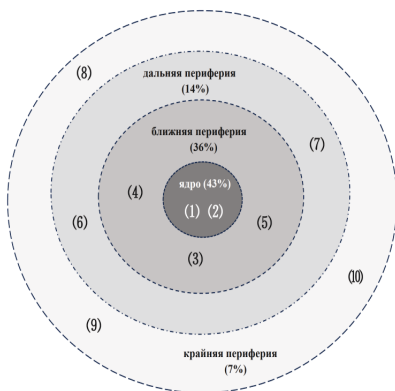
8. ККП «Способы/формы переживания одиночества» (всего 31 ассоциат – 2,7% от всех полученных реакций): *работать плодотворно* – 3; *ходить медленно и неспешно, мыслить, расставаться, спастись, умереть* – 2 и др.

9. ККП «Абстракционирование одиночества» (всего 17 ассоциатов – 1,5% от всех полученных реакций): *состояние* – 3; *мудрость, Бог* – 2; *аскетизм, демон, дзен, мысли, отшельничество, романтизм, сентиментализм, социальная проблема, чувство, эгоизм* – 1.

10. ККП «Каузативность одиночества» (всего 7 ассоциатов – 0,6% от всех полученных реакций): *без детей, покинут* – 2; *изгнан, изолирована от других, нет семьи* – 1.

На основании полученных в ассоциативном эксперименте данных и их обработки построена диаграмма, которая представляет смоделированную когнитивно-категориальную структуру АВП «Одиночество», в которой выделяются четыре зоны: ядерная, ближняя периферия, дальняя и крайняя периферия. Принцип разграничения центра и периферии зависит от яркости когнитивного признака одиночества в сознании носителей русского языка, которая, в свою очередь, устанавливалась согласно количеству ассоциатов, представляющих каждый ККП. К ядерной зоне были отнесены ККП, доля которых составила более 10 %; к ближней периферии – от 8 % до 10 %; к дальней периферии – от 6 % до 8 %; к крайней – менее 6%.

Когнитивно-категориальная структура АВП «Одиночество»
в русском языковом сознании



Примечания: на диаграмме каждая зона обведена пунктирными линиями с учетом того, что граница между ядром и периферией, а также отдельными зонами периферии является нечеткой, размытой.

Наиболее репрезентативны такие ККП, как «Субъект» и «Обстановка, в которой находится субъект одиночества». АВП «Одиночество» демонстрирует отчетливо представленное ядро с плавными переходами к периферии. Стереотипность вербальных представлений об одиночестве в языковом сознании представителей русской лингвокультуры снижается от высокого до низкого уровня от центра к периферии.

Литература

- Бурнаева К.А. Ассоциативное поле как способ моделирования фрагмента языкового сознания // *Lingua mobilis* 2011. № 6 (32). С. 51-58.
 Довголюк М.Н. Ассоциативно-вербальное поле «Армия» в русском языковом сознании (социокультурный и гендерный аспекты) // *Научный диалог*. 2015. № 12 (48). С. 49-59.
 Попова З. Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. Воронеж: АСТ-Восток-Запад, 2007.
 Русский ассоциативный словарь. Т. 1. М.: АСТ: Астрель, 2002. – PAC

Xin Luming (Saint Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University

**LINGUOCOGNITIVE MODELING OF THE ASSOCIATIVE-VERBAL FIELD
"LONELINESS"**

The article is devoted to an attempt to model the cognitive-categorical structure of the associative-verbal field "Loneliness" on the material of the free associative chaining experiment. The cognitive attributes of the concept "loneliness" are considered, and the nuclear and peripheral zones of the field are presented, which made it possible to reveal the stereotypicality of representations about loneliness in the Russian language consciousness.

Key words: modeling, associative experiment, associative-verbal field, loneliness, cognitive attributes, language consciousness.

А.П. Соколова (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный университет
nastyasokoloff@gmail.com

ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ «ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ» (О ЧЕЛОВЕКЕ): СЕМАНТИКО-КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ

В статье рассматриваются особенности сочетаемости, функционирования и оценки прилагательного *исключительный* по отношению к человеку в русском языке. В результате анализа формулируется стереотипное представление об исключительном человеке в русской языковой картине мира.

Ключевые слова: прилагательное, исключительный, языковая картина мира, стереотипное представление, анкетирование.

В современных лингвистических исследованиях все чаще объектом изучения становятся прилагательные, обозначающие различные свойства и характеристики человека. Можно выделить определенное направление подобных лингвистических исследований, в котором уже существует собственная методика. См., например: [Зиновьева, Дракулич-Прийма 2019; Зиновьева 2022] и др. Исключительность является важной характеристикой человека, ведь каждый человек мыслит себя особенным, одновременно являясь частью коллектива. При всей универсальности данного понятия оно имеет специфику вербализации в каждом национальном языке и требует комментария в иностранной аудитории. Целью работы является выявление особенностей семантики, употребления и сочетаемости прилагательного *исключительный*, а также выявление стереотипного представления об исключительном человеке.

Исследование проводилось в несколько последовательных этапов: на первом этапе рассматривалась этимология слова, в которой заложен этимон, по терминологии В.В. Колесова, «зародыш смысла»; на втором этапе были проанализированы словарные дефиниции прилагательного для определения понятия; на третьем этапе был проведен когнитивный тест и ассоциативный эксперимент с носителями русского языка для выявления не отраженных в словарях семантических признаков или для подтверждения имеющихся признаков; на четвертом этапе был проведен анализ контекстов «Национального корпуса русского языка» (далее – НКРЯ) для выявления синтагматических характеристик, сфер использования, оценочности прилагательного; на заключительном этапе был сформулирован вывод о стереотипном представлении об исключительном субъекте на основе обобщения релевантных признаков.

Рассмотрим этимологию прилагательного. *Исключительный* образовано от глагола *исключить*. Исходя из данных лексикографических источников, слова *заклчить*, *исключить*, *приключиться* и т.д. произошли от праславянского глагола *ključiti* с помощью присоединения различных приставок. *Ključiti*: глагол на -iti, производный от **ključь*» [Этимологический словарь славянских языков 1983: 50-51]. Как отмечает А.В. Семенов, одно из значений слова *ključь* – приспособление для отпирания замков [Семенов 2003]. По утверждению Г.А. Крылова, «если заключение в буквальном смысле имело значение «помещение под ключ», то изначальный смысл существительного *исключение* – «выведение из-под ключа» [Крылов 2005: 163]. Приставка *ис-* «в безударной позиции при добавлении к глаголам образует глаголы со

значением движения, удаления откуда-либо (напр., *гонять – изгонять* и др.)» [Добрушина, Пайар 2001]. Таким образом, *исключительный* – изъятый из какого-либо объединения.

Прилагательное *исключительный* имеет различное количество и разный характер дефиниций в толковых словарях русского языка. Наиболее полное определение, по нашему мнению, представлено в «Большом академическом словаре» (БАС), оно принято в качестве рабочего в данном исследовании: «исключительный: 1. Являющийся исключением из общих правил, норм и т.п. || Особенный, необыкновенный, редкий. || Очень большой, чрезвычайный. || Разг. Очень хороший, превосходный. 2. Распространяющийся только на одно, данное лицо, коллектив, предмет и т.п. || Единственный, только один. 3. Устар. Ограниченный, односторонний» [БАС 2007: 378].

Рассмотрим результаты анкетирования, проведенного среди 92 носителей русского языка разного пола, возраста и образования. В анкету входил когнитивный тест, предполагающий определение понятия (субъективные дефиниции), и ассоциативный эксперимент. Кроме того, был задан вопрос, хотели бы информанты быть исключительными.

Основные признаки исключительного человека, по результатам когнитивного теста, оказались следующими: непохожесть на других (38%), эксклюзивность, неповторимость (19%), обладание качествами или способностями в их максимальной степени (16%), редкость (11%), талант, гениальность (11%), симпатия воспринимающего субъекта (5%) (ответы типа «он исключительный, потому что я его люблю» и пр.). Таким образом, исключительный человек обычно талантлив, часто информанты отмечают необходимость «фона» для того, чтобы охарактеризовать человека как исключительного, а также долю субъективности при номинации; в ответах существует тенденция к дифференциации единственности и непохожести на других.

В результате ассоциативного эксперимента было получено 232 ассоциата. На основе семантического критерия наиболее частотные ассоциаты можно разделить на группы, которые подтверждают данные БАСа: 1) синонимы, имеющие общую сему ‘выдающийся; не такой, как все’; 2) слова, называющие превосходную степень проявления признака.

На вопрос о том, хотели бы испытуемые быть исключительными, преобладает отрицательный ответ (44%), что связано с представлением у носителей языка об отчужденности исключительного человека, часто исключительность связывается с физическими или психическими отклонениями, отмечается, что исключительным людям жить тяжелее, чем обычным. Те, кто ответил утвердительно (23%), отмечают, что хотели бы быть лучше других, часто в определенной сфере деятельности (обычно профессиональной). Частотным также является ответ «каждый человек исключителен», что подтверждает субъективность характеристики.

Перейдем к анализу контекстов НКРЯ. Сочетаемость возможности прилагательного можно систематизировать, выделив группы слов, с которыми оно употребляется наиболее часто: с существительными, называющими:

1) лица (*исключительный человек, исключительная личность*) в значениях ‘являющийся исключением’, ‘особенный, необыкновенный’, ‘единственный’;

а) по профессии (*исключительный актер, режиссер*) в значении ‘очень хороший’;

б) членов семьи (*исключительный отец, исключительная мать*) в значениях ‘особенный, необыкновенный’ (чаще применительно к отцу), ‘очень хороший’ (чаще применительно к матери), т.к. в представлении носителей языка отец реже занимается воспитанием ребенка;

в) по описываемому признаку (*исключительный болван, козел*) в значении ‘очень большой, чрезвычайный’;

г) по полу (*исключительный мужчина, исключительная женщина*) в значении ‘особенный, необыкновенный’.

Отметим, что при определении человека как исключительного его возраст не маркируется, однако встречается словосочетание *исключительный ребенок*, которым называют как одаренных детей, так и детей, имеющих какие-либо расстройства психики.

Ситуация самоопределения в значении ‘особенный, необыкновенный’ встречается редко, при этом частотна ирония и игра слов (носитель меняет значение слова), например: «*Я ж говорю – человек я исключительный. Мне к исключениям не привыкать*» [А.В. Драбкина. Волшебные яблоки (1975)]; или человек, считавший себя исключительным ранее, изменил свое мнение, например: «*Небось на самом деле много нас с таким тонким слухом, – решил он. – А я думал, что я исключительный*» [Юрий Мамлеев. Конец света/Случай в могиле (1975-1999)]; или человек сомневается в своей исключительности, т.к. не имеет «фона»: «*Я в сексе такой же, как все, или я исключительный?*» [Владимир Шахиджанян. 1001 вопрос про ЭТО (№№ 1-500) (1999)]. Самоопределение встречается чаще в значении ‘очень большой, чрезвычайный’ с наименованиями лиц по описываемому признаку (напр., *я исключительная транжера*);

2) стечение обстоятельств, судьбу (*исключительная жизнь, судьба, участь*) в значении ‘особенный, необыкновенный’. Исходя из анализа контекстов, исключительная жизнь – не такая, как у других, она может быть как интересной, бурной, так и несчастливой, полной лишений;

3) мыслительную деятельность (*исключительный интерес, исключительное нежелание, предпочтение*) в значении ‘очень большой, чрезвычайный’;

4) части тела (*исключительные глаза, руки, волосы*) в значении ‘особенный, необыкновенный’; в значении ‘очень хороший’ наименования частей тела часто имеют переносное значение, зависящее от контекста (напр., человек, имеющий исключительную голову – умный, исключительные руки – умело выполняет любую работу и т.д.);

5) качества (*исключительное хлебосольство, мужество, исключительная отзывчивость*) в значении ‘очень большой, чрезвычайный’.

6) состояния (*исключительная болезнь, сосредоточенность*) в значениях ‘являющийся исключением’, ‘очень большой, чрезвычайный’.

Оценка не присуща самому прилагательному, она зависит от его сочетаемости и формируется существительными, при этом может быть положительной (*исключительная красавица*) или отрицательной (*исключительный дурак*).

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать вывод о наличии стереотипного представления об исключительном человеке у носителей русского языка: такой человек отличается от других, обладает талантом и незаурядными способностями в какой-либо сфере, в силу чего может создать нечто уникальное или значительное для общества и стать известным. При этом он может быть обособлен от коллектива, в котором сталкивается с непониманием, и поступать вопреки

установленным правилам. Исключительный человек может иметь нарушения здоровья. Жизнь такого человека необычна: она наполнена сменой мест, сфер деятельности, но часто оказывается несчастливой. Носители языка отмечают субъективность характеристики, а также необходимость «фона» для того, чтобы назвать человека исключительным.

Словари

БАС – Большой академический словарь русского языка. Т. 7. И-Каюр. СПб.: Наука, 2007.

Семенов А.В. Этимологический словарь русского языка. М.: ЮНБЕС, 2003.

Этимологический словарь славянских языков. Праславянский лексический фонд. Вып. 10 (**клерась*—*копь*) // под ред. О.Н. Трубачева. М.: Наука, 1983. С. 50-51.

Литература

Добрушина Е. Р., Пайар Д. Приставочная парадигма русского глагола: семантические механизмы // Русские приставки: многозначность и семантическое единство. 2001. С. 11-254.

Зиновьева Е.И. Русские прилагательные, обозначающие свойства личности человека, в лингвокультурологическом описании // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Филологические науки. 2022. № 1 (164). С. 170-178.

Зиновьева Е.И., Дракулч-Прийма Д. Лукавый и лукав в русской и сербской языковых картинах мира // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 438. С. 30-39.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru/> (дата обращения: 01.07.2023)

A.P. Sokolova (Saint Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University

ADJECTIVE “EXCEPTIONAL” (IN RELATION TO A PERSON): SEMANTIC AND COGNITIVE ANALYSIS

The article considers the features of combinability, functioning and evaluation of the adjective “exceptional” in relation to a person in the Russian language. The analysis leads to the formulation of a stereotypical representation of an exceptional person in the Russian linguistic view of the world.

Key words: adjective; exceptional; linguistic view of the world; stereotypical image; survey.

A.M. Soyan (Kyzyl, Russia)

Тувинский государственный университет
soyan-a@mail.ru

O.V. Lomakina (Moscow, Russia)

Российский университет дружбы народов
rusoturisto07@mail.ru

ОБРАЗ ЮРТЫ В ТУВИНСКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ: КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД

Статья посвящена описанию образа юрты в тувинских пословицах и загадках. Материалом для анализа послужила авторская картотека, составленная путем сплошной выборки из паремиографических этнографических сборников. В работе использован статистический метод, когнитивный подход. Подчеркивается, что при изображении юрты и

ее основных частей применяются образы человека и разных животных, что отражает картину мира, своеобразие культуры тувинцев. Показано, что анализируемые паремии репрезентируют концепты МИР и ДОМ как миромоделирующие концепты тувинской лингвокультуры.

Ключевые слова: юрта, загадка, пословица, образ, тувинская культура.

Концептуализация знаний о мире и человеке содержится в различных паремиологических единицах. «Паремиологическая картина мира является неотъемлемым компонентом языковой картины мира и представляет собой специфический носитель кодов культуры, лингвокультурологическое хранилище народного менталитета» [Паремиология без границ 2020: 60].

Паремии – малые жанры фольклора – в компонентном составе содержат наименования артефактов культуры, их характеристику, иногда запечатлевая не характерные для современной культуры реалии (например, наименование денежной единицы *лаң* в пословице *Муң лаң орнунга Чүс эитиг чор* ‘Не имей тысячи лан, А имей сто рублей’ [ППТН: 40]). Особенно значимы в паремиях компоненты, в которых отражены ключевые понятия культуры, поскольку именно они «чаще подвергаются коннотативному осложнению (и приобретают образное выражение), именно они, в том числе в своем образном выражении, выступают маркерами этнонациональной картины мира» [Иванов, Ломакина, Нелюбова 2021: 238].

Юрта является традиционным жилищем тувинцев и других кочевых народов, что отражено в ряде исследований междисциплинарного характера [Вайнштейн 1991; Курбатский 2001, Ламажаа 2013, 2022, Байыр-оол 2013, Будегечиева 2018, Шойдук 2019 и др.]

Как отмечал М.С. Байыр-оол, «войлочная юрта – это... памятник материальной культуры древних тюрко-монгольских этносов, окультуренное пространство кочевников Азии, микрокосмос, малый круг, мир собственного бытия» [Байыр-оол 2013: 78]. «Кочевник создал юрту – свой микрокосмос, следуя и подражая природе, как модель макрокосмоса. Невооруженному взгляду арата, пасущего в степи скот, окружающий мир представал... плоским диском земли, накрытым куполом небесной сферы. Эти иллюзорные представления о мироустройстве, характерные в целом для архаичного сознания, составляли основу и древних космологических представлений племен, обитавших на территории Тувы...» [Будегечиева 2018: 32].

В тувинских пословицах юрта предстает: 1) как место, где проходит вся жизнь человека *Хана баарынга төрүүр, Хая баарынга өлүр* ‘В стенах юрты рождаются / У стены юрты рождаются, Под скалой умирают’ [ППТН: 57], *Кышкы чок төл чок, Кырыш чок өг чок* ‘Нет ребенка, который не плачет, Нет юрты, где не шумят и не спорят’ [ППТН: 111], 2) символ гостеприимства *Будуктуз ыяшка куш чыгыр, Буянный өгге чон чыгыр* ‘К ветвистому дереву птицы слетаются, К приветливой юрте народ собирается’ [ППТН: 22], *Арга кирген кижжи саат дайнаар, Аалга кирген кижжи аяк эриш ызырар* ‘Кто в лес пойдет – серу жует, Кто в юрту войдет – чаю попьет’ [ППТН: 16]. Такое понимание позволяет говорить о том, что юрта может стать средством отражения концепта МИР и ДОМ в тувинской лингвокультуре.

Образ юрты содержится также в тувинских загадках. Ж.М. Юша отмечает наличие схожих загадок у российских, китайских, монгольских тувинцев о поясе юрты, о двери в жилище, о низком столике, стоящем на почетном месте юрты [Юша 2021: 30].

В тувинских загадках при описании юрты используются образы человека, животных.

<i>Дөң-дөң дөңгелчик,</i>	Бугристая-бугристая кочка,
<i>Дөгээ баары кажаалаң,</i>	у подножья горы огороженная,
<i>Салаа-салаа садыргай,</i>	пальцы-пальцы хрустящие,
<i>Сыны мөгө, тырыкы.</i>	Стан могучий и круглый [Курбатский 2018: 48].

Олицетворение позволило изобразить юрту персонифицированной – как борца с крупным телом и с пальцами. Имеется и другой вариант данной загадки с близкой семантикой, где представлен *Сайын мөгө* ‘силач Сайын’. Этот образ репрезентируется при изображении большого обруча наверху юрты для закрепления жердей. У тувинцев борцы издавна пользовались большим авторитетом, ведь национальная борьба *хуреш* до сих пор является неотъемлемой частью традиционных праздников Шагаа, Наадым. В тувинских героических сказаниях слово *мөгө* ‘борец, силач’ присутствует даже в составе антропонимов, являясь частью имен большинства богатырей. Например: *Чер оглу Черзи-Мөгө* ‘Сын Земли Черзи-Мөгө’, *Хун оглу Хумуш-Мөгө* ‘Сын Солнца Хумуш-Мөгө’, *Мөгө Шагаан-Тоолай* ‘Богатырь Шагаан-Тоолай’, *Мөгө Баян-Тоолай* ‘Богатырь Баян-Тоолай’.

По внешнему сходству тонкие жерди, служащие стропилами в юрте, ассоциируются с пальцами: *салаа-салаа садыргай* ‘пальцы-пальцы хрустящие’.

Известно, что тувинцы занимались и занимаются скотоводством, поэтому они представляли юрту и в образе быка:

<i>Дөңгүр кара бугам</i>	‘У безрогого черного быка моего
<i>Дөрт бурундуктуг,</i>	четыре бурундука,
<i>Чаңгыс мыйыстыг,</i>	один рог,
<i>Чаңгыс даянгыыштыг</i>	одна трость’ (перевод наш – А.С., О.Л.).

[Тыва улустуң тывызыктары 2011: 177].

Под безрогим черным быком понимается *өг* ‘юрта’, покрытая сажей, а четыре бурундука – ремни войлочного покрывала дымохода юрты. Верхняя часть подпорки в юрте уподобляется единственному рогу, нижняя часть – одной палке.

Встречается загадка, где юрта изображена метафорой уя ‘гнездо’:

Чаштынган уямны шет-биле шимедим,

Чаклактанган уямны кидис-биле шугладым [Тыва улустуң тывызыктары 2011: 174].

‘Гнездо, где я скрылась, украсила молодым хвойным деревом,

Гнездо, где я укрылась, накрыла войлоком’ (перевод наш – А.С., О.Л.).

Юрта, как и птичье гнездо, символизирует семейный очаг, начало жизненного пути человека, является надежным жилищем для всех членов семьи, в котором они познают мир, что позволяет считать данную загадку средством репрезентации концепта ДОМ.

В одной загадке юрта называется именем *Дөңгүр-Ак* [Тыва улустуң тывызыктары 2011: 177], которое буквально переводится как ‘Лысый белый’. Следует отметить, что в тувинских героических сказаниях и сказках цветовые номинации юрты указывают на социальный статус человека: *ак өг* ‘белая юрта’ принадлежит богатым людям, а *кара өг* ‘черная юрта’ – простым или бедным.

Интересен образ войлочной кровли юрты, которая в загадке представляется толстой женщиной с косой:

Калбак кадайның чажы он алды [Тыва улустуң тывызыктары 2011: 178].

‘У толстой женщины шестнадцать кос’ (перевод наш – А.С., О.Л.).

Как отметила Т.Б. Будегечиева, «юрта в сознании тувинцев ассоциируется с женским началом, материнскими функциями ...» [Будегечиева 2018: 36].

При обозначении решеток юрты (тув. хана) часто используется метафора *мыйыс* 'рог', причем упоминаются рога разных домашних животных: *инээмниң мыйыстары* 'коровьи рога', *серге мыйызы* 'рога козла', *ирт, сергениң мыйызы* 'рога валуха и козла', *өшкүлериң мыйыстары* 'рога коз', *анай мыйызы* 'рога козленка', *хенче мыйызы* 'рога мелкого скота'. Интересно, что в некоторых загадках данные словосочетания используются с топонимами: *Өвүрнүң өшкүзүнүң мыйызы* 'рога коз Овюра', *Ары өшкүзүнүң мыйызы* 'рога коз Ары', *Таңдының өшкүзүнүң мыйызы* 'рога коз Танды'. В одной загадке встречается даже название родовой группы тувинцев: *өөлеттиң өшкүзүнүң мыйызы* 'рога коз оолетов'. Вышеуказанные словосочетания используются со словами *олуй-солуй* 'крест-накрест', *долгай* 'скрученный', которые указывают на форму решетки юрты.

При описании тонкой жерди, служащей стропилом в юрте, используются персонифицированные образы: *узун уруу* 'высокая девушка', *эткир оол* 'голосистый парень', *узун оол* 'длинный парень', *чүс оол* 'сто парней'.

Одной из основных частей юрты является *хараача* 'большой обруч наверху юрты для закрепления жердей'. В тувинских загадках его изображают образами домашних животных и птицы: *чаңгыс кара ызырар хуна* 'единственный черный кусающийся козел-производитель', *чаңгыс хой* 'единственная овца', *эки куш* 'хорошая птица'. Обруч наверху юрты характеризуют и словом *музулай* 'глупец', «которого тысяча человек в затылок колют» [Курбатский 2018: 49], «в которого тысяча стрел вонзилась» [Курбатский 2018: 49].

В загадках *өреге* 'войлочное покрывало дымохода юрты' называется *саглай* 'лохматый', который утром уходит, а вечером приходит. Описание функций его ремней отражено в следующей загадке:

<i>Дөңсүр-караның энчээ</i>	У черно-лысого покрывало войлочное
<i>Дөрт бурундуктуу,</i>	с четырьмя поводьями,
<i>Чаңгыс бурундуу</i>	один повод
<i>Чай, кыш чок ажылдаар.</i>	И летом, и зимой работает [Курбатский 2018: 50].

В другой загадке *өреге* 'войлочное покрывало дымохода юрты' очеловечено и названо мужским именем *Санчай*. Оно охарактеризовано как парень, который уходит утром, но не ест пищу, приходит вечером, но не ест вареное мясо.

Багана 'жердь, поддерживающая верхний обруч юрты' представляется как мифологическое существо, у которого есть рот, а глотки нет. Подпорка сравнивается и с ухом саврасого коня, саврасой кобылицы.

Технология изготовления юрточных решеток и соединение их ремнем описываются в следующей загадке с тремя вариантами, которая составлена в форме диалога:

– <i>Хирниңни кым кести?</i>	– Кто отрезал твой пупок?
– <i>Кижей кести.</i>	– Кижей отрезал.
– <i>Чүү үндү?</i>	– Что вышло?
– <i>Ириң үндү.</i>	– Гной вышел.
– <i>Чүнү сукту?</i>	– Что впихнули туда?
– <i>Шири сукту</i> [Тыва улустун тывызыктары 2011: 180].	– Плотную сыромятную кожу (перевод наш – А.С., О.Л.).

Таким образом, юрта в тувинских поговорках представлена разными образами, которые отражают картину мира, культуру тувинцев, особенности их

мировосприятия. В загадках о юрте часто используется олицетворение, благодаря которому предмет получает иное восприятие, предстает как живой организм. Когнитивный анализ показал, что анализируемый материал репрезентирует два смежных для тувинской культуры концепта МИР и ДОМ.

Словари

ПТТН – Пословицы и поговорки тувинского народа / авт.-сост. Б. К. Будуп. Кызыл: Тувинское книжное изд-во ; Радуга Тувы, 2020.

Литература

Байыр-оол М.С. Юрта в тувинской традиционной культуре // Новые исследования Тувы. 2013. № 2. С. 67-79.

Будегечиева Т.Б. Тувинская культура: материальное и духовное, традиции и новации: монография. Кызыл: Издательство ТувГУ, 2018.

Вайнштейн С.И. Мир кочевников центра Азии. М.: Наука, 1991.

Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю. Семантический анализ тувинских пословиц: модели, образы, понятия (на европейском паремнологическом фоне) // Новые исследования Тувы. 2021. № 3. С. 232-248. DOI: <https://www.doi.org/10.25178/nit.2021.3.17>

Курбатский Г.Н. Тувинцы в своем фольклоре: историко-этнографические аспекты тувинского фольклора. Кызыл: Тувинское книжное издательство, 2001.

Ламажаа Ч.К. Тувиноведение: новые горизонты. М.: Издательский дом «Либроком», 2013.

Өвүс. Возвращение тувинской юрты / составители: Ч.К. Ламажаа [и др.]; под ред. Ч.К. Ламажаа, Н.Д. Сувандии. Кызыл, 2022.

Паремнология без границ: монография / под ред. М.А. Бредиса, О.В. Ломакиной. М.: РУДН, 2020.

Шойдук Л.Ш. Юрта – древнее жилище тувинцев // Искусство Евразии. 2019. № 3 (14). С. 302-316.

Юша Ж.М. Жанр загадки в фольклоре тувинцев России, Китая и Монголии // Научное обозрение Саяно-Алтая. Ижевск: ООО Принт, 2021. № 2 (30). С.28-32.

A.M. Soyán (Kyzyl, Russia)

Tuvan State University

O. V. Lomakina (Moscow, Russia)

RUDN University

THE IMAGE OF THE YURTA IN TUVAN PAREMIOLOGY: COGNITIVE APPROACH

The article is devoted to the description of the image of the yurt in Tuvan proverbs and riddles. The material for the analysis was the author's card index, compiled by means of a continuous sampling from paremiographic ethnographic collections. The work uses a statistical method and a cognitive approach. It is emphasized that when depicting the yurt and its main parts, images of humans and various animals are used, which reflects the picture of the world and the originality of the Tuvan culture. It is shown that the analyzed proverbs represent the concepts WORLD and HOME as world-modeling concepts of Tuvan linguistic culture.

Key words: yurt, riddle, proverb, image, Tuvan culture.

Н.Д. Сувандии, Ш.В. Монгуш (Кызыл, Россия)
Тувинский государственный университет
suvandiin@mail.ru, shenne2242@mail.ru

ОТРАЖЕНИЕ ТРАДИЦИЙ РЫБОЛОВСТВА В ТУВИНСКИХ ПАРЕМИЯХ (НА ФОНЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)

Статья посвящена изучению тувинских пословиц, отражающих особенности одного из традиционных занятий тувинцев – рыболовства. В статье в качестве фона исследования используются русские пословицы, что дает возможность провести сравнительный анализ паремиологических единиц и дать лингвокультурологический комментарий, исходя из особенностей культурного фона неродственных языков.

Ключевые слова: тувинский язык, паремия, рыболовство, лингвокультурологический комментарий.

В современной российской лингвистике особое внимание уделяется исследованию лингвокультурологического описания национальных языков, среди которых немалый интерес вызывает изучение малых жанров устного народного творчества и тувинцев [Паремиология в дискурсе 2015; Паремиология без границ 2020; Паремиология на перекрестках ... , 2021; Иванов, Ломакина, Петрушевская 2021; Бредис и др. 2021, 2022; Зиновьева, Алешин, 2022; Иванов 2022; Ломакина 2022; Бочина 2022].

Наряду со скотоводством и охотой, к основным видам традиционной хозяйственной деятельности тувинцев относится рыболовство, которое, по данным ученых, было распространено еще в XVIII-XIX вв. [Вайнштейн 1972; Даржа 2009]. В паремиологическом фонде тувинцев содержится ряд пословиц о рыболовстве, свидетельствующих о важности данного вида деятельности для представителей этноса.

Целью данной работы является проведение анализа тувинских пословиц, которые связаны с рыболовством и употребляются жителями Республики Тыва и этническими тувинцами сумона Цэнгэл Баян-Ульгийского аймака Монголии, на фоне русского языка. Материалом исследования послужили пословицы, извлеченные приемом сплошной выборки из лексикографических сборников «Мудрость народа» (1976), «Монгун дагша» (2013), «Пословицы и поговорки тувинского народа» (2020) и «Большого словаря русских пословиц» В.М.Мокиенко, Е.К. Николаевой, Т.Г. Никитиной (2010).

В тувинских пословицах и поговорках заключена многовековая мудрость народа, об этом свидетельствует ряд примеров: *Улегер сөстө нүгүл чок, уер сугда балык чок* 'В половодье нет рыбы, в пословице нет лжи' [ППТН 2020: 55], *Уер суунда балык-ла чок, улегер сөстө меге-ле чок* 'В половодье нет рыбы, в пословицах нет лжи'. Данные тувинские паремии построены на антитезе, выраженной биномом *вода – пословица*. По смыслу к названным пословицам близка и пословица про дерево и воду *Кудук суунда байлаң чок, кургаг ыяшта чимис чок* 'В колодезной воде нет мальков, у сухого дерева нет плодов' [ППТН 2020: 35]. Аналогичная пословица встречается также у этнических тувинцев Цэнгэла Монголии: *Куу ыяшта бубдук чок, кудук суунда балык чок* 'На высохшем дереве нет ветки, в родниковой воде нет рыбы'. Паремии различаются лишь компонентами, которые вступают в синонимичные (колодезной – родниковой) и гиперо-гипонимичные (рыба – мальки) отношения.

Другую группу составляют пословицы, характеризующие человека. Так, компаративная паремия *Турлаг тыптаан элик ышкаш, дунчу тыптаан балык ышкаш* ‘Как косуля, не нашедшая лежбища, как рыба, не нашедшая заводи’ [Мудрость народа 1976: 67] используется при характеристике человека, который не может найти себя в жизни и в результате оказывается на улице, не занятый ничем [Монгуш 2023]. Рыба в основном обитает в заводях, в таких местах клюет хорошо, поэтому о рыбе, отделившейся от стаи и находившейся в течении, можно сказать как о *не нашедшей заводи*. Данная пословица также указывает на, что человек, который ничем не занимается и ничего не хочет делать, в современном обществе оказывается без определенного места жительства и без средств к существованию.

О богатом, живущем в достатке, но скупом человеке существует пословица: *Балык чок халдуу соолганы дээрэ, ажык чок байның ядарааны дээрэ* ‘Высохнуть бы безрыбному озеру, разориться бы вредному баю’ [ППТН 2020: 20]. Даже если человек живет богато, имеет все в жизни, но не помогает другим малоимущим людям, он сравнивается с ненужным озером без рыбы.

В следующей пословице говорится о том, что скверный человек быстро забывает о пережитом прошлом, подобно рыбе, которая не помнит ничего: *Балык сырганын уттуур, баык көргенин уттуур* ‘Рыба забывает то, что съел, скверный забывает то, что видел’.

Метафоричность пословицы *Балык бажындан чыдыыр, терек өзээнден ириш* ‘Рыба с головы тухнет, тополь с сердцевины гниет’ [ППТН 2020: 20] обеспечивает компонент *рыба*, под которым скрываются безответственные лидеры, влияющие на настроение коллектива. Именно они способствуют разложению, распаду группы, о чем свидетельствует значение компонента *тухнет*.

У этнических тувинцев Монголии встречается вариант данной пословицы *Балык баэжынан чыдыыр, баык адаанан чыдыыр* – Рыба гниет с головы, скверный – с основания). Сравнение, положенное в основу паремии, позволяет соотнести наглядный процесс гниения рыбы с нравственным разрушением человека, который изначально придерживается неправильных жизненных принципов. Данная модель является продуктивной и в русском языке: *Рыба портится с головы; Рыба с головы гниет; Рыба тухнет с головы* [БСРП: 776].

В другой пословице *Кижги кижиниң күжүнде, балык сугнуң күжүнде* – Человек человеку под силу, вода под силу рыбе говорится о том, что человек обязательно все должен делать сообща, т.е. в одиночку он не может жить, работать, подобно рыбе, которая существует благодаря воде. В русской пословице схожей семантики и структуры (в основе – тавтологизм *человек человеком*) *Человек человеком держится, как дерево корнем* [БСРП: 985] смысловые акценты позволяют расставить образ дерева, крепость которого зависит от корня.

В дореволюционное время в Туве, когда люди делились на богатых и бедных, властимущие показывали свое превосходство, что описывается в тувинской пословице *Багай кижини бай бастыр, байлаңны шортан чир* ‘Над бедным издевается богач, малька съедает щука’ [ППТН 2020: 89]. В основу пословицы положен закон естественного отбора, существующий в природе – кто мал, того съедают. Здесь контрастные образы *богач – бедняк, малек – щука* выступают как пословичные биномы. В русской паремиологии щука также ассоциируется с хищничеством: *Для того и сотворена щука, чтоб караси не дремали; На то и щука в море, чтоб карась не дремал; Постится щука, а песткарь не дремля* [БСРП: 1009].

Отрицательные черты человека в пословицах часто характеризуются через образы животных, в том числе рыб. Подобные пословицы раскрывают суть недостойных поступков человека или его плохое поведение. Так, о внешне спокойных, неразговорчивых людях, которые вызывают подозрение, говорится в пословице *Чымааргайда ужур-ла бар, чылбай сугда байлаң-на бар* 'В тихоне есть темное дно, в омуте теплом мальков много' [ППТН 2020: 70].

В следующей пословице раскрываются черты робкого, много говорящего и неразумного человека *Кортуу ховаган дег, дези дээлдиген дег, чалчыраажы сааскан дег, сарыыл чогу мезил дег* 'Словно бабочка, труслив, словно коршун, пуглив, как сорока, болтлив, а уж глуп, как налим' [Мудрость народа 1976: 36]. Одним из смыслообразующих компонентов пословицы становится название рыбы *мезил* (налим), обитающей на дне водоемов. Сравнение глупого человека с налимом, на наш взгляд, основано на значении фразеологизма *мелегей мезил дег* 'глупый как налим'.

В речи представителей этнических тувинцев Цэнгэла только одна пословица включает орудие ловли рыбы. Так, в пословице *Балыкчыга сыырткыиш херек, ыйаичыга балды херек* 'Рыбаку нужна удочка, дровосеку – топор' говорится о том, что для выполнения любой работы обязательно нужно иметь соответствующее снаряжение. Главным орудием для ловли рыбы является удочка, а для вырубки деревьев – топор.

Проведенный анализ тувинских и русских пословиц, связанных с рыболовством, свидетельствует о наличии связи смыслообразующих компонентов, входящих в их состав, с характеристикой человека и оценкой его поступков и образа жизни. Лингвокультурологический комментарий, данный пословицам, позволяет определить ценностные установки тувинского народа и установить антропоцентрическую направленность паремиологического фонда.

Словари

Мудрость народа: тувинские пословицы и поговорки / сост. О. К. Саган-оол, М. А. Хадаханз; пер. с тув. С. В. Козловой; худож. И. Я. Кузнецов. 3-е изд., перераб. Кызыл: Тувинское кн. изд-во, 1976.

ППТН – Пословицы и поговорки тувинского народа / авт.-сост. Б. К. Будуп. Кызыл: Тувинское книжное издательство; Радуга Тувы, 2020.

Литература

Бочина Т.Г. Контраст в тувинских пословицах // Новые исследования Тувы. 2022. № 1. С. 37-46.

Бредис М.А., Иванов Е.Е., Ломакина, О.В., Нелюбова, Н.Ю., Кужугет, Ш.Ю. Лексикографическое описание тувинских пословиц: принципы, структура, этнолингвокультурологический комментарий (на европейском паремиологическом фоне) // Новые исследования Тувы. 2021. № 4. С. 143-160.

Бредис М.А., Ломакина О.В., Борисова А.С., Лазарева О.В. Числовой код тувинской лингвокультуры в пословицах (на фоне ряда тюркских и монгольских языков народов России) // Новые исследования Тувы. 2022. № 4. С. 276-293.

Вайнштейн С.И. Историческая этнография тувинцев. М.: Наука, 1972.

Даржа В.К. Традиционные мужские занятия тувинцев. Кызыл: Тувинское книжное изд-во, 2009.

Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А. Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. Т. 12. 2021. № 4. С. 996-1035.

Иванов Е.Е. Семантическая типология тувинских пословиц (эмпирический и аксиологический аспекты) // Новые исследования Тувы. 2022. № 4. С. 317-337.

Ломакина О.В. Тувинская паремиология: лингвокультурологический и лингвоаксиологический потенциал // Новые исследования Тувы. 2022. № 1. С. 6-16.

Монгуш Ш.В. Роль паремий в репрезентации концепта охота в тувинской лингвокультуре // Когнитивные исследования языка. 2023. № 54. С. 758-762.

Мөңгүн дагша: Сенгел тываларының аас чогаалы болгаш чечен чогаалы (Монгун дагша: устное народное творчество и художественная литература тувинцев Цэнгэла). Улан-Баатор – Кызыл, 2013.

Паремиология в дискурсе: Общие и прикладные вопросы паремиологии. Пословица в дискурсе и в тексте. Пословица и языковая картина мира / О. Б. Абакумова, А. С. Алешин, Т. Г. Бочина и др.; под ред. О. В. Ломакиной. М.: URSS; Ленанд, 2015.

Паремиология без границ: монография / Е. Н. Антонова, М. А. Бредис, Т. Е. Владимирова и др.; под ред. М. А. Бредиса, О. В. Ломакиной. М.: РУДН. 2020.

Паремиология на перекрестках языков и культур / под ред. Е. Е. Иванова, О. В. Ломакиной. М.: Изд-во РУДН, 2021.

N.D. Suvandii, Sh.V. Mongush (Kyzyl, Russia)
Tuva State University

REFLECTION OF FISHING TRADITIONS IN TUVA PAREMIA (AGAINST THE BACKGROUND OF THE RUSSIAN LANGUAGE)

The purpose of this article is to study the English-language political media discourse during the COVID pandemic. In particular, the study is devoted to the analysis of communication strategies in the official speeches of British Prime Minister Boris Johnson, as a tool for forming a picture of the world of the population in times of crisis in the life of the British public.

Key words: political media discourse, pandemic discourse, communication strategies, coronavirus, political communication, sociocognitive science.

Т.Б. Тагарова (Иркутск, Россия)
Иркутский государственный университет
boroevna@yandex.ru

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ МОНГОЛЬСКИХ ЯЗЫКОВ С КОМПОНЕНТОМ «ПИЩА»: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена рассмотрению фразеологических единиц с названиями этнической пищи монголоязычных народов. Исследование производилось на материале халха-монгольских, калмыцких и бурятских фразеологических словарей. Отобранные в результате сплошной выборки единицы группируются на основании выявления оценочной коннотации. Обнаруживается связь оценочности с ценностью того или иного вида пищи, при этом названия пищи в составе ФЕ выступают в функции символов, стереотипов.

Ключевые слова: фразеологическая единица, лингвокультурологический, этническая пища, коннотация, оценочность отрицательная, положительная.

Общеизвестно, что картина мира – это не только группа символов или знаков, она имеет некий эмоциональный оттенок отношений субъекта. Таким образом, группа общественно-типичных установок обретает символичность в системе национального языка и создает языковую картину мира. Согласно Е.С. Кубряковой,

если язык отражает особое видение мира, то и отражение в нем позиции наблюдателя (или сознательное абстрагирование от нее) соответствует общей субъективности запечатленных и закрепленных в языке концептов [Кубрякова 2001: 32]. В.Н. Телия отмечает: «Связь языка и культуры осуществляется посредством культурной коннотации фразеологизма, воссоздающей соотнесенность ассоциативно-образного основания ФЕ со знаками культуры, каковыми являются мифологемы, символы, эталоны, стереотипы» [Телия 1996: 215].

Помимо антропоморфного, зооморфного, пространственного и др. кодов культуры, интерес вызывает пищевой код культуры монголоязычных народов, закрепленный в фразеологических единицах (ФЕ), в силу своей высокой культурологической значимости. Специфическое для данного языкового коллектива отношение к определенным видам продуктов питания находят выражение в особых аксиологических характеристиках, эксплицитно или имплицитно присутствующих в значении данных единиц. Под влиянием прагматических факторов они могут быть актуализированы в высказывании.

Данная статья посвящена рассмотрению ФЕ бурятского языка, составляющих семантическое поле «этническая пища».

Как известно, этническая пища бурят, халха-монголов, калмыков представляет собой рацион питания кочевников-животноводов, представляющий собой мясомолочные продукты, на что повлиял резко-континентальный климат территорий проживания монголоязычных народов.

Монгольские названия пищи в составе ФЕ функционируют в качестве стереотипов в монголоязычной коммуникации.

1. Отрицательно-оценочные ФЕ наиболее выразительны, например, со словом *мах*, *мяхан*, *махн*: х-монг. ФЕ *чоно махнаас гарах* 'волк откажется от мяса' (о чем-то несбыточном) (букв. волк из мяса выйдет), имплицитно свидетельствует о неотъемлемости исключения данного вида блюда из пищевых пристрастий монгольских народов.

Усиления экспрессивности, выражения отношения к предмету речи достигают путем противопоставления, создания антитезы, лексической замены: «*Мяхан бусалха бүрээ эдэшдэг, хүн үбгэрхэ бүрээ ухаа ородог*», – *гэжэ хэн нэгэнэй хэлэбэл, урбалдуулад лэ орхихо*: «*Мяхан бусалха бүрээ шүүхээ алдаха, хүн үбгэрхэ бүрээ ухаагаа гээдэг*». С. Цырендоржиев. Хурьгэнэйдөө. [ФСБЯ 2014: 197] – Когда кто-то говорит, что мясо созревает тем больше, чем больше кипит, человек ума набирает тем больше, чем старше становится, обязательно перевернет: «Мясо чем больше кипит, тем больше сок теряет, человек, чем старше становится, тем более ум теряет» и т.д. В данном контексте значимость мяса, как главного блюда, подчеркивается за счет параллелизма. Ср. начальную форму бур. *үлтиртэрөө шүлэ гарахагүй, үбгэртэрөө ухаа орохогүй* [ФСБЯ 2014: 358], противоположную по значению: до переваривания бульона не даст, до старости ума не наживет.

Отношение к субпродуктам как к пище второго сорта отразилось в образовании отрицательной оценочности ФЕ с их названиями: *өхэтэй ормогшнн, үшөө тиигэжэ байжа доржогонохобиш-и!* Б. Мунгонов. Харьялан урдаа Хёлгомнай [ФСБЯ 2014: 257]. – Ормок с жиром, ишь ты как затрещала! (*Ормок* – национальное блюдо из внутренностей животного).

Субпродукт *уушхан* 'легкие' символизирует то, что наиболее легко дается, а сало, более ценный продукт, достается с трудом (для того, чтобы животное нагуляло жир, нужно достаточно долгое время ухаживать за скотом) и т.д. Ср. калм. *hаза бээ*

махнас харт бээсн оошк [КРС 2004: 551] ≈ лучше синица в руке, чем журавль в небе (букв. чем мясо на дворе, лучше легкие в руке). Ср.: бур. *үглөө эдихэ өөхэнһөө мүнөө эдихэ уушхан дээрэ* [ФСБЯ 2014: 346], х-монг. *маргаашийн (өглөө идэх) өөхнөөс өнөөдрийн уушги дээр* [PRW1995: 64]. Таким образом, *өөх/ өөхэн* ‘сало’ – более ценный продукт для жителей в холодном суровом климате.

Образ продукта – мяса – может также придавать отрицательную оценочность ФЕ, когда передает значение чего-то лишнего, мешающего: х-монг. *нүдний хог, шүдний мах* (вариант: *нүдэнд орсон хог, шүдэнд орсон мах; нүдний булай болох*) ‘никому ненужный, надоевший человек’ (букв. соринка в глазу, мясо, застрявшее в зубах; для глаз гнусностью стать) [МӨХТТ 1999: 92]; бур. *нүдэнэй булай, эдээнэй дарамта* ≈ бельмо в глазу (букв. глаз гнусность, пища бремя) [ФСБЯ 2014: 237]; калм. *нүднд хонсн хонцла эдл* ≈ как бельмо в глазу [КРС 2004: 534]; х-монг. *бүлх залгисан шиг* [МӨХТТ 1999: 38-39]; бур. *бүлхи залгиһандал* ≈ комок в горле застрял (букв. словно жилу проглотил) [ФСБЯ 2014: 74-75]. Отрицательная оценочность образуется на ассоциации того, что ‘проглотил жилу’ или ‘комок в горле застрял’ – плохо, опасно для жизни человека.

Бур. ФЕ *үлүү хараад, булуу химэлэ* ≈ много хочешь, мало получишь, (букв. лишнее видя, толстый конец трубчатой кости грызи) [ФСБЯ 2014: 359]; в пьесе Б.-М. Пурбуева «Эрхэс наран...» звучит как брань из уст героини. Образ кости обретает негативную оценочность, что связано с отсутствием чего-либо съедобного в ней. ФЕ несет в себе народное нравоучение о вреде излишеств в желаниях. Ср. х-монг. *илүү харж билүү долоох* [МӨХТТ 1999: 73] с тем же значением (букв. на лишнее глядя, точильный камень лизать). Компоненты *булуу* и *билүү* имеют общее значение – ‘несъедобное’, это межъязыковые варианты.

Первоначально нейтральная ФЕ приобретает отрицательную оценочность в результате трансформации (контаминации): «... *амандаа ороһон сагаан хурьганай һүүл наһан соогоо хэлээрэй һөөргэнь түлхихэн амитанши!* Д. Эрдынеев. Уйлын үри. – ... всю жизнь изо рта выгалькивала курдюк белого барашка [ФСБЯ 2014: 265].

Курдюк (жировое отложение из хвоста овец) – один из самых ценных продуктов для монголов. Ср.: калм. *цадхэн күүнд цаһан хурһна сүл һаһуун болж медгддг, өлн күүнд үкрин өвр жөөлн болж медгддг* – сытому и курдюк белого ягненка кажется горьким, голодному человеку и рога коровы кажутся мягкими [КРС 2004: 868].

Название кисломолочного продукта придает отрицательную оценку ФЕ. Например, слово *тараг* (национальный кисломолочный напиток, род простокваши) включается в состав ФЕ со значением ‘кому-либо с другим человеком не удастся дело сделать’ (букв. тарак не сварить): *Та бидэ хоёришые тараг бүрижэе бирахагүй хабди*. Ц. Дон. Брынзын санха. – Мы с вами не сможем тарак сварить [ФСБЯ 2014: 278-279]. Русское соответствие ≈ каша не сварить.

Отрицательно-оценочная ФЕ *альган тараг эдихэ* ≈ получить подзатыльник, тумака (букв. ладонь тарак съесть) выражает ироническое отношение автора к герою: ... *Унтер-офицеришые болоходоо магадби гэжэ тэнэгээр шэбшэһэн хүйхэрнай «альган тараг» эдижэе...* Д. Батожабай. Төөригдэһэн хуби заяан. – Может, и унтер-офицером стану, подумал наш глушый пройдоха, но получил подзатыльник Возможно, отрицательная окраска образовалась в связи с ассоциацией кислого на вкус напитка *тараг* [ФСБЯ 2014: 17-18].

Бур. *альган шаанги* (букв. ладони шанги), *альган талхан* ‘удар кулаком’ (букв. ладонь, мука или тесто) – варианты *альган тараг*.

Ср.: х-монг. *таван салаа боов идэх (хүртэх)* [МӨХТТ 1999: 116] – ‘получить пощечину’ (букв. пять ветвей бобы (вид печенья) съест / удостоится): *Яагаад айлын гэр буулгаж байна, таван салаа боов идэх нь үү?* Л. Түдэв. Будаг амилна. – Почему вы снимаете (разгружаете?) чужой дом, хотите получить тумака?

Приведенные примеры показывают, что не всегда ценный продукт ассоциируется с чем-то положительным при образовании фразеологического значения.

Х-монг. ФЕ *ээзгий буцалгах* – ‘храпеть, спать’ (букв. творог кипятить) также имеет ироническую окраску в контексте: ...*Орон дээр хэвтүүлмэгц ээзгий буцалгаж эхлэв.* Ч. Лодойдамба. Тунгалаг Тамир. – ...Как только его уложили на кровать, так сразу громко захрапел [МӨХТТ 1999: 201-202].

2. ФЕ положительно-оценочные также строятся на основе образов мясомолочных блюд.

Но встречаются случаи выражения положительной оценки и посредством наименования такого «несъедобного» продукта как кость, который выступает в качестве символа добычи: бур. *ябаһан хүн яһа зууха, хэбтэһэн хүн хээли алдаха* ≈ кто ищет, тот найдет (букв. идущий человек кость возьмет в зубы, лежащий живот потеряет). Положительная оценка образована, по-видимому, на ассоциации образа кости как основы для мяса, опоры, механизма для движения человека.

Положительно-оценочной представлена ФЕ, происходящая из языка фольклора: *нуурай иэнээн архи, болдогой иэнээн мяхан* (букв. с озеро вино, с холм мясо), т.к. изобилие этих продуктов свидетельствует о достатке, что хорошо [ФСБЯ 2014: 216].

Масло – символ материального достатка: бур. *мал хараха – ама тоһодохо* ‘за скотом ухаживать – рот маслом помазать’ [ФСБЯ 2014: 181]; х-монг. *ам тосдох (тослох)* ‘иметь пищу, пропитание’ (букв. рот помазать маслом) [МӨХТТ 1999: 19]; *ганзага тослох (мялаах)* (эвфемизм) ‘удачно поохотиться, прибыть с добычей’ (букв. торока помазать маслом) [МӨХТТ 1999: 43]; *тогтоо тослох* (эвфемизм) ‘употребить в пищу мясо животного’ (букв. котел помазать маслом) [МӨХТТ 1999: 118]; бур. *тоһон соогуур умбаха (оймохо), торгон дээгүүр хульбэрхэ* [ФСБЯ, с. 297], х-монг. *тоһонд умбаж, торгонд хөлбөрөх* ≈ как сыр в масле кататься (букв. по маслу бродить, на шелках валяться) [МӨХТТ 1999: 126]; *тоһошье шудхаа хаа* ‘как ни ублажай (не изменится к лучшему)’ (букв. хоть маслом залей) [ФСБЯ 2014: 297], х-монг. *шар тос шиг* ≈ медовые речи ‘хорошее душевное (слово)’ (букв. словно топленое масло): ...*Шар тос шиг уг хэлнэ гэж бодоогүй байсан* ... Д. Найманжин. Оломгүй далай. – Не думал, что скажут слово, подобное топленому маслу.... [МӨХТТ 1999: 188].

Масло – символ красоты: х-монг. *тостой гараар барьшгүй (цэвэрхэн, гоо үзэсгэлэнт)* ≈ ни в сказке сказать, ни пером описать ‘неописуемо красивая (женщина)’ (букв. руками в масле не схватить) [МӨХТТ 1999:126]; *түүхий сүүний бяслаг шиг (мантгар цагаан ‘большая белая’, махлаг цагаан ‘мясистая белая’)* ≈ кровь с молоком, женщина в теле (букв. словно сыр из сырого молока, большая белая) [МӨХТТ 1999: 128] и т.д.

Масло – символ источника энергии, катализатор какого-либо процесса: бур. *гал дээрэ тоһо адхаха* [ФСБЯ 2014: 96]; калм. *һал деер тос кех/асгах* [ФСБЯ 1990: 29]; х-монг. *гальд тос нэмэх (хийх)* ≈ масла в огонь подлить (букв. масло в огонь лить, добавит): ...*ёстой л зангууны үлгэр дээ гэж Даидамба Ханд авгайн ноцоосон гал руу тос нэмлээ.* Ж. Пүрэв. Аянга. – ...это на самом деле бабушкины сказки, подлил масла в огонь, разожженный тетушкой Ханд, Дашдамба (здесь *зангуу* – бот. якорцы стелющиеся) [МӨХТТ 1999: 42]. Здесь один персонаж нагнетает и без того

напряженное психологическое состояние другого. *Ама тоһодохо* ‘дать подарок’ (букв. рот мазать маслом) в контексте: «... *Жоодшые абаад ерһэнэйиш түлөө амыеш тоһодоһоб!* ...». Д. Батожабай. Төөригдһэн хуби заяан. – ... Если приведешь жодчи (монаха), дам подарок! [ФСБЯ 2014: 22].

ФЕ с названием другого вида блюда – *урмэн/ өрм/ өрөм* молочной пенки (любимого лакомства монголов) – также часто употребляется в монгольских языках для характеристики человека: калм. (*хар*) *усн деер өрм тогтам (бээлһм) келтэ: (хар) усн деер өрм бээлһм хальмг келтэ* ... К. Эрнжэнэ [ФСКЯ 1990: 111]; бур. *уһан дээрэ урмэ тогтоохо* 1) говорить красноречиво, 2) зубы заговаривать (букв. на воде пенку молочную настоять) [ФСБЯ 2014: 339].

Отметим, что х-монг. *усан дээр өрөм тогтоом* используется в значении ‘приятный, мягкий нравом (человек)’. *Усан дээр өрөм тогтоом ааштай чухам орчин цагийн эрдэмт хүн ийм байх гэмээр*. С. Эрдэнэ. Амьд явсан хүн. – Современный ученый должен быть таким – с мягким, приятным нравом [МӨХТТ 1999: 135].

Таким образом, ФЕ монгольских языков с названиями пищи служат идентификации образа национального типа личности, демонстрации этнокультурной знаковой системы. В выражении положительной оценки ФЕ основную роль играют названия таких продуктов, как мясо, сало, масло, молочная пенка. Общая (универсальная) положительная оценка базируется на комбинировании сенсорно-вкусовой и рационалистических оценок (мясо, молоко вкусны, полезны, необходимы для поддержания жизни человека). Образование отрицательной оценочности связано с низкой ценностью продукта, например, с названиями субпродуктов, кисломолочных напитков. Когнитивная и оценочная роль лексем-наименований этнической пищи заключается в формировании стереотипов для типовой характеристики представителей народа в целом.

Словари

МӨХТТ – Аким Г. Монгол өвөрмөц хэлцийн тайлбар толь = Толковый словарь монгольских фразеологических единиц. Улаанбаатар: «Интерпресс» хэвлэлийн газар, 1999.

КРС – Калмычко-русский словарь. 2-е издание / сост. Э. Ч. Бардаев, Р.А. Джамбинова, А.Л. Каляев, А.Ш. Кичиков, Ц.К. Корсункиев, М.У. Монраев, Б.Д. Муниев, Д.А. Павлов, Н.Н. Убушаев. Элиста: Калмыцкое книжное издательство, 2004.

ФСКЯ – Бардаев Э.Ч., Пюрбеев Г.Ц., Муниев Б.Д. Фразеологический словарь калмыцкого языка / ред. Г.Ц. Пюрбеев. Элиста: Калмыцкое книжное издательство, 1990.

ФСБЯ – Фразеологический словарь бурятского языка / сост. Т.Б. Тагарова. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014.

PRW – Pearl Rosary of Wisdom. Concise dictionary of English-Mongolian and Mongolian-English proverbs / compiled by G. Akim. Ulaanbaatar: Tod printing, 1995.

Литература

Кубрякова Е.С. Язык и знание. М.: Языки славянской культуры, 2004.

Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996.

*T.B. Tagarova (Irkutsk, Russia)
Irkutsk State University*

PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE MONGOLIAN LANGUAGES WITH THE COMPONENT "FOOD": LINGUOCULTUROLOGICAL ASPECT

The article is devoted to the consideration of phraseological units with the names of ethnic food of the Mongolian-speaking peoples. The research was carried out on the material of Khalkha-Mongolian, Kalmyk and Buryat phraseological dictionaries. The units selected as a result of a continuous sampling are grouped based on the identification of the estimated connotation. There is a connection between evaluativeness and the value of a particular type of food. At the same time, the names of the food in the composition of the units act as symbols, stereotypes.

Key words: phraseological unit, linguoculturological, concept, ethnic food, connotation, evaluation negative, positive.

*Н.В. Томилина (Москва, Россия)
Московский городской педагогический университет
tomilinanv515@mgpu.ru*

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АНГЛИЙСКИХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ *SAFE* И *SECURE*: ЗОНЫ КОНВЕРГЕНЦИИ И ДИВЕРГЕНЦИИ

В работе рассматриваются вопросы, связанные с изучением семантики единиц *safe* и *secure* с общим значением *безопасный*, зоны конвергенции и дивергенции данных прилагательных, а также особенности употребления исследуемых единиц в речи, определяемые этими сходствами и различиями. В работе рассматриваются теоретические исследования концепта прилагательных *safe* и *secure*, анализируются и описываются семантические структуры выбранных языковых единиц и методы их исследования. Анализ зон конвергенции и дивергенции исследуемых прилагательных позволил установить особенности концептуализации *безопасного* в современном английском языке.

Ключевые слова: семантика, синонимы, *безопасный*, синонимичные прилагательные, лингвистический эксперимент, значения.

Исследование выполнено в рамках динамично развивающейся семантико-когнитивной лингвистической парадигмы и представляет собой анализ английских прилагательных с общим значением *безопасный* – *safe* / *secure*. В исследовании использовались данные толковых словарей английского языка, официальных источников, освещающих вопросы *безопасности* и находящихся в свободном доступе, рассматривались материалы СМИ, а также использовалась русская корпусная поисковая система (НКРЯ) и американская корпусная поисковая система (СОСА). Методы корпусной лингвистики, контекстного анализа и изучения сочетаемости слов являются эффективными инструментами для практического анализа семантики слов и позволяют получить адекватные семантические описания языковых единиц.

Цель исследования заключается в проведении анализа английских прилагательных *safe* и *secure* с точки зрения их семантических характеристик, а также сравнение зон конвергенции и дивергенции данных языковых единиц, выявление основных контекстов использования исследуемых слов.

Актуальность предпринятого исследования определяется наличием общего интереса к процессам языковой категоризации, изучению концептуализации фрагментов внеязыковой действительности средствами естественного языка и отсутствием исчерпывающего описания их значений.

Методика исследования определялась целью и поставленным задачам. На начальном этапе создавалась эмпирическая база исследования – из НКРЯ набирались примеры высказываний, содержащих выбранные единицы: 150 примеров с прилагательными *safe* и 150 примеров со словом *secure*. Был проведен анализ словарных дефиниций исследуемых слов на основе русско-английских онлайн-словарей, выявлена частотность их употребления посредством сервиса Books Ngram Viewer.

В рамках исследования были использованы компонентный анализ, гипотетико-дедуктивный метод и дистрибутивный анализ.

На основе данных дистрибутивного анализа была сформирована гипотеза о значении английских прилагательных *safe* / *secure*, а также выявлены зоны конвергенции и дивергенции исследуемых языковых единиц в зависимости от их контекста. Исследование зон конвергенции показало, что слова *safe* и *secure* могут использоваться для обозначения *физической безопасности и защищенности*, например, в высказываниях *a safe car* / *a safe passage* / *a secure workplace*, однако зоны их дивергенции указывают на то, что в данных словосочетаниях слово *safe* вносит информацию о *маршрутах, которые не представляют угрозы и опасности*, а также *информацию о защите от физических угроз и опасностей*. Прилагательное *secure* передает информацию о *безопасности и защите на рабочем месте или о защите государственных интересов и национальной безопасности*.

Исследуемые слова могут использоваться для описания одной и той же денотативной ситуации, например, в предложениях *I keep my valuables in a safe place*. – *Я храню свои ценности в безопасном месте и the military base is surrounded by a secure perimeter*. – *военная база окружена безопасной зоной*, но их расхождения заключаются в том, что языковая единица *safe* описывает ситуацию или объект, который является свободным от опасности или риска, и обладает защитой от возможных угроз, тогда как *secure* обозначает высокую степень защищенности и надежность объекта или ситуации, а также отсутствие уязвимых мест.

Вместе с тем значение слова *safe* позволяет ему использоваться для описания *безопасности внутри дома, когда двери заперты, а окна закрыты*, например, *the final result was a beautifully finished and safe home ready to be put on the market*. – *окончательным результатом станет красивый и надежный дом, готовый к заселению*, тогда как прилагательное *secure* может использоваться для описания *высокой безопасности приложения или системы, которая защищена от злоумышленников*, как в предложении *the homeowner installed a secure lock on the front door*. – *владелец дома установил надежный замок на входной двери*.

С целью проверки вышеприведенной гипотезы и проведения семантического эксперимента была сформирована база данных для предоставления ее информанту, где носитель языка (информант) оценивал употребимость (адекватность) / неупотребимость исследуемой языковой единицы в определенном контексте. Так, оценивая словосочетания *safe market* и *secure creditor*, носители языка посчитали их приемлемыми, тогда как словосочетания **secure market* и **safe creditor* – некорректным использованием данных языковых единиц.

Таким образом, эксперимент позволил сделать вывод, что оба слова используются в концепте *безопасности* и *защищенности*, однако слово *safe* описывает более широкий спектр ситуаций, в то время как *secure* имеет более узкое и конкретное значение.

Проведенное исследование показало, что английское прилагательное *safe* имеет значение: ‘физическая безопасность / защищенность (безопасность на дорогах и в отношениях)’; слово *secure* имеет значение: ‘информационная безопасность (защита данных, безопасность в отношениях, включая защиту семейного бюджета)’.

Применить полученные результаты можно в контекстах словосочетаний, в которых наблюдаются эти признаки (*a safe car / a safe passage / a secure password / a secure investment*), и напротив, контекстах, в которых этот признак не виден (*a safe password / a safe investment / safe market / a secure place / a secure building / secure creditor*).

Проведенное исследование позволило уточнить семантику выбранных английских прилагательных и выявить зоны их конвергенции и дивергенции. Анализ прилагательных *safe* и *secure* с точки зрения их семантических характеристик, а также сравнение их значений и использования позволило точнее определить их семантическую структуру. Полученные результаты позволили подтвердить наличие сходства и различия в семантике прилагательных *safe* и *secure*, выявить основные контексты их использования, а также определить роль сочетаемости в формировании их значений. На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что контекст и сочетаемость слов *safe* и *secure* играют ключевую роль в определении и интерпретации их значений, а также в формировании семантической динамики этих прилагательных.

Литература

Апресян Ю.Д. Значение и оттенок значения // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. 1974. № 4. С. 320-330.

Виноградова С.А. Семантика английского прилагательного: на материале относительных прилагательных: дис. ... д-ра филол. наук. Мурманск, 2018. 149 с.

Никитина В.В. Концептуализация ментального состояния субъекта в конструкциях типа X shudders to think: дис. ... канд. филол. наук. М: МГПУ, 2021. 230 с.

Сулейманова О.А., Фомина М.А., Тивьяева И.В. Принципы и методы лингвистических исследований. М.: Языки народов мира, 2020. 352 с.

Goddard C. The lexical semantics across domains, languages, and cultures // Language Sciences. 2011. № 1 (33). P. 40-57.

N.V. Tomilina (Moscow, Russia)
Moscow City University

SEMANTIC ANALYSIS OF THE ENGLISH ADJECTIVES *SAFE* AND *SECURE*: DOMAINS OF CONVERGENCE AND DIVERGENCE

This study focuses on the two English synonymous adjectives *safe* and *secure* which unit with the common meaning of *safe*, domains of convergence and divergence and features of use in speech determined by these differences. To study the meanings of adjectives, data from explanatory dictionaries of the English language, official sources covering security issues and freely available, media materials are considered, and the Russian corpus search system (НКРЯ) and the American corpus search system (COCA) are also used. The paper deals with theoretical studies of the concept of adjectives *safe* and *secure*, analyzes and describes the structures of linguistic units and research

methods. The analysis of convergence and divergence domains of the studied adjectives allowed to establish the concept of the units and identify their features. The methods of corpus linguistics, contextual analysis and word combination studies are effective tools for practical analysis of word semantics, which can be useful for linguists, foreign language teachers, translators, and editors.

Key words: semantics, synonyms, safe, synonymous adjectives, linguistic experiment, meanings.

*А.С. Уженцева (Барнаул, Россия)
Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова
engurra@mail.ru*

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК СРЕДСТВО ОБЪЕКТИВАЦИИ КУЛЬТУРОСПЕЦИФИЧЕСКОГО (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ КОНЦЕПТА СЧАСТЬЕ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКИХ ЯЗЫКАХ)

Содержание универсального концепта может иметь существенные отличия в разных культурах. Этнокультурная специфика концепта СЧАСТЬЕ, обусловленная различными ценностными установками русской и британской культур, особенно явно проявляется в его объективациях на уровне фразеологии в русском и английском языках.

Ключевые слова: этнокультурная специфика концепта, фразеологизм, культурный смысл, культурные коннотации.

Универсальный концепт, являясь комплексным ментальным образованием, имеет множественную представленность в языке. Будучи рассеянным в объективирующих его языковых знаках [Пименова 2009: 8], он находит свою актуализацию в имени концепта и его синонимах, в фразеологизмах и идиомах, в паремиях и метафорах или может быть выражен целым текстом.

Изучение различных способов вербализации универсального концепта в двух языках в сопоставлении открывает вопрос этноспецифичности этой единицы ментального лексикона [Кубрякова 1997: 90], а также заставляет задуматься, какие из его объективаций обладают максимальной культурной чувствительностью [Козлова 214: 7], другими словами, единицы какого языкового уровня проявляют этноспецифичность универсального концепта наиболее явно. Следуя за мыслью В.Н. Телия о том, что фразеологический состав языка представляет собой зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание [Телия 1996: 9], мы считаем фразеологию максимально культурно-специфичным языковым материалом. Фразеологизмы и идиомы отражают базовые ценности культуры, поведенческие клише, а также национально-специфичные культурные стереотипы. Эти устойчивые единицы многочисленны и разнообразны в языке, и закодированная в них культурно маркированная информация является ключом к пониманию уникальных черт содержания концепта. Сказанное выше определяет наш интерес к анализу русских и английских фразеологизмов, актуализирующих особенности универсального концепта СЧАСТЬЕ, специфичные для данных культур и отражающие культурные коды нации.

В традиционной русской культуре счастье неразрывно связано с судьбой. *Рождаясь под счастливой звездой*, человек получает счастье как дар, не прилагая к

этому собственных усилий. Об отмеченном фортуной счастливым человеке часто говорят *счастливый в сорочке/рубашке, родился*. При этом в счастье человека заключается в том, что он удачно избегает опасностей: *Мучительно долго отмачивали марганцем и отдирали от плеча бинты. Потом обработали рану, врач осмотрел ее внимательно, потыкал в рану зондом, будто раскаленным прутком, сказал, что солдатик в рубашке родился* (В. Астафьев). Это же выражение используется, когда говорят о человеке, который без потерь выходит из рискованных или нежелательных ситуаций: *Я не одобряю вашего поступка. Но нет худа без добра. Может быть, вы в сорочке родились, если это вам так сойдет. А надежда есть* (А. Солженицын). В английском языке также имеется устойчивой выражение о счастливишке, баловне судьбы, который получает определенные блага при рождении *be born with a silver spoon in the mouth*, однако при внешней схожести эта идиома отражает несколько другой культурный смысл. Вместо удачи и везения, объективированных русским фразеологизмом, речь идет о материальном благополучии, которое человек приобретает по праву рождения: *One man is born with a silver spoon in his mouth, and the other with a wooden ladle* (Oliver Goldsmith). Приведенный пример свидетельствует о классовом неравенстве по материальному признаку, где одним достается драгоценная серебряная ложка, а другим простой деревянный черпак. Так эти фразы отражают совершенно разные культурно значимые векторы – вера в судьбу и удачу, характерные для русской культуры, и финансовое и классовое неравенство, типичное для британского общества.

Ориентационная метафора верха характерна для репрезентации СЧАСТЬЯ в русских и английских идиомах. Наличие этих идентичных образов объясняется тем, что онтологические метафоры, к которым относятся ориентационные метафоры, эксплицируют общие, фундаментальные принципы бытия, характерные для человечества в целом. Так, все хорошее и счастливое ассоциируется с верхом, или, если обратиться к христианской религиозной традиции, с раем, царствием небесным. Как следствие, у русского фразеологизма *быть на седьмом небе от счастья*, обозначающего ‘быть очень счастливым’, есть аналог в английском языке *in seventh heaven*, выражающий тот же смысл и имеющий идентичные культурные импликации. Следует заметить, что количество фразеологизмов, объективирующих концепт СЧАСТЬЕ посредством ориентационной метафоры в английском языке, больше, чем в русском. Так, русская фразеология «отвечает» лакунами на английские образы счастья, связанные с положением выше луны *be over the moon*, на девятом облаке *on a cloud nine*, или прогулкой по воздуху *to walk on air*, выражающие общее значение ‘очень счастлив’. Интересно проследить культурно специфические векторы, задаваемые схожими метафорическими репрезентациями в русском языке *быть наверху блаженства / быть верхом блаженства* и в английском языке *be on the top of the world*. Следующий пример иллюстрирует, что *верх блаженства* есть высшее наслаждение, улада души, радость, связанная с миром чувств и эмоций: *Бесспорно, для него составляло уже верх блаженства одно то, что он опять будет беспрепятственно приходить к Аглае, что ему позволят с нею говорить, с нею сидеть, с нею гулять, и, кто знает, может быть, этим одним он остался бы доволен на всю свою жизнь!* (Ф.М. Достоевский). В то же время английский фразеологизм *be on the top of the world?* помимо идеи высшей степени удовлетворенности положением дел, включает компонент гордости за то, что это состояние является закономерным результатом собственных достижений: *She was feeling on top of the world after winning the tennis tournament... looking very proud of*

herself (The Times). Выигранный теннисный турнир является продуктом собственных усилий, так, образ счастья в приведенном примере отражает деятельностные установки британской культуры и определенную долю гордости, присущей этой нации.

Одним из этноспецифичных русских фразеологизмов о счастье является фразеосочетание *пытать счастья*, т.е. пытаться сделать что-то, рассчитывая на успех. Этот фразеологизм тесно связан с ключевым для русской культуры концептом АВОСЬ, он содержит некоторый элемент риска, надежду на удачу при достижении счастья: *Был он тогда в полной силе, продал свою заимку, перехватил деньжонок у разной родни и отправился **пытать счастья** в далекую енисейскую тайгу вместе с Савельем* (Д.Н. Мамин-Сибиряк). При этом усилия человека вовсе не гарантируют ему успешного исхода, чаще всего это авантюрные тщетные попытки, предпринимаемые человеком: *В течение двадцати лет бедный немец **пытал свое счастье**: побывал у различных господ, жил и в Москве, и в губернских городах, терпел и носил многое, узнал нищету, бился, как рыба об лед...* (И.С. Тургенев).

Включение компонента удачи и везения в содержание концепта СЧАСТЬЕ в русской культуре чаще не сопряжено с дискомфортом или риском. Примером этому служат этикетные фразы *счастливого пути*, как пожелание удачно добраться до пункта назначения, и *счастливо оставаться*, как пожелание благополучия, которые часто используется при прощании: – *Тогда **счастливо оставаться**, - парень встал. – Пожелай мне **счастливого пути!*** (Д. Ларичева). В данном контексте смысл *счастье-удача* имеет исключительно положительные коннотации.

Британская культура характеризуется иным подходом к счастью, где в приобретении этого высшего фелицитарного блага человек склонен рассчитывать на свои силы. Так, фразеологизм *make one's day* является типичным для выражения идеи счастья в английском языке. В качестве иллюстрации данной идиомы приведем историю из личного опыта, когда фраза *You've made my day* была сказана нам нашей незамужней квартирной хозяйкой – британкой как реакция на подаренную ей на День Святого Валентина коробку шоколадных конфет, что доставило ей большую радость. Частотность использования данного фразеологизма свидетельствует о том, что представители британской нации не склонны видеть счастье как проявление удачного стечения обстоятельств, но считают его результатом действий человека.

Цветовая палитра счастья в английских и русских фразеологизмах также характеризуется этноспецифичностью. Приведем один пример: в русской культуре счастье, объективированное анималистической метафорой, предстает в образе *синей птицы*: *Выходит, **стать принцессой еще не значит поймать за хвост **синюю птицу счастья?***** (А. Леонтьев). В то время как в английском языке многочисленны устойчивые единицы, в которых синий цвет обозначает весь спектр негативных эмоций: *to look blue* – выглядеть подавленным; *blue studies* – мрачные раздумья, *blue devils* – депрессия, подавленное настроение (<https://idioms.thefreedictionary.com>).

Культурная маркированность устойчивых единиц может проявляться при анализе компонентов их структуры. Так, большое количество английских идиом о счастье основано на использовании глагола *to have*, например: *to have the ball*, *to have the time of one's life* или *to have a whale of time* в значении 'enjoy oneself very much'. Наличие данного глагола в структуре приведенных выражений – проявление *have-language*, который, в свою очередь, является языковой проекцией деятельностной культуры [Козлова 2021, 50], где обладание является основным способом существования, определяющим положение вещей. Так, идея обладания,

эксплицированная лексическим значением глагола *to have* и экстраполированная на счастье как на некоторый желанный объект, которым хочется владеть, объективирует еще одну этноспецифичную характеристику данного концепта в британской культуре. Русский язык как отражение культуры бытия характеризуется наличием коллокаций с глаголом *быть*: *Хочешь быть счастливым, будь им* либо характеризуются лакунарностью данного глагола, который восстанавливается по контексту: *Счастье не за горами*, что позиционирует счастье не как объект владения, но как состояние, в котором хочется существовать.

В завершение отметим, что даже небольшое количество приведенных иллюстраций свидетельствует о том, что объективация универсального концепта посредством фразеологизмов явно проявляет его этноспецифичность, обусловленную доминантными ценностями культуры.

Литература

Козлова Л.А. О трех способах манифестации культурно-специфического в лексиконе языка // Филология и человек. 2014. № 1. С. 7-16.

Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Изд-во МГУ, 1997.

Пименова М.В. Предисловие // Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. Кемерово: КемГУ, 2009. С. 3-9.

Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996.

*A.S. Uzhentseva (Barnaul, Russia)
Polzunov Altai State Technical University*

PHRASEOLOGICAL UNITS AS MEANS OF CONCEPT ETHNOCULTURAL CHARACTERISTICS DISPLAY (THE CASE OF PHRASEOLOGICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT ON HAPPINESS IN RUSSIAN AND ENGLISH)

The content of universal concepts may vary in different cultures. Russian and English phraseological units are capable of highlighting specific ethnocultural characteristics of the concept of HAPPINESS which is predetermined by Russian and British dominant values.

Key words: concept ethnocultural characteristics, set phrases, cultural connotations.

*Е.Ю. Хрисонопуло (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный институт культуры
katherine0824@gmail.com*

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ СОДЕРЖАНИЕ КАК ОСНОВА ЗНАЧЕНИЯ ВВОДНОГО ЭЛЕМЕНТА *THERE* В АНГЛИЙСКОМ БЫТИЙНОМ ПРЕДЛОЖЕНИИ

В работе исследуются семантические особенности вводного элемента *there*, входящего в структуру английского бытийного предложения. Языковые данные свидетельствуют в пользу того, что вводное *there*, не обладая референцией, тем не менее имеет значение, в основе которого лежит концептуальное содержание “пространство актуальной ситуации”.

Ключевые слова: бытийное предложение, вводный *there*, смысловое подлежащее, именная группа, мыслительное конструирование, концептуальное содержание, пространство актуальной ситуации.

Бытийное предложение в английском языке представляет собой один из номинативных типов, в котором обозначается ситуация бытия объектов, явлений и/или признаков. В свою очередь, структура бытийных предложений интегрирует в своем составе вводный элемент *there*, бытийный глагол *be* либо соотносимый с ним предикат бытийного проявления субстанции (*go, come, grow*), именную группу (N), называющую бытующую субстанцию, а также (хотя и не обязательно) слово либо словосочетание с обстоятельственной семантикой (Loc): THERE BE N [LOC]. При этом составляющие представленной структуры не являются равнозначными в плане своих референтных характеристик. В то время как именная группа вместе с бытийным предикатом и обстоятельством места в прототипе указывают на тот или иной референт (например, на книгу, находящуюся на столе, в предложении *There is a book on the table*), вводный элемент *there* не соотносится с объективно присутствующими в бытийной ситуации предметами либо признаками и, соответственно, референцией не обладает.

Функционирование вводного *there* в качестве нереферентного слова в составе бытийного предложения не означает отсутствия у него какого-либо содержания. В частности, с позиций когнитивного подхода подчеркивается, что *there* сигнализирует о последующей информации, в том числе о наличии либо существовании чего-либо [Кобрин, Болдырев, Худяков 2007: 242]. В сходном ключе указательная функция вводного элемента *there* характеризуется в когнитивной грамматике Р. Лэнкера, где отмечается соотносимость данного элемента с “абстрактным сеттингом” или “абстрактным фреймом презентации”, предназначенным для включения в него тех или иных сущностей [Langacker 2000: 347].

Обращение к номинативным функциям вводного *there* в переводческом аспекте в работе В.И. Хайруллина [2017: 71] подводит автора к выводу о том, что этот элемент называет определенное пространство, которое способно включать в себя как предметные, так и абстрактные сущности. Пространственная интерпретация вводного *there* предлагается также в нашей недавней работе [Хрисонопуло 2023], в которой выделяются основные концептуальные характеристики обозначаемого пространства. При этом пространственная семантика вводного элемента противопоставляется семантике личного подлежащего в высказываниях, обозначающих аналогичную бытийную ситуацию: *There was a noise – He heard a noise*. Противопоставления подобного рода способствуют идентификации мыслительного конструирования (mental construal) как составной части значения языковой единицы.

В настоящей работе ставится цель выявить концептуальное содержание, передаваемое вводным *there* в составе английского бытийного предложения. В то время как мыслительное конструирование, упомянутое выше, указывает на способ осмысления сущности по сравнению с другими ее обозначениями, концептуальное содержание воплощает в себе мыслительное представление о сущности, которое относительно независимо от ее обозначения другими языковыми средствами. В связи с этим основным методом анализа в предпринятом исследовании послужит выявление взаимосвязей вводного *there* на уровне предложения и диктеты. Под последней, вслед за М.Я. Блохом [2016: 71], понимается минимальная единица тематизации, т.е. одно либо нескольких предложений, в которых раскрывается определенная тема. Материалом для анализа послужил сборник рассказов Р. Киплинга “Just So Stories” [Kipling 1979], в котором методом сплошной выборки отобрано 53 примера употребления бытийных предложений.

Синтагматические взаимосвязи вводного *there* в первую очередь обусловлены его коммуникативной ролью в предложении, связанной с помещением смыслового подлежащего после бытийного глагола, что, в свою очередь, приводит к коммуникативному выделению соответствующего референта. Как правило, это новый объект, о котором впервые упоминается в сообщении и который, соответственно, стоит в центре обсуждения в рамках диктемы: *“Well,” said the Horse “there’s a thing the middle of your Howling Desert...with a long neck and long legs and he hasn’t done a stroke of work since Monday morning...”*. Вместе с тем, именная группа в позиции смыслового подлежащего может также обозначать то или иное качество (*“...there is something about you that I don’t understand”*), абстрактное понятие (*“...there was a great deal more in that than you would think”*) или событие (*“...five weeks later, there was a heat-wave in the Red Sea...”*).

Сам факт соотносительности вводного *there* с различными семантическими классами именных групп в позиции смыслового подлежащего говорит не столько о содержательной неопределенности обозначаемого данным элементом пространства, сколько об антропоцентричной сущности этого пространства. Выше уже упоминалось, что вводное *there* в бытийном предложении регулярно соотносится с личным подлежащим в конструкциях иного номинативного типа, но обозначающих аналогичную бытийную ситуацию. Разнообразие семантических классов именных групп, которые вводит элемент *there*, косвенно указывает на то, что соответствующие личные подлежащие подразумевают фокус внимания имплицитруемого вводным *there* личностного субъекта.

В целом, можно говорить о трех группах данных, свидетельствующих о том, что в центре пространства, задаваемого элементом *there*, находится лицо и что смысловое подлежащее не просто именуется соответствующие референты, а имплицитрует **фокус внимания** подразумеваемого **лица**. Во-первых, преимущественной формой отрицания, употребляемого в бытийных предложениях, является то, которое непосредственно относится к существительному (*no N*) либо входит в состав неопределенных местоимений (*nobody, nothing*), ср.: *...there was no need to paddle...; There was nobody in the world so big as Pau Amma...; ...there was nothing left of the Equinoxes...* Во всех приведенных примерах отрицание не столько распространяет предикацию, сколько входит в состав именной группы, указывая на значимое отсутствие чего-либо, находящегося в фокусе внимания персонажа. Во-вторых, фокус внимания - это всегда нечто целостное и единое, в связи с чем употребление бытийного глагола в единственном числе возможно и в контексте множественного числа смыслового подлежащего: *“There wasn’t lots of spears. There was only one spear...”*. Приведенный пример демонстрирует случай концептуального согласования (соотносимого с понятием “корреспонденции” в концепции Л.С. Бархударова [2008: 170]) между осмыслением референта подлежащего как единого фокуса внимания и формой числа сказуемого. Аналогичный случай концептуального согласования наблюдается и в случае употребления смыслового подлежащего с квантификатором *plenty*: *“There’s plenty of black left on my skin still....* Наконец, в-третьих, именно концептуальная структура “фокус внимания” обуславливает интерпретацию смыслового подлежащего в случае его использования с определенным детерминантом. Например, употребление определенного артикля или притяжательного местоимения в составе именной группы всегда указывает на необходимость учета или принятия во внимания соответствующего референта: *“There’s the hissy-snake at the the end and the carp-mouth before the snake...”*; *“There’s your big spear at home,” said Taffy.*

Категоризация референта именной группы как фокуса внимания дает основание охарактеризовать стоящее за вводным *there* пространство как такую область, в центре которой находится личностный субъект. В свою очередь, интерпретация имплицитного *there* пространства как антропоцентричного подводит к вопросу о природе той сущности, на которой сконцентрировано внимание лица. Как показывает языковой материал, эта сущность связывается с тем или иным событием. Это событие выражается эксплицитно в случае функционирования смыслового подлежащего как событийного имени (...*there was a most awful thunder-clap...*) либо в случае его распространения за счет определительного оборота (...*at last there was only one small fish left in all the sea...*). Во всех других случаях предикация события референту смыслового подлежащего происходит имплицитно - либо на уровне диктемы, в которой референту подлежащего отводится тееобразующая роль ("*There is a Baby in the Cave. He is new and pink and fat and small, and the Woman is very fond of him*"), либо на уровне текста в целом, когда за подлежащим стоит главный персонаж произведения: *In the beginning of years...there was a Camel, and he lived in the middle of a Howling Desert...* В любом случае вводное *there*, осмысляемое как пространство, вводит субъектно-предикатную группу, которая в целом мыслится как актуальная для данного текста ситуация.

Сказанное об особенностях смысловых взаимосвязей вводного *there* в составе английского бытийного предложения позволяет сделать вывод о том, что концептуальное содержание этого элемента можно определить как "**пространство актуальной ситуации**", квалифицируемое в качестве такового с точки зрения находящегося в нем личностного субъекта.

Литература

Бархударов Л.С. Структура простого предложения современного английского языка. Изд. 2-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.

Блох М.Я. Теоретические основы грамматики. 5-е изд. Дубна: Феникс+, 2016.

Кобрина Н.А., Болдырев Н.Н., Худяков А.А. Теоретическая грамматика современного английского языка. М.: Высшая школа, 2007.

Хайруллин В.И. Перевод и фреймы. М.: Либроком, 2017.

Хрисонопуло Е.Ю. Номинативный аспект дифференцированного употребления английских высказываний с вводным 'there' и личным подлежащим в художественном тексте // Когнитивные исследования языка. 2023. № 2 (53). С. 140-147.

Kipling R. Just So Stories. Moscow: Progress Publishers, 1979.

Langacker R.W. Grammar and conceptualization. Mouton de Gruyter: Berlin – NY, 2000.

E.Yu. Khrisonopulo (Saint-Petersburg, Russia)
Saint-Petersburg State University of Culture

CONCEPTUAL STRUCTURE AS THE BASIS FOR THE MEANING OF THE ANTICIPATORY ELEMENT *THERE* IN ENGLISH EXISTENTIAL SENTENCES

The paper analyzes the semantic properties of anticipatory *there* which makes integral part of English existential sentences. As evidenced by linguistic data, anticipatory *there*, though devoid of reference, still conveys meaning which is shaped by the conceptual content "relevant situation space".

Key words: existential sentence, anticipatory *there*, notional subject, nominal group, mental construal, conceptual content, relevant situation space.

*И.Р. Хузин (Набережные Челны, Россия)
Набережночелнинский институт – филиал
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
ilnurkhuzin@mail.ru*

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ-ЭТНОНИМЫ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Актуальность исследования обусловлена тем, что стереотипы-этнонимы в английском и русском языках как стереотипы о конкретных народах подвержены постоянному изменению и данный пласт лексики требует глубокого анализа в сопоставительном аспекте. Цель исследования заключается в том, чтобы сравнить фразеологизмы-этнонимы в русском и английском языках. Задачи исследования: изучить роль фразеологизмов в образовании национальной картины мира; определить роль компонента-этнонима во фразеологизмах; выявить этнические стереотипы, отраженные во фразеологических единицах; провести сравнительный анализ национальных стереотипов в русской и английской лингвокультурах.

Ключевые слова: фразеологизм, этноним, стереотип, этнос, лингвокультурология.

Фразеологизмами являются устойчивые выражения, идиомы, которые отражают культуру и самобытность данного народа. Во фразеологизме кроется история и эволюция целой нации, через эти идиомы можно увидеть отношение народа к миру в целом, узнать обычаи и традиции, манеру общения и уникальный склад ума. Фразеологизмы также не поддаются дословному переводу на другие языки. Важно учитывать, что фразеологизмы не являются обычными идиоматическими фразами.

Характерными признаками фразеологических единиц являются следующие: воспроизводимость; раздельно оформленное строение; устойчивость; целостность значения [Карасик 2010: 6].

В.Н. Телия пишет, что фразеологический состав языка – это «зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание», именно фразеологизмы как бы навязывают носителям языка особое видение мира, ситуации. Во внутренней форме большинства фразеологизмов содержатся такие смыслы, которые придают им присущий культурно-национальный колорит [Телия 1996: 25].

Элементы-этнонимы во фразеологизмах встречаются довольно часто. В течение целых веков происходила межкультурная коммуникация. Многим нациям с разными культурами и взглядами на мир приходилось уживаться друг с другом в последствии исторических событий и, как итог, складывались определенные образы, общие черты конкретного народа. Такие образы называют стереотипами. Термин «стереотип», был введен в научный обиход американским журналистом У. Липпманом в работе «Общественное мнение». Стереотип, по его определению, трактуется как обобщенный мысленный образ явлений, наблюдателем которых человек непосредственно не был.

Культура каждой страны определяется набором ценностей, явлений и достижений. В ценности входят ценности материальные, эстетические, политические, философские и др. Именно язык олицетворяет специфику национальной психологии, передает неповторимый склад ума и характер через средства выразительности, в особенности через фразеологизмы.

Вполне справедливо утверждать, что этноним, входящий в состав устойчивого выражения, может отражать две стороны социальной жизни:

- с одной стороны, этнонимы выражают характеристику того или иного народа;
- с другой стороны, этнонимы выражают общепринятое мнение о «чужом», которое часто обладает отрицательной эмоциональной окраской [Маруневич 2017: 83].

При поиске фразеологических единиц, идиом с элементом-этнонимом *Russian* было выявлено, что английский язык не богат выражениями с данной лексемой. Однако было обнаружено общее представление англичан о русскоговорящей этнической группе. Этностереотипы «Россия, русские» неизменно ассоциируются у иностранцев с образом опасности; по мнению других национальностей, русские не имеют представления о моральных ценностях и гуманности.

Такое отношение англоговорящего народа к русским сформировалось в последствии Холодной войны и Октябрьской революции. Страх перед россиянами (тогда – советскими людьми) в XX в. среди англичан и американцев достиг своего апогея, что не могло не сказаться на языке. К примеру, существует идиоматическое выражение *the Russians are coming* (*Русские идут*), которое было сформировано примерно в середине двадцатого столетия. Более того, в 1966 году в США был снят фильм с одноименным названием, сюжет которого основывался на Холодной войне и цель которого – показать ужас «красного» народа, предупредить соотечественников и весь мир об угрозе со стороны тогда еще существовавшего Советского Союза. Также еще одной ФЕ с отрицательной коннотацией является *Russian roulette* (*русская рулетка*), что означает опасное дело, в котором почти невозможно преуспеть или даже выжить. Данный фразеологизм иной раз доказывает, что русские и все связанное с Россией являются источником чрезвычайной угрозы сквозь призму социокультурного опыта англоговорящего народа.

Также были обнаружены ФЕ с более нейтральным значением. К ним относятся следующие: *Russian bar* (акробатический трюк), *Russian dressing*, *Russian salad* (блюда), *Russian boots* (обувь), *Russian Solitaire* (название разновидности игры в карты), *Russian architecture* (особенный вид архитектуры, существующий только в России).

Некоторое количество ФЕ было выявлено в качестве названий алкогольных напитков: *Black Russian*, *White Russian* и *Russian Bear*. Ни для кого не секрет, что россиян по всему миру считают людьми, которые с удовольствием употребляют алкоголь. Данные напитки довольно популярны, что доказывает подобный этностереотип.

Также еще одна ФЕ была выделена в отрицательной коннотации – *Russian Scandal*. Данное выражение означает заведомо неправильную, лживую информацию, сплетню, очень близко по значению к ФЕ «Желтая пресса». Возможно, эта ФЕ образовалась, потому что англичане считают русских довольно любопытными людьми.

При поиске фразеологических единиц, идиом и выражений с лексемой «Английский» было найдено некоторое количество ФЕ.

Для начала, необходимо рассмотреть, какие этностереотипы присущи англоговорящему народу, и какие исторические события могли повлиять на формирование этих стереотипов.

Британцы глазами иностранцев, в основном, являются довольно аристократичным народом, следовательно, имеют относительно положительную характеристику. Жители Англии известны своими постоянными изысканными чаепитиями, своей чрезмерной вежливостью и манерой ходить вокруг да около в разговоре, применяя так называемые *small talks* (*непринужденный разговор на*

отвлеченные темы), и своими чопорностью и снобизмом. Конечно, далеко не все эти утверждения правдивы. Также имеет значение их национальный характер: англичане до сих пор свято чтут все традиции, и многая сегодняшняя аристократия смогла сохранить имущество, передаваемое из поколения в поколение.

Что касается русской языковой картины мира, некоторые стереотипы о британцах нашли свое место в фразеологических единицах. Например, выражение «*Настоящий англичанин*» используется для характеристики довольно своеобразного человека, который делает все по-своему, воображает из себя барина. Самой популярной на сегодняшний день ФЕ является «*Уйти по-английски*», то есть уйти, не попрощавшись, что характеризует англичан как невежливых, неучтивых людей. Интересно, что существуют ФЕ с лексемой «*Английский*» в значении алкоголя: «*Английская горькая*», что означает джин, и «*Выпить по-английски*», что означает выпить алкоголь без каких-либо закусок.

Более нейтральными ФЕ являются следующие: «*Английская соль*» (смесь на основе сульфата магния, известная также как горькая соль, пригодна и для употребления вовнутрь, и для медицинских целей), «*Английская болезнь*» (рахит, золотуха), «*Английский рожок*» (духовой инструмент), «*Английская земля*» (бурая краска), «*Английский завтрак*» (завтрак, включающий в себя большое разнообразие ингредиентов), «*Английский аукцион*» (аукцион, основывающийся на установлении минимальной цены в качестве базисной для дальнейших торгов, в процессе которых запрашиваемая цена увеличивается и товар продается по максимальной цене, предложенной покупателями).

Следовательно, можно заметить, что наибольшее количество ФЕ в обоих языках было обнаружено в категории «Еда, напитки». Весьма справедливым будет считаться утверждение о том, что и Россия, и Англия заинтересованы в гастрономических культурах друг друга. Действительно, приемы пищи для всех национальностей мира являются одними из важнейших базовых потребностей, и интересы к разным кухням вполне естественны.

И в русском, и в английском языках было обнаружено равное количество ФЕ (2) с отрицательной характеристикой. Англичане считают русских опасными (*Russian Roulette* – жизненно опасная ситуация) и лживыми людьми (*Russian scandal* – сплетня, неверная информация). Русские же находят англичан довольно чудаковатыми (*Настоящий англичанин* – человек, вообразивший себя барином) и невежливыми людьми (*Уйти по-английски* – уйти, не попрощавшись). Из этого следует вывод о том, что и англичане, и русские относятся друг к другу если и плохо, то примерно одинаково.

Следующее, на чем стоит заострить внимание, так это то, что не было найдено ни одной ФЕ с положительной характеристикой ни в русском, ни в английском языках. Это подтверждает утверждение о том, что ФЕ с элементом-этнонимом носят в основном нейтральную или негативную оценочную характеристику. И, суждение о том, что на языковом уровне англичане и русские не видят друг в друге положительных качеств, подтверждено.

Таким образом, фразеологизмы с компонентом-этнонимом отражают то, какими друг друга видят разные национальности сквозь призму их собственного социокультурного опыта, и это, в свою очередь, может помочь иностранцам лучше понимать друг друга.

Литература

Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. трудов. Волгоград: Перемена, 2010. С. 5-20

Маруневич О.В. Концепт «иностранец» как фрагмент английской языковой картины мира // Сборник статей I Международной научной конференции «Язык и межкультурная коммуникация». Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2017. С. 186-188

Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996.

*I.R.Khuzin (Naberezhnye Chelny, Russia)
Naberezhnye Chelny Institute of
Kazan (Volga region) Federal University*

PHRASEOLOGICAL UNITS WITH ETHNONYM COMPONENTS IN RUSSIAN AND ENGLISH LINGUOCULTURES

The topicality of the study is due to the fact that stereotypes-ethnonyms in the English and Russian languages, as stereotypes about specific peoples, are subject to constant change and this layer of vocabulary requires in-depth analysis in a comparative aspect. The purpose of the study is to compare phraseological units-ethnonyms in the Russian and English languages. Research objectives: to study the role of phraseological units in the formation of a national picture of the world; determine the role of the ethnonym component in phraseological units; identify ethnic stereotypes reflected in phraseological units; conduct a comparative analysis of national stereotypes in Russian and English linguocultures.

Key words: phraseological unit, ethnonym, stereotype, ethnos, linguistic culture studies.

*Е.Н. Цветаева, Е.С. Панкратьева (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
elenatsvetaeva@yandex.ru; helene-sergeevna@yandex.ru*

«БЕССМЫСЛЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ» В ИСТОРИИ НЕМЕЦКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ: АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ ЗНАЧЕНИЯ ИДИОМ

В статье рассматриваются аспекты формирования фразеологического значения выражений немецкого языка, объединенных общим значением «совершать бессмысленные действия». Исследовательский материал включает в себя как универсальные структурно-семантические модели, так и уникальные языковые феномены, обусловленные лингвокультурной спецификой эпохи.

Ключевые слова: мотивация значения; фразеологическое значение; фразема; историческая фразеология; «перевернутый мир».

Во фразеологическом составе многих языков существует немалое количество устойчивых словесных комплексов, которые, согласно классификации фразеологических единиц на основе тематико-идеографического критерия [Bierich 1995], могут быть объединены во фразеосемантическое поле «совершать бессмысленные действия», характеризующие особенности поведения человека, вызывающие в обществе порицание или усмешку.

Диахронический анализ рассматриваемого фразеосемантического поля способствует выявлению различных изменений как на протяжении отдельной эпохи,

так и с течением времени; позволяет реконструировать характерные для определенных эпох представления, систему ценностных установок, нравственно-этических воззрений на основе вложенных во внутреннюю форму фразеологизмов элементов культуры, к которым можно отнести особые символы, знаки, ритуалы, социальные нормы и обычаи, и – что немаловажно – определить пути и механизмы развития фразеологической семантики.

Не удивительно, что в немецком языке в образовании поля «совершать бессмысленные действия» наряду с присущими только ему уникальными языковыми феноменами обнаруживаются и универсальные структурно-семантические модели. Одной из таких моделей являются фразеологизмы с компонентом «везти / нести что-л. куда-л.». Например, фразема *Eulen nach Athen tragen* ‘везти сов в Афины’, пришедшая в немецкий язык из древнегреческого языка, восходящая к изречению древнегреческого поэта Аристофана. Известно, что сова была атрибутом богини Афины, считалась символом мудрости и знания, изображалась на монетах. Таким образом, употребление данной устойчивой единицы демонстрирует бессмысленность описываемого во фраземе действия – брать с собой определенные предметы туда, где они находятся в избытке.

Универсальность когнитивной модели объединяет уникальные аспекты: некий локус и свойственное только ему культурное явление, которое может быть как природным, так и цивилизационным. Подобная, весьма продуктивная модель послужила основой для целого ряда фразем в немецком языке. Прежде всего, это следование «топонимическому» характеру выражений: *Abläss nach Rom tragen* ‘везти индульгенцию в Рим’, *Wasser in die Donau, in den Rhein tragen* ‘нести воду в Дунай, Рейн’, *Dielen (Sparren) nach Norwegen führen* ‘везти доски (стропила) в Норвегию’. Однако выделяется и совершенно универсальная, экзистенциальная подгруппа, например, *Wasser ins Meer tragen* ‘нести воду в море’; *Holz in den Wald tragen* ‘везти дрова в лес’.

Подчеркивая универсальность и высокую продуктивность рассматриваемой структурно-семантической модели, приведем лишь немногие примеры из других языков согласно немецкоязычному источнику [Wander]: англ. *Kohlen nach Newcastle führen* ‘везти уголь в Ньюкасл’, *Wasser in die Themse führen* ‘везти воду в Темзу’; фр. *Muscheln nach Mont-Saint-Michel tragen* ‘везти ракушки в Мон-Сен-Мишель’, *Blätter in den Wald tragen* ‘нести листья в лес’; фин. *Staub in die Mühle tragen* ‘нести пыль на мельницу’; польск. и словен. *Wasser in die Drau tragen* ‘нести воду в Драву’. Ср. также фин. *Kantaa lunta Lappiin* ‘носить снег в Лапландию’ или рус. *ездить в Тулу со своим самоваром*.

Безусловно, возникновение подобного рода устойчивых знаков, их мотивация, дальнейшее существование в языке связаны с развитием общества, появлением новых предметов рукотворного мира, разведыванием ранее неисследованных земель и т.п., в связи с чем в языке появляются и новые языковые формулы, образованные в рамках указанной модели, как, например, *Krokodile nach Ägypten bringen* ‘везти крокодилов в Египет’, *Fliegen nach Apulien tragen* ‘везти мух в Апулию’, отраженные в известном фразеографическом словаре [Wander] лишь во второй половине XIX в.

Для чрезвычайно «фразеологичного» в истории немецкой культуры времени, а именно эпохи Средневековья и раннего Нового времени, рассматриваемое нами фразеосемантическое поле является уникальным. И хотя в основе фразеологической мотивации лежат те же когнитивные механизмы – сопоставление описываемых действий с чем-то априори бессмысленным, аллюзии эти являются специфическими,

свойственными особой культуре того времени и манифестируются во многих ее проявлениях. Об этом свидетельствует не только их широкое использование в литературных произведениях или наличие соответствующих разделов во фразеологических сборниках с названием «напрасный труд», но и присутствие их в других художественных формах, таких как гравюры старопечатных книг, картины, иллюстрации, мизерикордии и др., являющихся ярким примером визуализации представленных фразеологических образов. Нередко в произведениях наблюдаем, казалось бы, избыточное употребление синонимичных по смыслу выражений, но это – примета времени, одна из типичных для рассматриваемого периода культуры традиций.

Так, например, в сатирической поэме С. Бранта «Корабль дураков» (*Narrenschiff*, 1494) и в произведении его последователя Т. Мурнера «Заклятие дураков» (*Narrenbeschwörung*, 1512) обращают на себя внимание схожие сюжеты, в которых сохранение целомудренности супруги отождествляется с различными бессмысленными действиями. С. Брант приводит в предваряющем главу 32 “*Vom Frauenhüten*” («О караульщиках своих жен») терцете *Der huett der hewschreck an der sunn / Vnd schüttet wasser jn eyn brunn / Wer huettet das syn frow blib frum* [Brant] сразу три устойчивых словесных комплекса, олицетворяющих бессмысленные поступки: *hewschreck an der sunn huetten* ‘следить за саранчой на солнце’, *wasser jn eyn brunn schütten* ‘наливать воду в колодец’, *syn frow huetten* ‘следить за своей женой’. При этом на сопровождающей текст гравюре изображены узнаваемые по своим шутовским колпакам с ослиными ушами дураки, один из которых наблюдает за саранчой, другой выливает воду в колодец, а третий моет кирпичи. Последнее выражение фиксирует [Wander]: *Der wescht ein Ziegelstein zu Degen, der hüt' ein unzüchtig Weib in allen wegen* ‘Тот моет кирпич шпагой, кто следит за распутной женой’. Подкрепляет созданное за счет интеграции вербальных и графических знаков гетеросемиотическое пространство изображение женщины, под которым читается символическая надпись “*hüt fast*” ‘следи внимательно’.

В свою очередь, Т. Мурнер в своем произведении в главе 26 “*Heuschrecken und flöch sunnen*” («Сушить на солнце саранчу и блох») также повествует о бессмысленности слежки за собственной женой. Усиливает резюмирующее главу четверостишие *Hewschrecken vnd ein wan mit fleh / Thetten mir zu bietten nit so we / Als wan ich sol ein frow bewaren / Die selb an mir nit wol wil faren* [Murner] гравюра, изображающая прикованную цепями к стене дома недоумевающую женщину и наблюдающего за ней в шутовском колпаке супруга, который, по всей видимости, занимается высушиванием упомянутых в заголовке насекомых. [Wander] разъясняет выражение *Heuschrecken sonnen* ‘сушить на солнце саранчу’ как *leichter als eine Frau hüten* ‘легче, чем следить за женщиной’.

Наличие фразеологизмов, репрезентирующих бессмысленные действия, относится к отличительной черте эпохи Средневековья и раннего Нового времени, обусловленной карнавальным, или смеховым, характером народной культуры, развитием новых игровых элементов, обращением к гротескным формам, позволяющим объяснить формирование и распространение важных для понимания ценностной парадигмы этого времени представлений о «перевернутом мире» (нем. *die verkehrte Welt*), в котором на передний план выдвигается разрушение действующих законов мироздания, реализуются абсурдные, а потому и бессмысленные, ипостаси человеческого бытия. Именно такое преувеличение, демонстрация бесцельности, тщетности выполнения определенных действий приводит к интенсификации

«изнаночного мира». При этом представление устойчивых словесных комплексов в виде иконического знака доказывает актуальность и очевидное распространение рассматриваемых фразем на конкретном этапе развития немецкого языка. Кроме того, благодаря визуализации внутренней формы фраземы происходит дополнительная акцентуализация аллегории «мира наизнанку».

Функционирование рассматриваемых фразеологизмов в немецком языке на данном этапе языкового развития подтверждают и фразеографические источники, составленные по тематико-идеографическому принципу. В сборнике XVI в. С. Франка в списке устойчивых выражений с общим значением “*Vergebne arbeit*” ‘напрасный труд’ [Franck 1548: 144] обнаруживаются уже упомянутые выше фраземы, например, *Weiber hüten* ‘следить за женами’ и другие, вышедшие из употребления, потерявшие свою актуальность. Тем не менее С. Франк фиксирует и некоторые сохранившиеся до настоящего времени устойчивые единицы, например: *Wasser in ein Sieb holen* ‘нести воду в сито’. В этой связи необходимо упомянуть, что многие фразеологизмы фразеосемантического поля «совершать бессмысленные действия» имеют глубокие античные корни. Например, фраземы *Wasser mit einem Sieb schöpfen* ‘черпать воду решетом’, нем. *Wasser im Sieb holen (in ein Sieb gießen, tragen)*, англ. *to draw water with / in a sieve*, нидерл. *regen water in eene zeef vangen* и др. ‘нести воду в сито’, ср. рус. *носить / мерить воду решетом* переключаются с мифологическим древнегреческим сюжетом о бездонной бочке, которую в качестве наказания должны были наполнять дочери царя Даная, что повлекло за собой возникновение и функционирование во многих языках вплоть до настоящего времени фразеологизма *бочка данаид*.

Таким образом, даже фрагментарное рассмотрение одного фразеосемантического поля в исторической перспективе показывает неоднородность лингвокогнитивных процессов при формировании фразеологизмов, имеющих в своей основе хоть и универсальную модель, однако требующую внимательного отношения к лингвокультурным процессам, влияющим на становление фразеологической системы.

Литература

Бирух А. К диахроническому анализу фразеосемантических полей // Вопросы языкознания. 1995. № 4. С. 14-24.

Brant S. Das Narrenschiff. Basel: Michael Furter für Johann Bergmann von Olpe, 1494. URL: www.narragonien-digital.de/exist/textkorpus/gw5041_inhalt.html (дата обращения: 10.08.2023).

Frank S. Sprichwörter, schöne, weise Klugreden. Frankfurt/Main: Egenolff, 1548.

Murner T. Doctor thomas Murners Narren beschweurung. Straßburg, 1518. URL: <http://daten.digital-sammlungen.de/~db/0008/bsb00089930/images/index.html?seite=00001&l=de> (дата обращения: 10.08.2023).

Wander K.-F.-W. (Hrsg.). Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Leipzig, 1870. URL: <http://www.zeno.org> (дата обращения: 10.08.2023).

E.N. Tsvetaeva, E.S. Pankratieva (Moscow, Russia)
Moscow State Linguistic University

‘POINTLESS ACTIONS’ IN HISTORY OF GERMAN PHRASEOLOGY: ASPECTS OF IDIOMS’ MEANING MOTIVATION

The report examines different aspects of phraseological meaning formation of German expressions that have a common meaning of ‘performing pointless actions’. Research material

includes universal structural-semantic models as well as unique language phenomena specific to linguocultural character of a historical period.

Key words: meaning motivation, phraseological meaning, phraseme, historical phraseology, 'topsy-turvy' world.

*А.М. Чернышева (Челябинск, Россия)
Южно-Уральский государственный университет
chernyshevaam@susu.ru*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В статье анализируются различные классы фразеологических единиц английского языка, репрезентирующие эмоциональное состояние человека и выявляются их семантические, структурные и грамматические особенности, а также рассматриваются примеры употребления фразеологических единиц из научно-популярной литературы по психологии.

Ключевые слова: эмоции, эмоциональное состояние, фразеологические единицы, семантические группы, репрезентация.

Человек и его деятельность являются целью изучения многих отраслей современной науки: антропологии, социологии, языкознания, психологии и многих других. Психологи анализируют человеческую деятельность во всех ее проявлениях и это находит отражение в научно-популярной литературе по психологии, где особое внимание уделяется эмоциям, чувствам, переживаниям и эмоциональному состоянию человека. Эмоции и эмоциональное состояние человека репрезентируются с помощью различных языковых средств: лексических, фразеологических, синтаксических и многих других.

Фразеология – это сокровищница языка. Во фразеологизмах находит отражение история народа, своеобразия его культуры и быта. Во фразеобразовании огромную роль играет человеческий фактор, так как подавляющее большинство фразеологизмов связано с человеком, с разнообразными сферами его деятельности [Кунин 1996].

Для выявления семантических, структурных и грамматических особенностей фразеологических единиц (ФЕ), репрезентирующих эмоциональное состояние человека в английском языке были проанализированы произведения научно-популярной литературы по психологии таких авторов, как: Д. Гоулман (D. Goleman), Дж. Грей (J. Gray), С. Харви (S. Harvey), М. Гладуэлл (M. Gladwell), Р. Бэндлер (R. Bandler), С. Андреас (S. Andreas), Дейл Карнеги (D. Carnegie), М. Минский (M. Minsky) и других. В своих произведениях авторы затрагивают темы, описывающие различные антропоцентрические аспекты современной жизни: отношения между мужчинами и женщинами, родителями и детьми, отношения в социуме и т. д.

Согласно классификации А.В. Кунина, ФЕ в английском языке можно разделить на четыре класса согласно их структурно-семантическим и грамматическим характеристикам, а именно на:

- номинативные (класс А), которые, в свою очередь делятся на субстантивные, адъективные, адвербиальные и предложные ФЕ [Кунин 1996]
- номинативно-коммуникативные ФЕ (класс Б) – глагольные ФЕ [Кунин 1996]

• междометные ФЕ и модальные ФЕ междометного характера (класс В) [Кунин 1996]

• коммуникативные ФЕ (класс Г) – пословицы и поговорки [Кунин 1996]

В рамках текущего исследования были проанализированы номинативные, номинативно-коммуникативные, междометные и модальные ФЕ (классы А, Б, В). Коммуникативные ФЕ (класс Г - пословицы и поговорки) представляют собой уникальнейший пласт фразеологии английского языка, что требует отдельного структурно-семантического и грамматического анализа их функционирования в системе языка.

В ходе анализа произведений научно-популярной литературы по психологии на английском языке было выявлено около 300 единиц употреблений ФЕ, несущих категорию эмотивности и репрезентирующих эмоциональное состояние человека. Самая многочисленная группа представлена номинативно-коммуникативными (глагольными) ФЕ (160 единиц употреблений, т.е. 56,6 %). На втором месте по представленности в анализируемых научно-популярных произведениях – номинативные ФЕ (100 единиц употреблений, т.е. 36%). Наименьшее количество употреблений приходится на междометные ФЕ и модальные ФЕ междометного характера (21 единица, т.е. 7,4 %).

Номинативно-коммуникативные (глагольные) ФЕ являются наиболее многочисленной группой в анализируемом научно-популярном. Это обусловлено тем, что глагол является одной из самых многочисленных и продуктивных частей речи и он всегда является основной структурной частью глагольных фразеологизмов.

Глагольные ФЕ репрезентируя эмоциональное, физическое, душевное состояние человека, формируют разнообразные семантические группы, например:

счастье, радость, блаженство: *to sit on the top of the world* – быть на вершине мира; *to make one's day* – сделать кого-то счастливым; *to have butterflies in one's stomach* – бабочки порхают в животе; *hold one's chin up* – не вешать нос; *hold one's head high* – ходить с поднятой головой и др.

испуг, неожиданность, страх: *to jump out of one's skin* – вскочить как ужаленный; *blood runs cold* – кровь стынет в жилах и др.

отчаяние, дискомфорт (в т.ч. и физический): *to starve to death* – умирать от голода; *to burst/break into tears* – заливаться слезами; *to go to pieces* – выйти из строя; *to eat heart out* – поедом себя есть; *to cry on shoulder* – плакать в жилетку и др.

гнев, раздражение, недовольство: *to go off the deep end* – пороть горячку; *to fly off the handle* – слететь с катушек; *to make a scene* – устроить сцену; *to foam at the mouth* – рвать и метать; *to turn oneself inside out* – лезть из кожи вон, стоять на ушах; *can't take it anymore* – не выносить более; *to see red* – побагроветь от злости; *curl lips* – кривить губы; *to get one's goat* – дразнить гусей; и др.

неудача, разочарование: *to screw up* – сесть в лужу, сесть в калошу; *to blow up in face* – пойти прахом; *to fall flat on face* – провалиться с треском; *to bang/beat one's head against the wall* – биться головой о стену и др.

Из 160 единиц употреблений ФЕ в исследуемом научно-популярном дискурсе более половины, около 70 %, а именно 111 единиц – это ФЕ с отрицательной коннотацией, что обусловлено целями и задачами научно-популярной литературы по психологии, а именно помочь людям в решении проблем.

Фразеологические единицы, начинающиеся с глагола *to be* описывают пребывание человека в определенном эмоциональном состоянии, например *to be in a huff* – быть в ярости:

The stoplight notion is regularly invoked when a child, for example, is about to strike out in anger, or is into a huff at some slight, or burst into tears at being teased, and offers a concrete set of steps for dealing with these loaded moments in a more measured way.

Фразеологические единицы, начинающиеся с глагола *to get* означают переход человека из одного состояния в другое, например *to get into a beef* – вступить в перепалку:

In the New Haven schools, says Tim Shriver, director of the Social Competence Program, "if kids get into a beef in the cafeteria, they'll be sent to a peer mediator, who sits down with them and works through their conflict with the same perspective-taking technique they learned in class.

На втором месте по представленности в анализируемых научно-популярных произведениях – номинативные ФЕ, имеющие эмотивную семантику (100 единиц употреблений, т.е. 36%), из них субстантивных ФЕ – 14 употреблений (5%), адъективных ФЕ – 30 употреблений (11%), адвербиальных ФЕ – 56 употреблений (20 %).

Номинативные ФЕ обозначают явления, состояния, предметы. Они антропоцентричны, обладают метафоричностью, образностью, эмотивностью, часто имеют оценочный характер.

Субстантивные ФЕ метафоризируют человека (*a happy camper* – весельчак), оценивают предметы и явления как положительно (*the pot of gold* – золотая жила), так и отрицательно (*the kiss of death* – дыхание/поцелуй смерти), следовательно эти ФЕ имеют эмотивную семантику.

Эти ФЕ представлены словосочетаниями, имеющими следующие структуры: прилагательное + существительное (*happy camper* – весельчак, *rat race* – городская суета, *golden opportunity* – блестящая возможность); существительное + предлог + прилагательное (*the kingdom of heaven* – царство небесное, *the pot of gold* – золотая жила).

Адъективные ФЕ обозначают признаки присущие предмету или субъекту, выраженные такими частями речи, как прилагательными (*quick on the trigger*, *dead or gone*, *good or bad*), так и причастиями первого (*foaming at the mouth*) и второго типа (*scared to death*), имеют как сочинительную (*free and clear*), так и подчинительную структуры (*as plain as day*, *as old as history*).

Адвербиальные ФЕ – и качественные и обстоятельственные – обозначают признаки действия и условия совершаемых действий соответственно:

I assure you, the next few sentences out of his mouth likely will involve some serious attempts to reel you in, and, if you bite, he'll get you hook, line, and sinker. (полностью, целиком) – ФЕ образа действия

It happens in a flash (в мгновение ока) and the memory of it sometimes lasts forever. – ФЕ обстоятельства времени.

Самая немногочисленная группа ФЕ в научно-популярной литературе по психологии – междометные ФЕ и модальные ФЕ немедометного характера (21 единица, т.е. 7,4 %).

Эти ФЕ эмотивны всегда, так как они оценочны по своей природе и всегда отражают само отношение говорящего к явлениям, предмету, действию.

Эмоциональное состояние человека в данном случае сложно понять вне контекста, так как одни и те же ФЕ могут репрезентировать совершенно противоположные эмоции. Рассмотрим пример с ФЕ *heaven forbid* (Боже упаси):

Heaven forbid she lets the word relationship trip off her tongue a couple of times? Call 911. Heaven forbid you get excited to see a cute baby? Trauma. (здесь – испуг, опасение мужчины оказаться в серьезных отношениях с женщиной)

When you act too much like Tarzan, he feels too much like Jane. Don't even kill a bug when he's around. Don't change a tire. In fact, don't even change a light bulb. Heaven forbid, sister. (здесь – ирония, шутливый совет)

Во все времена люди испытывали, испытывают и будут испытывать одни и те же чувства: радость, горе, любовь, грусть. Накоплен огромный эмоциональный опыт [Бабенко 1989: 8]. Именно научно-популярная литература по психологии и используемые языковые средства, главным образом ФЕ, как высокоинформативные единицы языка, имеющие эмотивную семантику, помогают вербализовать, а затем осмыслить и понять этот опыт.

Литература

Бабенко Л.Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск: Из-во Урал. Ун-та, 1989.

Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Высш.шк., Дубна: Изд. Центр «Феникс», 1996.

A.M. Chernysheva (Chelyabinsk, Russia)
South Ural State University

REPRESENTATION OF THE EMOTIONAL STATE OF A PERSON IN PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE ENGLISH LANGUAGE

The article analyzes various classes of phraseological units of the English language, representing the emotional state of a person and identifies their semantic, structural and grammatical features, as well as examples of the usage of phraseological units from popular science literature on psychology.

Key words: emotions, emotional state, phraseological units, semantic groups, representation.

VIII. ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ: КОГНИТИВНОЕ ИЗУЧЕНИЕ

*В.О. Андреева (Москва, Россия)
Московский городской педагогический университет
avo.03@yandex.ru*

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ СОВЕТСКОГО ПЛАКАТА В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

В работе представлены результаты исследования речевого воздействия в советском плакате в годы Великой Отечественной войны. В данном исследовании рассматриваются коммуникативные стратегии и языковые средства, применяемые для воздействия на целевую аудиторию. В результате анализа эмпирического материала выявлены и систематизированы средства реализации коммуникативных стратегий в советском плакате 1941-1945 гг.

Ключевые слова: советский плакат, Великая Отечественная война, дискурсивный анализ, коммуникативные стратегии, речевое воздействие.

Советский плакат 1941-1945 гг. представляет собой уникальное произведение искусства, которое обладает визуально-вербальным единством и является проводником патриотических идей, направленных на общую победу над врагом. Во время Великой Отечественной войны произведения советских художников оказывали мощное эмоциональное воздействие на общество. Плакаты транслировали мысль о неспящей воле советского народа, уверенного в грядущей победе, и нравственном превосходстве над врагом [Сопоцинский 1979: 5]. В данном виде графики авторами плакатов использовались определенные приемы, которые усиливали его эмоциональный заряд и служили способом мобилизации граждан на героические подвиги.

Цель работы заключается в изучении речевого воздействия советского плаката и выявлении коммуникативных стратегий и языковых средств [Иссерс 2008; Чернявская, Молодыхенко 2017: 46-47; Сулейманова 2020: 129].

В ходе исследования предложена систематизированная модель реализации коммуникативных стратегий, используемых в плакатах периода Великой Отечественной войны. Выявлено 8 коммуникативных стратегий:

1. Призыв к борьбе с врагом;
2. Прославление советского воина;
3. Апелляция к историческому прошлому;
4. Поддержка партизанского движения;
5. Агитация добровольцев и тружеников тыла;
6. Призыв к защите Родины и сохранению территориальной целостности;
7. Призыв к восстановлению промышленности и инфраструктуры;
8. Распространение нравственных принципов и норм поведения.

На примере плакатного материала периода Великой Отечественной войны рассмотрим применяемые коммуникативные стратегии и речевые средства, характерные для их реализации. Так, особенностями стратегии «**Призыв к борьбе с врагом**» являются прием противопоставления «своих» и «чужих» (*Сталинские соколы, бейте зарвавшихся фашистских пиратов*), императивные и

вопросительные конструкции (*Сильнее огонь по фашистским танкам!; Ты чем помог фронту?*), прямое обращение к адресату (*Воин Красной Армии, спаси!*), интенсификация оценки (*Фашизм – кровавое чудовище*). Для данной стратегии характерно использование стилистически маркированной лексики, подчеркивающей «безжалостную природу» противника: *фашистские мерзавцы; фашистские стервятники; фашистские варвары; немецкие людоеды* и т.д. Широко распространены средства персуазивности, которые направлены на убеждение и призваны повлиять на сознание, оценки, мнение индивида, а также изменить его поведение. Коммуникативная интенция данной стратегии заключается в апелляции к патриотическим чувствам советских граждан с целью поднятия народа на защиту Родины.

К наиболее распространенным приемам стратегии «**Прославление советского воина**», коммуникативная интенция которой состоит в выражении благодарности и уважения советским воинам и их героическим поступкам, можно отнести частотную языковую единицу *Слава* в сочетании с лексикой положительного семантического поля (*Слава героям Отечественной войны!*). При этом вербальная и невербальная составляющая большинства плакатов данной категории находятся в дополнительных отношениях, при которых картинка служит декоративным обрамлением речевого сообщения, что выступает средством двойного кодирования, направленного на усиление персуазивного заряда отправляемого сообщения [Чернявская 2009: 93].

В рамках стратегии «**Апелляция к историческому прошлому**» использование глаголов в форме прошедшего, настоящего и будущего времени в сочетании с узнаваемыми образами исторических персоналий, а также интертекстуальность являются распространенными приемами речевой манипуляции (*Бьемся мы здорово, колем отчаянно – внуки Суворова, дети Чапаева*) [Горшкова, Чернявская 2021: 691]. Данная стратегия направлена на консолидацию общества и поднятие боевого духа солдат с целью приближения победы над врагом. Так, авторами плакатов подчеркивается идея преемственности поколений советских граждан посредством сохранения памяти о национальном прошлом и трансляции этих фактов через массовое плакатное искусство.

При реализации стратегии «**Поддержка партизанского движения**» частотны лексемы с семантикой мщения, которые сопровождаются лаконичной вербальной и динамичной невербальной составляющей (*Партизан, мсти за Родину!*). Коммуникативная задача данной стратегии заключается в формировании чувства непримиримой вражды с немецкими оккупантами, которая способствует процессу активизации народа в борьбе с врагом. Наряду с продвижением идеи сурового возмездия, в плакатах данной категории можно отметить прием прославления партизан, действия которых помогали Красной Армии приблизить победу над врагом (*Да здравствуют наши славные партизаны и партизанки!; Слава героям-партизанам, разрушающим фашистский тыл*).

В рамках реализации стратегии «**Агитация добровольцев и тружеников тыла**» авторы плакатов используют прием интенсификации (*С удесятеренной энергией работай для фронта!*), генерализации (*Каждый удар молота - удар по врагу!*) и рифмы (*Чтоб путь к победе стал короче, снарядов больше шли, рабочий!*). Коммуникативная задача данной стратегии заключается в мобилизации сил советских граждан для помощи фронту.

В рамках реализации стратегии «**Призыв к защите Родины и сохранению территориальной целостности**» можно отметить лаконичность и емкость фраз,

используемых в плакатах. Характерным приемом является использование побудительной глагольной конструкции, призывающей к совместному действию, (*Защити родную Москву!*) и конструкций с использованием именной группы (*Грудью на защиту Ленинграда!*). Коммуникативная интенция данной стратегии заключается в побуждении советских граждан встать на защиту родной земли с намерением изгнать врага с территории СССР.

Коммуникативная стратегия «**Призыв к восстановлению промышленности и инфраструктуры**» также обладает особым диалогизирующим потенциалом, для чего используются глаголы, побуждающие к совместному действию (*Благоустроим наши города!*), прямое обращение к адресату (*Колхозники! Восстановление дорог и мостов – наш долг перед родиной!*), генерализация (*Отдадим все силы на восстановление родного города!*), вопросительные конструкции (*Внес ли ты свою долю труда в восстановление Ленинграда?*), глагольные формы прошедшего и будущего времени (*Мы отстаивали Ленинград, мы восстановим его!*). Коммуникативная задача данной стратегии заключается в призыве к благоустройству разрушенных населенных пунктов и объектов инфраструктуры.

Для реализации стратегии «**Распространение нравственных принципов и норм поведения**» характерно использование императива в форме 2 л. ед. ч. (*Будь бдительным!*; *Проявляй смелость, инициативу и сметку в борьбе с вражескими танками*). Коммуникативная задача данной стратегии заключается в распространении норм социального поведения для предотвращения возможной утечки информации врагу.

Таким образом, в рамках каждой коммуникативной стратегии выявлены речевые средства, характерные для ее реализации. Среди основных речевых приемов, направленных на достижение поставленной коммуникативной задачи, можно выделить следующие приемы: интенсификация, генерализация, опора на стереотипы и ярлыки, деление на «своих» и «чужих», диалогизация речи, использование императивных форм глаголов и глаголов в форме прошедшего, настоящего и будущего времени, рифма, вопросительные конструкции [Чернявская, Молодыхенко 2017; Андреева 2022; Андреева 2023].

В качестве перспектив исследования видится углубленное изучение глагольных форм и способов выражения побуждения к действию, а также сопоставительный анализ советских и британских плакатов периода Второй мировой войны на предмет реализации коммуникативных стратегий.

Литература

Андреева В.О. Дискурсивный анализ советского плаката в годы Великой Отечественной войны // Когнитивные исследования языка. 2023. № 3-2(54). С. 349-353.

Андреева В.О. Просветительский плакат как средство выражения советской идентичности // Terra Linguistica. 2022. Т. 13. № 2. С. 75-83.

Горшкова Н.Э., Чернявская В.Е. Визуальная интертекстуальность как способ смыслопорождения // Коммуникативные исследования. 2021. Т. 8. № 4. С. 689-700.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008.

Сопоцинский О.И. Великая Отечественная война в произведениях советских художников. М.: «Изобразительное искусство», 1979.

Сулейманова О.А. Принципы и методы лингвистических исследований 2-е издание. М.: «Языки Народов Мира», 2020.

Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: «Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.

Чернявская В.Е., Молодыхенко Е.Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе. М.: Ленанд, 2017.

V.O. Andreeva (Moscow, Russia)
Moscow City University

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TECHNIQUES OF THE SOVIET POSTER OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

The paper analyzes speech impact features in the Soviet posters of the Great Patriotic War. The research examines communicative strategies and linguistic means used to influence the target group. The empiric material analysis defines and systematizes communicative strategies in the Soviet poster art of 1941-1945.

Key words: Soviet poster, the Great Patriotic War, discourse analysis, communicative strategies, speech impact.

Е.Н. Антонова (Москва, Россия)
Государственный университет по землеустройству
stchl@yandex.ru

ИНОЯЗЫЧНЫЕ КОМПОНЕНТЫ В СТИХОТВОРНОМ ТЕКСТЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ЯЗЫКОВОЙ РЕЦЕПЦИИ

Статья посвящена изучению проблем смешения языковых кодов в русском поэтическом мире. В работе рассматриваются заимствования из разных лингвокультур, фигурирующие в русскоязычных стихотворных текстах. Интертекстуальные связи при переклещении языкового кода изучаются и описываются на примере поэтического дискурса Ф.И. Тютчева в сопоставлении с творчеством других авторов.

Ключевые слова: поэтический дискурс, интертекст, заимствования, рецепция, языковой код, лингвокультура.

Иноязычные элементы как способы переключения языкового кода, поэтический дискурс как многогранный исследовательский феномен, интертекст как идиостилевой полилог различных эпох и культур – в авторской интерпретации данные филологические категории объединены идеей комплексного анализа дескриптивно-прагматической системы языка поэзии. Рецепция, т.е. ассимиляция в лингвокультуре чужих социокультурных форм, обнаружение инородных языковых единиц в лексиконе нации, подлежит детальному рассмотрению с точки зрения адаптации к новым языковым условиям, особенностей функционирования в другом ментальном поле, тенденций развития в языке-реципиенте [Китанина 2020: 12-24]. Интертекстуальные возможности поэтического дискурса изучаются в том числе на уровне особенностей смешения языковых кодов и заимствований в структуре поэтического текста [Антонова 2023]. На сегодняшний день существует немало трудов, посвященных теории рецепции тех или иных научных парадигм и относящихся к различным гуманитарным областям, в т.ч. в области когнитивистики.

В работах О.В. Ломакиной подробно изложена концепция «переключения языкового кода» при использовании в художественном тексте заимствованных из

других языков элементов: лексем, фразеологизмов, паремий. Дискурсивная реализация *иноязычных вкраплений* (ИВ) описана еще в учении А.А. Леонтьева, который дал определение данному термину, заключающееся в наличии двух текстов, взаимосвязанных посредством определенных закономерностей функционирования разных языковых моделей – «развертки» и «свертывания». Явлению ИВ уделяется достаточное внимание в научной литературе, поэтому правомерно существование широкого (А.А. Леонтьев) и узкого (Л.П. Крысин, Ю.Т. Листрова-Правда) понимания данного языкового феномена. Нередки случаи, когда ИВ становятся «тезаурусообразующими» и фигурируют в дискурсе одного или нескольких авторов в качестве «текстовых доминант» [Ломакина 2014: 93-96]. Стоит сказать, что тема заимствований является одной из самых проработанных в лингвистике (см. работы Ю.В. Ахметшиной, Т.А. Голиковой, К.А. Климовой, Э.А. Китанной, Н.Е. Лисичкиной, Л.А. Нефедовой, М.В. Смирновой, А.Ш. Юсуповой и многих других).

В ходе данного исследования в текстах различной тематической направленности были выявлены разноструктурные языковые заимствования, занимающие разные контекстуальные позиции и фигурирующие в поэтическом мире Ф.И. Тютчева [Тютчев 1987]¹, а также иных поэтов (использовались данные Национального корпуса русского языка [НКРЯ]).

Так, контаминация русского и итальянского языковых элементов в пределах единого структурно-семантического блока – названия отмечена в тютчевском стихотворении «Итальянская villa» (заимствование переводится с итальянского «вилла», с. 141). Аналогичен пример из стихотворения «По прочтении депеш императорского кабинета, напечатанных в “JournaldeSt.-Petersbourg”» (иноязычный элемент представлен французским словосочетанием, переводимым как «Санкт-петербургской газете», с. 237). При анализе переключения языкового кода стоит обратить внимание на социальный характер приведенных текстов. ИВ *villa* также фигурирует в художественной прозе, о чем свидетельствуют данные НКРЯ (в основном корпусе – шестьдесят документов, сто пятьдесят одно вхождение). В поэтическом интертексте данный компонент встречается в названиях следующих произведений: Ю.К. Балтрушайтис «VILLALATOUR» («Люблю я этот домик с садом...» (1931.08.01)); З.Н. Гиппиус «villaAlba» (Неотступное (1925)) и «villaTranquille» (Мера (1924)); И. Северянин «Поэза “Villamonrepos”» (1922); И.Ф. Анненский «Villanazionale» («Смычка заслушавшись, тоскливо...» (1890)).

Помимо этого, у Н.П. Огарева анализируемое заимствование включается в структуру поэтического текста «Опять уже прошло так много дней...» [BuchderLiebe, 34] (1843.05.00):

*«Вчера один без цели я блуждал
В аллеях трепетных villareale, <...>
...Под шум валов приснился сон блаженный:
Я видел, будто я в villareale <...>».*

Иногда Ф.И. Тютчев использует смешение более двух языковых кодов в одном поэтическом тексте: название стихотворения – латинское «Memento» (что в переводе на русский – «Помни»), ниже в качестве сопутствующих сведений – французское «Vevey 1859 – Genève 1860» («Ве́ве 1859 – Же́нева 1860»), а дальше следует

¹ Стихотворения Ф.И. Тютчева в статье приводятся по изданию: [Тютчев Ф.И. Полное собрание стихотворений / Вступительная статья Н.Я. Берковского; Сост., подгот. текста и примеч. А.А. Николаева. Л.: Советский писатель, 1987. 448 с.] с указанием названия поэтического текста и страницы в книге.

собственно русский поэтический текст (С. 202–203). Наблюдается отражение темы памяти.

Отдельные корпуса НКРЯ свидетельствуют о специфическом взгляде поэтов разных столетий на лексему *memento*, фигурирующую в латинских выражениях (всего она употреблена в двадцати контекстах, не считая тютчевского). Так, в структуре стихотворения как компонент устойчивого сочетания «Mementomori» (с лат. «Помни о смерти») языковая единица *memento* фиксируется у А.Н. Митрофанова «Эскизы детства» (1978); у Г.Н. Оболенцева «Героев рандеву...» [Я видел, 4] (1941–1952) и «Отставший» (1949) (а также в заголовке – «MEMENTO MORI») («Бедный, дрожащий зверек...» (1947)); у М.А. Тарловского «Ахштарское ущелье» (1928); у В.А. Меркурьевой «С двух концов стола» (1927); у А.К. Лозина-Лозинского «Стихотворение» (1916); у С.А. Андреевского «Мрак» (1880); у Н.А. Некрасова «Что поделяет наша внутренняя гласность» (1860); у А.Н. Майкова «Элегия» (1844.12.14); у П.А. Вяземского «Д.В. Давыдову» (1816); у Н.М. Карамзина «Исправление» (1797); у В.Я. Брюсова «Ища забав, быть может, сатана...» (1918.05.14) – в тексте и в названии; у А.Н. Апухтина «Когда о смерти мысль приходит мне случайно...» (1858.09.19) и В.К. Кюхельбекера «Здесь, между падших столпов, поросших плющом и крапивой...» (1819) – в заглавии.

Выражение «Mementomori» каламбурно обыгрывается у М.И. Цветаевой («Гора горевала, что только грустью...» [Поэма горы, 8] (1924–1924)):

*«Гора горевала о нашем горе –
Завтра! Не сразу! Когда над лбом –
Уж[e] не memento, а просто – море!
Завтра, когда пойдем.*

А также в контексте «Движение губ ловлю...» [Поэма горы, 17]:

*Тот час на верху горы
И страсти. Memento! – паром:
Любовь – это все дары
В костер, – и всегда – задаром!».*

В прочих выражениях других авторов:

Приведем примеры дериватов этой языковой единицы. И.Л. Сельвинский «Тряпичный король» (1923): «*Mementopatria!* / *Если вы янки...*»; А.И. Тиняков «Завет бедняку» [Прелесть земли, 13] (1913): «*Paupertatisonuspacienter / ferrememento*»; Е.И. Дмитриева (Черубина де Габриак) «Ищу защиты в преддверьи храма...» (1909): «*Но я слагаю Тебе к подножью / Кинжал и веер, цветы, камеи – / Во славу Божью... / O MaterDei, mementomei!*».

Редки случаи включения иноязычных компонентов в тютчевской поэзии непосредственно в художественный текст. Однако встречается и такой тип переключения языкового кода. В стихотворении «А.Ф. Гильфердингу» (С. 250–251) в контексте одной из строф употреблено латинское выражение, переводящееся на русский как «Отсюда – гнев»:

*«Ах нет, то знают и они;
И что в славянском вражьем мире
Вы совершили – вы одни –
Все ведают, etindeirae!».*

Примечательно, что смешение языковых кодов происходит без дополнительных графических знаков (кавычек, тире, использования курсива и проч.) – автор просто

переходит с одного языка на другой, подчиняясь экспрессивному порыву. Базы НКРЯ не фиксируют данное сочетание слов у других авторов.

Говоря о стихотворениях Ф.И. Тютчева, написанных на французском языке, можем отметить два случая, когда к французскому тексту приводится заголовок на русском языке: «<Из Микеланджело>» (“ Oui, lesommeilm'estdoux! plusdoux – den'êtrepas!..”, с. 288) и «Е.Н. Анненковой» (“ D'unefilleduNord, chétiveetlanguissante...”, с. 289). Русскоязычные элементы в данной ситуации – имплицитное дублирование кодовых переключений.

Исследование языковой рецепции в поэтическом тексте не ограничивается узкоспециальным анализом художественной картины мира, оно выводит научную мысль на новый междисциплинарный уровень, углубляет и расширяет знания, которые могут быть применены на учебных занятиях по общей и когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, литературному моделированию, филологическому анализу текста, сравнительно-сопоставительному языкознанию. Кроме того, в когнитивистике не угасает исследовательский интерес к изучению переключения языковых кодов в художественном произведении.

Литература

Антонова Е.Н. Интертекстуальный характер поэтического филологического дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семантика. Семантика. 2023. Т. 14. № 1. С. 245-259. DOI 10.22363/2313-2299-2023-14-1-245-259.

Китанина Э.А. Языковой статус макаронической лексики в высказывании и тексте // Слово и текст: коллективная монография, посвященная 90-летию со дня рождения доктора филологических наук, профессора Южного федерального университета Галины Федоровны Гавриловой. Ростов-на-Дону: ООО «Донское книжное издательство», 2020. С. 12-24.

Ломакина О.В. Иноязычная фразеология и паремиялогия в текстах Л.Н. Толстого: особенности переключения языкового кода // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 7. С. 93-96.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/new/search-poetic.html> (дата обращения 19.07.2023).

E.N. Antonova (Moscow, Russia)
State University of Land Use Planning

FOREIGN-LANGUAGE COMPONENTS IN A POETIC TEXT AS A TOOL OF LANGUAGE RECEPTION

The article is aimed at studying the problems of mixing language codes in the Russian poetic world. The paper considers borrowings from different linguistic cultures that appear in Russian-language poetic texts. Intertextual connections when switching the language code are studied and described on the example of the poetic discourse of F.I. Tyutchev in comparison with the work of other authors.

Key words: poetic discourse, intertext, borrowings, reception, language code, linguistic culture.

А.А. Водяницкая (Москва, Россия)
Московский городской педагогический университет
avodyanickaya@yandex.ru

ЛИНГВИСТИКА И АКСИОЛОГИЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Статья посвящена исследованию лингвоаксиологических аспектов академического дискурса, проявляющихся в процессе взаимодействия участников академического социума. Автор анализирует реализацию ценностных смыслов посредством анализа ключевых событий академического дискурса.

Ключевые слова: академический дискурс, ценности, лингвоаксиология, событие.

Академический дискурс, являясь диалогом с *Другим* [Сулейманова 2016], представляет собой многогранное явление. Для лингвистической науки «как системы, работающей в формате качественных полаганий» [Лосев 1982], важно оперировать метатерминами и как можно более точно и однозначно определить ключевые метапонятия, на основе которых строится далее само лингвистическое описание [Сулейманова 1999].

Лингвоаксиологический потенциал академического дискурса выявляется в данном исследовании с помощью многоступенчатого анализа оценочных высказываний, вербализующих ценностное отношение субъекта оценки к одному из свойств оцениваемого явления или относящих объект оценки к классу объектов, ценностно значимых для академического дискурса. В поле зрения попадают примеры характеристики объекта оценки по шкале «хорошо-плохо». Оценочные высказывания позволяют членам академического социума транслировать значимые для них ценности и прививать их студентам, при этом *ценность* понимается как «специфическое проявление субъектно-объектных отношений» [Каган 1997: 8], реализующееся как «способ обнаружения субъектом значения объекта для своего субъективного бытия», т.е. как «придание ценности всему, что входит в пространство культуры» [там же: 53].

Анализ прагматических установок участников академического социума осуществляется с точки зрения используемых ими стратегий и тактик, которые в академическом дискурсе реализуются в рамках событий, регламентирующих деятельность всех членов академического социума. В связи с этим представляется релевантным введение категории событийности как операциональной единицы, когда *событие* рассматривается как «любое изменение состояния социальной и природной реальности, локализованное в определенных пространственно-временных координатах, воспринимаемое субъектом (участником или очевидцем события) и оцениваемое им как обладающее личностной либо социальной значимостью» [Хомякова 2015: 139]. В исследовании рассматриваются события академического дискурса, цель которых состоит в представлении результатов научного исследования или его промежуточного этапа, при этом выделяются *макрособытия* – разворачивающиеся в реальном времени события, обусловленные регламентом институционального общения («Защита научного труда», «Конференция» и др.). В рамках макрособытия осуществляется представление результатов научного труда, вербализуются ценностные и оценочные суждения в адрес данного труда и оцениваются различные аспекты работы (включая взаимодействие соискателя ученой степени / студента с научным руководителем / консультантом, а также другими участниками академического социума). Каждое макрособытие представлено рядом

микрособытий – эпизодов макрособытия, разворачивающихся в реальном времени (выступления участников академического дискурса – «Отзыв рецензента», «Благодарность студента» и т.д.). Для академического социума микрособытия представляет нормативную ценность; в его рамках осуществляется вербализация когнитивно-методологических, социокультурных, этических, эстетических и других ценностей, которые транслируют друг другу участники академического социума посредством высказываний, содержащих слова с оценочной семантикой.

Выявление лингвоаксиологических смыслов, актуализирующихся в процессе институционального общения участников академического социума, осуществляется в несколько этапов. Так, в процессе анализа ценностно-ориентированного общения в устном академическом дискурсе методом включенного наблюдения выделяются ключевые макрособытия, далее рассматриваются оценочные высказывания участников микрособытий с точки зрения структуры оценки (субъект, объект, адресат, основание оценки и т.д.) и транслируемых ценностных установок; анализируются стратегии и тактики участников академического дискурса.

Исследование лингвоаксиологического взаимодействия членов академического социума в рамках письменного академического дискурса осуществляется путем выделения оценочных высказываний, их анализа с помощью платформ SentiStrength и Ваал-мини, выявления лингвоаксиологических смыслов.

В процессе вербального взаимодействия участников академического социума трансляция ценностных смыслов осуществляется в рамках макрособытий, направленных на представление результатов научного труда, посредством оценочных высказываний, содержащих критические замечания или акцентирующих внимание на положительных сторонах исследования, на аспектах взаимодействия научного руководителя и студента.

В рамках *письменного академического дискурса* в процессе взаимодействия всех участников академического социума происходит своеобразное восприятие текстом, что выражается в постепенном принятии студентом ценностей академического дискурса и прослеживается на всех уровнях, например, наблюдается динамика оценки в научно-исследовательских работах студентов.

Динамику самооценки можно представить, в частности, следующими примерами: *Практическая значимость работы состоит в том, что моя работа послужит образцом для других работ по сходной тематике* (I курс); *В рамках данной работы будет проведен более глубокий анализ проблемы соотношения жанров по сравнению с работами NN* (II курс); *NN внес значимый/основной вклад в развитие...* (III-IV-VI курс).

Постепенную трансформацию оценки вклада других исследователей отражают высказывания: *Ученый NN предложила неточную / неисчерпывающую классификацию* (I курс), *NN разработал хорошую теорию, позволяющую анализировать метонимию* (II курс), *NN предлагает подходящее для нашей работы объяснение этого явления* (III курс), *В рамках данной работы представляется релевантным исследование / NN выделил значимые явления вербального взаимодействия участников коммуникации, однако недостаточно исследованными остаются...* (IV курс).

Наблюдения за выражением оценки в комментариях научного руководителя позволили сделать вывод о том, что в комментариях научного руководителя к курсовой работе на начальном этапе научного исследования отмечается 95% критических замечаний и 5% высказываний, обозначающих похвалу и одобрение,

тогда как в комментариях к выпускной квалификационной работе на завершающем этапе существенно сокращается количество замечаний и критических рекомендаций и возрастает количество комментариев с положительной семантикой.

В частности, в комментариях к работам первокурсников отмечается 90% оценок негативной семантики (*непроверенные данные, необоснованное заявление*), 70% комментариев по поводу стиля и оформления работы (*неприемлемый стиль, русский язык*), 30% оценок, касающихся этики академического дискурса (*Бессовестное списывание!*), 70% оценок-реакций на неприемлемые оценочные суждения студента (Студент: *Данная работа станет образцом...* – Научный руководитель: *Смелое высказывание!*); содержатся также комментарии, направленные на формирование дискурсивной принадлежности студента и осознания эстетической ценности научного творчества (*Мы лингвисты, будем оттачивать красоту речи!*), и более развернутые комментарии с объяснением основания оценки (*Так не принято говорить в академическом сообществе, поскольку...*).

В комментариях научного руководителя к работам студентов II курса отмечается увеличение доли оценок положительной семантики до 30-40% (*Важное замечание! Интересная мысль! Молодец!*), 40% оценок негативной семантики (*бездоказательный вывод*), 60% комментариев по поводу стиля и оформления, содержания оценочных высказываний в работе студента, 30-40% комментариев по поводу этических ценностей научного творчества (*надо более глубоко анализировать / уважайте труд коллег – цитируйте / бездоказательное утверждение*).

Оценка преподавателями научных работ студентов III-IV курса сопровождается появлением вербальных реакций-дискурсивов, приобретающих в рамках академического взаимодействия положительную ценность (*Yes! Да! Ваши мысли?* (реакция на правильно сформулированное положение и т.д.)). Положительная оценка вклада студента либо вербализуется, либо опускается, тогда как негативные характеристики работы всегда эксплицируются. На данном этапе появляются высказывания *ценное замечание / ценная характеристика*.

Динамика оценки в *устном академическом дискурсе* проявляется в рамках макрособытия «Защита НИР»: высказывания преимущественно негативной семантики в процессе обсуждения работ на I-II курсе (*дискурс не сформирован / этическая подвижность / туманные формулировки / сырой материал*) сменяются высказываниями преимущественно положительной семантики (*глубокая работа / с любовью обрабатывает материал / добросовестный студент / дискурс сформирован / человек команды*).

Благодарность

Автор выражает глубокую признательность д.ф.н., проф., профессору кафедры языкознания и переводоведения Института иностранных языков Московского городского педагогического университета Ольге Аркадьевне Сулеймановой за помощь и поддержку на всех этапах исследования.

Литература

- Коган М.С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997. 205 с.
Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. 480 с.
Сулейманова О.А. Академический диалог: дискурсивная интерпретация // Концепт и культура: диалоговое пространство культуры: языковая личность. Текст. Дискурс. Кемерово – Ялта: [б/и], 2016. С. 519-524.

Сулейманова О. А. Проблемы русского синтаксиса: семантика безличных предложений. М.: Диалог-МГУ, 1999. 222 с.

Хомякова Е.Г. Практика лингвистического анализа событийной ситуации // Научное мнение. 2015. № 9-1. С. 138-141.

*A.A. Vodyanitskaya (Moscow, Russia)
Moscow City University*

LINGUISTICS AND AXIOLOGY OF ACADEMIC DISCOURSE

The paper focuses on linguo-axiological aspects of academic discourse, which are manifested in the process of interaction between the members of the academic society. The author analyzes the sharing of values by analyzing the key events of academic discourse.

Key words: academic discourse, values, linguistic axiology, event.

*A.A. Водяницкая (Москва, Россия)
Московский городской педагогический университет
avodyanitskaya@yandex.ru*

*В.И. Яременко (Москва, Россия)
Национальный исследовательский университет МИЭТ
veraj@mail.ru*

АНАЛИЗ РОЛИ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ДИСКУРСИВНЫХ МАРКЕРОВ В СОВРЕМЕННОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Работа посвящена исследованию роли аксиологических дискурсивных маркеров в академической коммуникации. В процессе макрособытия «Защита научного труда» научные руководители используют аксиологические дискурсивные маркеры и иные средства для смещения фокуса внимания участников данного события на положительные аспекты взаимодействия со студентами, тем самым «сохраняя лицо» студента.

Ключевые слова: аксиологический маркер, академический дискурс, оценка, ценность

На современном этапе развития языкознания пристальное внимание лингвистов направлено на изучение лингвоаксиологических аспектов коммуникации вообще и в академическом коммуникативном пространстве в частности. Изучаются ценности современного общества в лингвистическом аспекте [Викулова 2011]; исследуются академический дискурс и его существенные характеристики [Сулейманова 2018; 2019], изучаются лингвоаксиологические аспекты образовательного пространства [Vodyanitskaya, Yaremenko 2020; Водяницкая 2021; Катермина 2020].

Как показал анализ разножанровых текстов академического дискурса, существенную роль в академическом социуме играют аксиологические дискурсивные маркеры, которые широко применяются участниками макрособытия «Защита научного труда» и являются в большинстве случаев знаками неодобрения научным руководителем или членами комиссии результатов научной деятельности студента, например: *NN вовремя собрала и завершила работу в срок / Студент приступил к работе на последнем этапе.*

В ряде случаев преподаватель добавляет к оценочному высказыванию выражение «*Это я дискурсивно сказала*», что подтверждает наше предположение о

том, что аксиологический маркер требует, с одной стороны, экспликации, с другой стороны, служит знаком (и в этом смысле он в высшей степени семиотичен) того, что преподаватель стремится «сохранить лицо» студента: *NN очень плотно взаимодействовала со мной, постоянно была на связи... на последнем этапе. Это я сейчас дискурсивно сказала.* В данном высказывании имплицитно подразумевается неодобряемое академическим социумом бездействие студента на протяжении длительного времени, отсутствие должного взаимодействия с научным руководителем и активизация только на последнем этапе работы, вследствие чего не все поставленные в рамках научного исследования цели были выполнены.

Наряду с аксиологическим маркером, ставящим целью завуалированно высказать критику в адрес различных аспектов деятельности студента, была выявлена стратегия, преследующая сходные цели, а именно стратегия варьирования аксиологической перспективы, представленная, во-первых, тактикой профилирования активного агенса (*Мы с NN работаем первый год, и с первых дней совместной научно-исследовательской деятельности NN проявила себя как чрезвычайно ответственный, трудолюбивый и самостоятельный исследователь. Талант NN проявился, цитируя Б.Л. Пастернака, в ее стремлении «дойти до самой сути». Молодой исследователь любит обрабатывать разноплановый языковой материал, делать важные выводы и проводить корреляции; она совсем не боится больших объемов информации. NN превзошла саму себя*); во-вторых, в тех случаях, когда субъект оценки не вполне удовлетворен результатом представленного к защите труда, в рамках стратегии варьирования аксиологической перспективы используется тактика смещения внимания субъекта оценки (и, соответственно, всех адресатов оценки) на результат деятельности студента, вследствие чего имплицитно подразумевается негативная оценка работы (*Работа не вполне готова / Исследование выполнялось время от времени / Анализ материала проводился стихийно / Качество и объем работы не позволяют сделать выводы о том, что перед нами – завершенное состоявшееся исследование*) / *Дипломная работа выполнялась в последний момент (наспех).*

Как представляется, рассмотренные высказывания позволяют преподавателю «сохранить лицо» студента (как и в случае с дискурсивным маркером), поскольку акцент в них смещается на результат научного труда (*работа, исследование*) или на часть исследовательского этапа (*анализ*), а не на действия студента, воспрепятствовавшие успешному завершению научной работы. Отметим, что такие оценки появляются преимущественно на финальном этапе представления научного труда, тогда как на начальном этапе преподаватели более эксплицитно выражают критику.

Тактика смещения внимания субъекта оценки на результат научной деятельности студента выдвигает на первый план этические аспекты взаимодействия участников академического социума.

Таким образом, лонгитюдный анализ лингвоаксиологии академической коммуникации позволил выявить постепенный переход от критических высказываний в адрес результата научного исследования (например, в рамках макрособытия «Защита курсовой работы») 80% оценочных высказываний преподавателей содержат критические замечания, относящиеся к качеству создаваемого студентом научного текста) или его промежуточной стадии (на первых этапах осуществления научной работы) к рекомендациям по корректировке текста (на более поздних курсах) и одобрению исследовательских действий студента на завершающем этапе, что позволяет сделать вывод об эффективности ценностно-ориентированной

коммуникации, о готовности студентов воспринимать лингвосомиотику академического дискурса и формироваться как академическая дискурсивная личность, разделяющая общечеловеческие (библейские), этические, эстетические, когнитивно-методологические, социокультурные ценности.

Экспланаторный потенциал лингвистической аксиологии для анализа академических дискурсивных практик состоит в том, что оценочные высказывания преподавателей (объект оценки – научный труд студента, фрагменты работы или особенности проведения студентом научного труда) формируют ценностную картину мира студента, что в свою очередь отражается на качестве научного текста и позволяет проследить динамику оценки как в работах студентов, так и в комментариях научного руководителя к фрагментам работы.

Применение цифровых методов при анализе тональности и фоносемантических характеристик текстов академического дискурса позволило выявить, в частности, что функционал программы SentiStrength нуждается в доработке, поскольку данная платформа не всегда корректно определяет тональность оценочных слов. Данный факт указывает на важность фигуры интерпретатора при использовании цифровых методов анализа текста.

В качестве перспективы исследования представляется возможным расширить эмпирическую базу путем системного анализа и сопоставления аксиологических дискурсивных маркеров устного и письменного академического дискурса и вовлечения в область лингвистических исследований всех типов академического дискурса (например, за счет рассмотрения других профессиональных сфер). Кроме того, возможен анализ аксиосферы иных форм взаимодействия участников академического дискурса (лекции, открытые лекции ученых, семинары). Таким образом, многоплановый анализ ценностных смыслов, реализуемых в процессе академического взаимодействия, позволит выявить ключевые аксиосферы академического дискурса и выстраивать на их основе эффективную коммуникацию в академической среде.

Благодарность

Авторы выражают глубокую признательность д.ф.н., проф., профессору кафедры языкознания и переводоведения Института иностранных языков Московского городского педагогического университета Ольге Аркадьевне Сулеймановой за помощь и поддержку на всех этапах исследования.

Литература

Викуллова Л.Г. Семиметрия рефлексии о ценностях современного общества: коллективная монография // Лингвистика и аксиология: этносемиметрия ценностных смыслов. М.: Тезаурус, 2011. С. 196-230.

Водяницкая А.А. Аксиологический потенциал названий выставок университетской библиотеки как составляющей образовательного дискурса // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2021. № 4 (44). С. 81-91.

Катермина В.В. Формы и функции оценки при обучении студентов // Актуальные вопросы преподавания иностранного языка в высшей школе: сборник научных трудов. Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2020. С. 93-96.

Сулейманова О.А. Особенности языковой личности в академическом дискурсе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 2 (135). С. 106-109.

Сулейманова О.А. Академический дискурс как непрерывный диалог с Другим // Дискурс как универсальная матрица вербального взаимодействия. М.: ЛЕНАНД, 2018. С. 180-198.

Vodyanitskaya A.A. What is valuable in the academe: corpus-based analysis // Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference. Rēzekne: Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, 2020. С. 437-455.

*A.A. Vodyanitskaya (Moscow, Russia)
Moscow City University*

*V.I. Yaremenko (Moscow, Russia)
National Research University of Electronic Technology MIET*

ANALYZING AXIOLOGICAL DISCOURSE MARKERS AND THEIR ROLE IN CONTEMPORARY ACADEMIC COMMUNICATION

[Abstract] The paper focuses on the role of axiological discourse markers in academic communication. During the macro-event “Presentation of a Research Paper”, research supervisors use such markers to focus the participants in this event to the positive aspects of interaction with students.

Key words: axiological marker, academic discourse, evaluative lexis, values

*В.Г. Гончарова, Н.М. Дугалич (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
goncharova-vg@rudn.ru; dugalich-nm@rudn.ru*

ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ФЕНОМЕН В ПОЛИКОДОВОМ ТЕКСТЕ КАРИКАТУРЫ МИГРАЦИОННОГО МЕДИАДИСКУРСА

В статье описывается образ мигранта в поликодовом тексте карикатуры миграционного медиадискурса. Автор предлагает рассмотреть представленность прецедентных феноменов на иконическом и вербальном уровне поликодового текста карикатуры и приходит к выводу о том, что их наличие смягчает негативное восприятие мигранта обществом.

Ключевые слова: миграционный медиадискурс, карикатура, русский язык, вербальный компонент, иконический компонент, прецедентный феномен.

Проблема миграции представляет интерес для ученых различных областей знаний. Общеизвестно, что миграция носит глобальный характер и находит отражение в работах по социологии, политологии, а также лингвистики. В последнее время большое внимание уделяется исследованию феномена миграции в дискурсивном аспекте, отражающем динамические процессы в языке. Так, Н.П. Сюткина и А.С. Черноусова, исследующие прагматическую составляющую оппозиции «свой – чужой» в рамках миграционного дискурса, отмечают, что вопросы языковых изменений под влиянием взаимодействия языков и культур, активно исследуются в настоящий момент [Сюткина, Черноусова 2020: 41]. «Причиной становления миграционной лингвистики как самостоятельного направления в лингвистической науке стал факт массивных, многообразных миграционных движений, возникающих в мобильном и глобализирующемся мире» [Шустова 2018: 115]. Е.О. Зубарева выделяет миграционную лингвистику как самостоятельное направление, описывающее динамические языковые процессы, вызванные

миграционными потоками, причем как в принимающем обществе, так и в языковой среде мигрантов [Зубарева 2019: 36].

Большое внимание в настоящее время уделяется исследованию миграционного медиадискурса, что связано, с одной стороны, с проблематикой его дефиниции, с другой – с виральностью СМИ в целом и карикатуры в частности (см., например: [Кибрик 2011; Терюха 2020; Гусейнова, Дугалич, Ломакина, Нелюбова, Эбзеева 2022 и др.]).

Темой нашего исследования стала трудовая миграция в Российской Федерации, представленная в поликодовом тексте карикатуры миграционного дискурса. Данный вид текста позволяет определить отношение общества и принимающей стороны к трудовому мигранту.

По Н.М. Дугалич политическая карикатура – «изображение, обычно содержащее текстовый компонент. Отличительными чертами <...> являются злободневность фактов, гипербола и сатира в представлении иконического и вербального компонентов» [Дугалич 2021: 23]. Отметим, что те же черты характерны и для миграционной карикатуры, являющейся объектом нашего исследования.

Цель нашего исследования – рассмотреть, как лингвокогнитивные аспекты поликодового текста карикатуры влияют на подсознание и позволяют сформировать образ трудового мигранта у реципиента.

Предметом исследования является прецедентный феномен, представленный в иконическом компоненте и на вербальном уровне поликодового текста карикатуры миграционного дискурса.

В нашей работе мы будем опираться на классификацию Г.Г. Слышкина [Слышкин 2000], в которой традиционно выделяют:

1. Общечеловеческие прецедентные феномены
2. Цивилизационные прецедентные феномены
3. Национальные прецедентные феномены
4. Региональные прецедентные феномены

Рассмотрим примеры представленности прецедентного феномена в поликодовом тексте карикатуры миграционного медиадискурса.

На рис. 1 обсуждается тема трудовой миграции. Иконический компонент содержит национальные прецедентные феномены: Старик Хоттабыч и пионер Волька Костыльков – герои известной советской повести-сказки Лазаря Лагина (1938 г.). Вербальный компонент содержит прецедентное высказывание: *О, Волька, ибн Алеша* (так называл главного героя старик Хоттабыч).



Рис. 1.

Рис. 2 также предлагает поразмышлять на тему трудовой миграции с использованием национальных прецедентных феноменов, а именно героев сатирико-юмористической передачи «Наша Russia» Равшана и Джамшута на иконическом уровне и цивилизационного прецедентного феномена – *гастарбайтер* (приглашенный рабочий) в вербальном компоненте.



Рис. 2.



Рис. 3.

В иконическом компоненте рис. 3 тема трудовой миграции раскрывается с участием национальных прецедентных феноменов как в иконическом компоненте, так и на вербальном уровне. На изображении представлены герои известного советского художественного фильма (режиссер Леонид Гайдай 1967 г.) «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика». Национальный прецедентный феномен в вербальном компоненте представлен фразой *бамбардия киргуду*, произнесенной героем Ю.В. Никулина, когда он изображает недовольного горца.

В настоящее время наблюдается детерiorация в отношении общества к мигрантам. Конфликтогенность также эскалируется в СМИ по отношению к трудовым мигрантам. Однако нами отмечена тенденция смягчения ‘напряженности’ и негативной интерпретации образа мигранта в поликодовом тексте карикатуры миграционного медиадискурса. Это достигается за счет включения прецедентных феноменов как на вербальном уровне, так и в иконическом компоненте. Инкорпорирование прецедентных феноменов приводит к созданию юмористического эффекта, а следовательно, к более лояльному восприятию трудового мигранта принимающей стороной.

Литература

Гусейнова Л.Д., Дугалич Н.М., Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю., Эбзеева Ю.Н. Отражение социокультурного контекста в русских, французских и азербайджанских интернет-мемах // Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13, № 4. С. 1020-1043.

Дугалич Н.М. Политическая карикатура и ее коды // Монография. М.: Издательство «Флинта», 2021. 240 с.

Зубарева Е.О. Модель миграционного дискурса // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2019. № 5(1). С. 35-45.

Кибрик А.А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М.Н. Володиной. М.: Академический проект, 2011. 332 с.

Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000. 288 с.

Сюткина Н.П., Черноусова А.С. «Миграционный медийный дискурс: к постановке проблемы» // Научный журнал. 2020. № 2. С. 35-43.

Терюха Н.Г. «Миграционный медиадискурс: проблемы определения дефиниции в современной лингвистике» // *Baltic Humanitarian Journal*. 2020. Т. 9. № 4(33). С. 327-330.

Шустова С.В. Миграционная лингвистика и миграционный дискурс // *Теоретическая и прикладная лингвистика*. 2018. 4 (2). С. 114-125.

V.G. Goncharova, N.M. Dugalich (Moscow, Russia)
RUDN University

PRECEDENT PHENOMENON IN THE POLYCODE TEXT OF THE MIGRATION MEDIA DISCOURSE CARTOON

The article describes the image of a migrant in the polycode text of the migration media discourse cartoon. The author proposes to consider precedent phenomena representation at the iconic and verbal level of the polycode text of the cartoon and arrives at the conclusion that their presence softens the negative perception of a migrant by society.

Key words: migration media discourse, cartoon, Russian language, verbal component, iconic component, precedent phenomenon.

В.В. Грищева (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
walya86@mail.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В БРИТАНСКОЙ ДРАМЕ В АСПЕКТЕ СОЗДАНИЯ СИТУАЦИОННОГО КОНТЕКСТА

Статья посвящена исследованию специфики репрезентации реальности в тексте англоязычной драмы. Выявляется доминирующая роль ситуативного контекста в моделировании действительности. Проводится анализ актуализации фреймов в драматургическом тексте с точки зрения ее миромоделирующего потенциала.

Ключевые слова: драматургический текст, пьеса, ситуативный контекст, конструирование реальности, фрейм, моделирование действительности.

В современной лингвистической науке наметилась тенденция к изучению репрезентации реальности в текстовом пространстве с позиции когнитивно-дискурсивного миромоделирования. Развитие положений данной концепции и господство такого подхода к анализу когнитивных репрезентационных структур можно объяснить тем, что вымышленный мир художественного произведения является не просто фиксацией когнитивно-ассоциативного опыта, представлений, мнений, знаний, суждений человека, но и отражением национально-культурных, этноспецифических особенностей коммуникативной и когнитивной деятельности.

Исследование ментально-языкового феномена конструирования реальности в художественном тексте неразрывно связано с учетом коммуникативно-прагматической составляющей речевого взаимодействия, поскольку именно деятельностный опыт читателя выступает в качестве условия, оптимизирующего понимание и декодирование текстовой информации. В связи с этим С. Л. Кушнерук замечает, что «в содержательном плане ментальные пространства представляют собой модели ситуаций (реальных или гипотетических) в том виде, как они осмыслиются человеком» [Кушнерук 2013: 107]. Таким образом, когнитивные структуры выступают в качестве скрепы, формируя ситуационный контекст, который

задает определенную рамку восприятия. Роль фактора адресата и антропоцентричность ситуации как составляющей представления о реальности подчеркивает А. В. Глазков. Исследователь констатирует тот факт, что «как выбор и идентификация ситуации, так и выбор составляющих ситуации производится человеком», а следовательно, «ситуация является результатом интеллектуальной обработки образа реальности» [Глазков 2018: 49, 50]. Схожую позицию относительно формирования ситуационного контекста мы находим в работе М.Л. Макарова, который особо отмечает, что он представляет собой обширный класс социально-культурных детерминант и имеет преимущественно антропоцентрическую природу и один из наиболее очевидных и важных факторов, определяющих смысл языковых и других знаковых выражений [Макаров 2003: 95].

Необходимо кратко остановиться на деятельностном и процессуальном характере воспроизведения действительности в тексте, поскольку «в процессе дискурсивного конструирования мир актуализируется: переводится из состояния невидимости в состояние видимости, при этом дискурс становится само собой разумеющейся, непосредственной реальностью для человека» [Плотникова 2014:41].

Обращение к драматургическому дискурсу позволяет проследить специфику и закономерности репрезентации действительности, представленной в интродуктивных ремарках сеттинга пьесы к отдельным структурно-композиционным частям пьесы, описывающих и характеризующих ситуацию, в рамках которой разворачиваются основные события и последующее речевое взаимодействие действующих лиц. В ходе анализа была выявлена большая степень типизации ситуаций в пьесе. Посредством сеттинга создается экстралингвистический контекст, определяющий свойства реальности, моделируемые в драме. Таким образом, формируемый ситуационный контекст определенным образом задает условия понимания за счет обобщающих текстовых указателей и точных деталей в описании среды, в которой происходит действие.

На данном этапе рассуждений важно отметить, что ситуационный контекст в драматургическом тексте детерминирован социокультурными параметрами, поскольку отражает восприятие реальности современным человеком. Кроме того, в пьесе наблюдается высокий миромоделирующий потенциал по воссозданию реальности. Данная характеристика непосредственно связана с тем, что драма – это когнитивная матрица, в которой закодирована реальность.

В пьесе драматург фиксирует человеческий опыт и социальную действительность. Причем анализ показывает, что их воспроизведение отображает наиболее типичные ситуации из реальной жизни, это облегчает восприятие со стороны потенциального читателя. В процессе конструирования реальности в драматургическом тексте происходит актуализация фреймов. Наше предположение состоит в том, что моделирование действительности в пьесе обусловлено определенным ситуативным контекстом, имеющим фреймированную структуру. Ментальная репрезентация действительности в драматургическом тексте включает такие неотъемлемые коммуникативные параметры ситуации как указание на место, обстановку, время, условия, тему общения, статус и социальную роль коммуникантов, которыми выступают действующие лица в пьесе.

Проиллюстрируем практическое применение вышесказанных наблюдений на материале фрагмента из пьесы «Моджо», написанной современным британским драматургом Джезом Баттервортом и впоследствии поставленной на сцене Королевского придворного театра в Лондоне в 1995 г.:

Act One takes place upstairs at Ezra's Atlantic in Dean Street, Soho, July 1958.

ACT ONE

Scene One

Upstairs at the Atlantic. SILVER JOHNNY stands alone. We hear the drums, the thudding bass, the screams from the club below. SILVER JOHNNY does steps by himself, tight, menacing, explosive, like a boxer in the seconds before a fight. A low distorted voice announces the act, the girls scream, but he keeps them waiting. The music rises, faster, louder. It reaches its height, SILVER JOHNNY stands at the top of the steel staircase. When the moment comes, he vaults into the stairwell and vanishes, enveloped by sound.

The drums pound on in the blackout. **Suddenly they stop and the next second** we are **back upstairs at the Atlantic** *after the show*. SWEETS and POTTS are sitting at a table. There is a pot of tea on the table with three pretty cups, on a tray. The door to the back room is shut.

Конструирование реальности в приведенном примере сеттинга к первому действию пьесы осуществляется при помощи фрейма ночного рок-клуба и детерминировано культурным знанием о районе Сохо, на который указывает пространственный маркер *Dean street, Soho*, выступающий в качестве пространственного параметра описываемого события. Традиционно этот лондонский развлекательный квартал ассоциируется с бурной ночной жизнью, огромным количеством ночных клубов, где собираются любители шумно и весело провести время. В связи с этим особую важность в создании ситуационного контекста в иллюстрируемом фрагменте имеет также указание на локальную характеристику пространства в пространственном маркере *The Atlantic club*. В конце 60-х гг. XX века район Сохо стал центром культурной революции, поскольку в развлекательных заведениях стали играть набирающую в то время популярность рок-музыку. Темпоральный маркер *July 1958*, указывающий на конкретный временной период способствует воссозданию типичной ситуации. Следовательно, данный фрейм актуализируется за счет временных, пространственных параметров ситуационного контекста.

Указание на событие, а именно рок-концерт, в рамках которого разворачивается действие, выражено эксплицитно в текстовом элементе *after show*, что также способствует репрезентации фрейма, участвующим в моделировании ситуации. Важным компонентом в конструировании действительности является создание звукового образа за счет лексических единиц, указывающих на музыкальные инструменты *the drums, the thudding bass*, шум и крики собравшихся зрителей *the screams* и непосредственно звуки музыки *the music, sound*. В интегрировании звукового образа также участвуют глаголы *scream, pound*, прилагательные в сравнительной степени *faster, louder*, существительное *height*, передающее интенсивность звука. Такого рода насыщенность позволяет автору наиболее точно воссоздать атмосферу рок-концерта. Описание эмоционального состояния персонажа и его действий также поддерживает репрезентированную фреймовую структуру. В приведенном фрагменте один из персонажей Серебряный Джонни испытывает колоссальное напряжение и демонстрирует боевой настрой за несколько секунд до выхода на сцену, которое вербализуется в использовании художественного сравнения «*tight, menacing, explosive, like a boxer in the seconds before a fight*». Последовательное описание действий музыканта при помощи глаголов *stands alone, does steps by himself, keep them waiting, stands at the top, vaults into, vanishes* организует фреймовую структуру, что воссоздает реальность, поскольку вписывается в представление

читателя относительно того, что делает музыкант в рамках формируемого контекста, начиная с психологического настроя и заканчивая эффектным появлением перед публикой. Данные элементы получают наибольшую текстовую протяженность, что обуславливает их важность в актуализации фрейма. Переход от одной ситуации к другой обозначен текстовыми единицами *suddenly, next second*, передающими резкую смену действия, а также эксплицитным указанием *after the show, back upstairs*, которое формируют кольцевую структуру и соответственно сигнализирует возврат к исходной локации.

Резюмируя вышесказанное, заметим, что фреймовый подход к анализу специфики конструирования реальности в пьесе позволяет выявить ситуативную обусловленность формирования контекста. Фреймированность ситуации непосредственно связана с такой присущей драматургическому тексту дискурсивной характеристики, как типизация моделируемой действительности.

Литература

Глазков А.В. Из реальности в текст и обратно: очерк прагматики нарративного текста. М.: Де'Либри, 2018.

Кушнерук С.Л. «Мир дискурса» в аспекте когнитивного моделирования // Вопросы когнитивной лингвистики. 2013. № 1 С. 105-114.

Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.

Плотникова С.Н. Дискурсивное конструирование как теоретическое понятие // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2014. С. 41-46.

V.V. Grishcheva (Moscow, Russia)
Moscow State Linguistic University

RECONSTRUCTION OF REALITY IN BRITISH DRAMA IN THE ASPECT OF CREATING A SITUATIONAL CONTEXT

The article is devoted to the investigation of the specifics of reality representation in English drama. The dominating role of situational context in reality modeling is identified. The analysis of frame actualization in drama text is carried out from the perspective of its reality modeling potential.

Key words: drama text, play, situational context, reality construction, frame, reality modeling.

В.Н. Долженков (Москва, Россия)
Военный университет имени Александра Невского
Министерства обороны РФ
valdolzhenkov@yahoo.com

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ НЕИСКРЕННЕГО ДИСКУРСА: ОПЫТ РАССМОТРЕНИЯ

Автор рассматривает явление актуализации неискренних высказываний в дискурсе как реализацию когнитивных знаний коммуникантов о свойствах предметов, их совокупности, об отношениях, что фиксируется в когнитивной семантике в виде целостной коммуникативной структуры.

Ключевые слова: неискренние высказывания, дискурс, когнитивные знания, концепт.

При исследовании дискурса в рамках когнитивного подхода исследуются употребление и функционирование языковых единиц в речевом общении, их релевантность в отношении к коммуникативной деятельности участников дискурса. Одним из основных вопросов выдвигается категоризация, т.е. возможное соотнесение членения мира человеком и языковых средств и категорий, обозначающих предметный мир.

В современной лингвистике феномен концепта является центром научного притяжения и интереса исследователей различных школ, поскольку позволяет дать научное представление языковой реализации когнитивных. Известно, что концептуальные аспекты составляют сущностный компонент феномена дискурса, а поскольку объектом нашего изучения является неискренний дискурс, позволим себе внести определенность этому достаточно сложному феномену, чтобы затем подробнее остановиться на концептуальной составляющей.

Так, С.Н. Плотникова рассматривает феномен неискренности «как дискурсивную стратегию языковой личности, направленную на воплощение особого личностного смысла» [Плотникова 2000: 11]. Основываясь на предложенной трактовке ученого, отметим, что неискренний дискурс является коммуникативной деятельностью участников с неискренними текстами, когнитивной доминантой которых является осознанное искажение знаний, явлений, фактов, картины мира в рамках личностного смысла автора текста. Опираясь на когнитивно-коммуникативный подход к феномену дискурса и текста, сопрягающем интерактивный и коммуникативно-деятельностный, мы исследуем явление актуализации неискренних высказываний в дискурсе как реализацию когнитивных знаний коммуникантов о свойствах предметов, их совокупностях, об отношениях, которые фиксируются в когнитивной семантике в виде совокупной коммуникативной структуры.

При изучении концептуальных аспектов неискренного дискурса особое внимание необходимо уделить функционированию неискренних высказываний при концептуализации окружающей действительности. Языковая картина мира складывается из устойчивых семантических формул определенных языковых конструктов, представляя собой определенное видение и миропорядок норм и правил речевого взаимодействия, типов коммуникативной среды. На важную роль семантического компонента текстов обращала внимание Н.М. Фирсова, рассматривая «в четырехаспектности ее проявления: она проявляется как в словарном составе (лексике и фразеологии), так и в области грамматики, фонетики и стилистики. Проявление данного феномена весьма различно в указанных сферах» [Фирсова 2003:33].

Одно из ранних определений концепта можно встретить в трудах средневекового ученого XII в. П. Абеляра: он рассматривал концепт «как форму схватывания смысла в контексте коммуникации людей друг с другом и с Богом, как связывание высказываний в одну точку зрения на тот или иной предмет при определяющей роли ума, преобразующего высказывания в льнущую к Богу мысль» [см.: Неретина 1999: 121]. Взгляды П. Абеляра на концепт как «форму схватывания смысла» особенно важны в аспекте исследования неискренного дискурса, поскольку указывают на функциональное свойство – выстраивать, конструировать индивидуальное сознание или, как указывает С.Н. Плотникова, «особый личностный смысл».

Применительно к нашему исследованию отметим, что в неискреннем дискурсе автор высказывания сознательно, на основе уже имеющихся пресуппозитивных установок, ценностей, «особого личностного смысла» пытается изменить не только

языковую, но и когнитивную, культурную и другие картины мира адресата, имеющиеся значения, представления и образы референта, коммуникативную ситуацию, отношения между другими коммуникантами. Особенно важным видится роль смыслового компонента текстов, представленного в неискреннем дискурсе неоднозначно, зачастую искаженно, в соответствии с ценностями, интересами и интенциями автора, соотнесенными с ценностями, интересами и интенциями адресата. В качестве демонстрации реализации такого явления удачным является упомянутая О.С. Чесноковой «двунаправленность имени собственного как обозначения объекта и субъекта в концепции Ю.С. Степанова», которую можно рассматривать как маркер особого личного смысла неискренного дискурса [Чеснокова, Джишкархани 2019: 813]. Это особенно явно реализуется в фольклорных текстах, в которых неискренность как речевой элемент выполняет различные функции, и прежде всего игры слов: *Очутился Морозко на той ели, под которой девица сидит, и сверху ее спрашивает:*

— Тепло ли тебе, девица?

— Тепло, Морозушко, тепло, батюшка.

Морозко стал ниже спускаться, сильнее потрескивает, пощелкивает [Русские народные сказки 1993: 19].

По мнению Н.Н. Болдырева, концептуальный уровень представляет не только значения, но и смыслы высказываний, что «обеспечивает систематизацию, выбор и комбинаторику языковых знаков с целью выражения определенных мыслей, а также их интерпретацию при понимании текстов» [Болдырев 2018: 8]. Другими словами, исследование концептуальной составляющей дискурса предполагает выявление вербальных форм, установление их совокупной сочетаемости и определение концептуальных значений высказываний и дискурса в целом в процессе категоризации действительности, в корреляции с представлениями о коммуникативной ситуации, об отношениях между людьми, референтной ситуации и о собеседнике либо образе собеседника.

При исследовании неискренности в высказываниях коммуникантов считаем своевременным обратиться к утверждению В. З. Демьянкова – «отношение к другому человеку не является производным, а составляет суть дискурса. Этот другой не бесформен: весь смысл циркулирует между определенными жизненными позициями» [Демьянков 1995: 284]. Высказывание ученого подтверждает наши рассуждения о природе неискренних высказываний: в процессе концептуализации действительности жизненные позиции коммуникантов основываются на концептуальных представлениях об отношениях между людьми, о нормах и правилах общения в различных коммуникативных пространствах, совокупность которых можно представить как когнитивно-коммуникативную картину мира.

В культурологическом рассмотрении концепт имеет национально-специфическую окраску. Некоторые ученые выделяют и универсальные, к которым причисляют концепт неискренности, а указание на особую личностную составляющую концепта придает этому феномену особый персональный аспект. Важной составляющей концепта является ценностный компонент. Другими словами, если говорящий производит неискреннее высказывание, являющееся по сути ложным, лживым, хитрым и т.д., он таким образом реализует свою когнитивную картину мира, одновременно с этим и ценностную, и личностную. Стоит согласиться с Н.А. Сидоровой в том, что «ценности, являясь, с одной стороны, базой когнитивной сферы, с другой – присутствуют в дискурсе, реализуясь в деятельности участников

дискурса по производству и восприятию высказываний» [Сидорова 2022: 26]. Данное утверждение считается логичным и закономерным, т.к. ценности как компонент концепта, также являются и базой формирования когнитивных опор коммуниканта, его жизненных основ, поскольку участвуют в категоризации мира, формировании представлений коммуникантов, способах иерархизации понятий как различных способах ментальной активности индивида. Однако ценности в неискреннем дискурсе выполняют не пассивную роль – они регулируют и детерминируют когнитивную и коммуникативную деятельность коммуниканта (как автора, так и реципиента). Рассмотрим наши утверждения на примере.

He gave her a glance that was slightly arch.

“Am I telling you something you don't know when I tell you that I've been head over heels in love with you since you were a kid with bobbed hair?” What did one say to that? One laughed brightly.

“Oh, Edgar, what nonsense you talk.”

“You're the most beautiful creature I've ever seen in my life and the most delightful. Of course I knew I hadn't a chance. I was twenty-five years older than you. A contemporary of your father's. I had a pretty shrewd suspicion that when you were a girl you looked upon me as a funny old fogey.”

“Never,” cried Mary, not quite truthfully. [Maugham]

Анализ данного дискурса демонстрирует ценностно-коммуникативную составляющую, которая базируется на реализованных ценностях или элементах ценностей коммуникантов. Говорящий предпочитает открыто признаваться в своих любовных чувствах молодой девушке, в связи с этим его высказывания искренние и правдивые. Адресат, молодая девушка, под влиянием ее ценностного мира, не верит в романтические чувства и считает откровенные признания *nonsense you talk*, и чувства любви с этим человеком невозможными *Never*. Однако последующие комментарии автора убеждают нас в обратном: *«cried Mary, not quite truthfully»*. Следовательно, будучи основанным на когнитивно подкрепляемой неискренности одним из коммуникантов, приведенный дискурс мы рассматриваем как неискренний.

Таким образом, концептуальные факторы как базовая составляющая дискурса представляют собой многокомпонентную структуру. Рассматривая неискренний дискурс, ядерным компонентом принимаем концепт «ложь, обман», а ценности коммуникантов – базовой составляющей концепта. Исследование эмпирического материала доказало необходимость дальнейшей теоретической и практической работы в изучении концептуальных аспектов неискренного дискурса, что продиктовано научной необходимостью предоставления актуальных данных по функционированию языковых явлений в рамках различных коммуникативных условий и ситуаций общения.

Литература

Болдырев. Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка: монография. М.: Издательский Дом ЯСК, 2018.

Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца 20 века. М.: Институт языкознания РАН, 1995.

Неретина С.С. Слово и текст в средневековой культуре. Концептуализм Абелияра. М.: Лабиринт, 1999.

Плотникова С.Н. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах). Иркутск: Изд-во Иркутского государственного университета, 2000.

Русские народные сказки. Морозко. М.: Издательство «Пик-интро», 1993.

Сидорова Н.А. Ценностный статус дискурса // Иностранные языки в школе. 2022. № 5. С. 24-29.

Фирсова Н.М. К проблеме национально-культурной семантики лексических средств и межвариантной национально-культурной специфики языковых средств в испанском языке // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2003. № 4. С. 33-37.

Чеснокова О.С., Джшишариани Л.М. Ценностные доминанты ментальности басков в современном медиапространстве Испании // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т.8. № 4. С. 800-815.

Maugham S. Up at the Villa. URL: <http://gutenberg.ca/ebooks/maughamws-upatthevilla/maughamws-upatthevilla-00-e.html> (дата обращения: 27.08.2023).

V.N. Dolzhenkov (Moscow, Russia)

Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation

CONCEPTUAL ASPECTS OF INSINCERE DISCOURSE: REVIEW EXPERIENCE

The author considers the phenomenon of insincere statements actualization in discourse as the realization of the communicants' cognitive knowledge about the properties of objects, their totality, about relationships, which is fixed in cognitive semantics in the form of an integral communicative structure.

Key words: insincere statements, discourse, cognitive knowledge, concept.

Н.М. Дугалич (Москва, Россия)

Российский университет дружбы народов

dugalich-nm@rudn.ru

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА МЕДИЦИНСКОГО ПЛАКАТА

В статье приводятся результаты анализа вербального компонента медицинского плаката. Материалом исследования послужило 100 текстов медицинского плаката на русском языке, полученные методом сплошной выборки из открытых интернет-источников. Установлено, что вербальный компонент медицинского плаката характеризуется частотным использованием императивных конструкций, номинативных предложений, сочетанием обиходной и терминологической лексики, конструкций с *не*, что мотивировано реализацией информативной, апеллятивной и репрезентативной функций текста медицинского плаката.

Ключевые слова: медицинский дискурс, медицинский плакат, русский язык, вербальный компонент, лексико-грамматические особенности.

Медицинский дискурс представлен жанрами двух основных категорий: текст, состоящий только из вербального компонента или предусматривающий несистемное включение элементов других кодов (научная статья, рецепт на медицинский препарат и др.), и текст поликодового характера (медицинский плакат, реклама медицинских препаратов и услуг и др.). Интегральными признаками данных жанров становится их принадлежность к сфере профессионально-коммуникативного взаимодействия медицинского работника и пациента, тематическая определенность, использование медицинской лексики и символики [Акаева 2007; Гончаренко 2007; Кочеткова и др. 2018; Фадеева 2022; Сараева, Детинко 2023].

Изучение поликодового текста медицинского дискурса – актуальная проблема современной лингвистики, в работе над которой применяются методики,

разработанные для рекламного, политического и др. видов дискурса [Эбзеева, Дугалич 2018; Первухина 2019; Семенова, Филиппова 2022], поскольку медицинский плакат соответствует определению поликодового текста согласно традиции, сложившейся в российской лингвистике [Новоспасская, Дугалич 2022].

Анализ поликодового текста медицинского плаката показал, что на лексическом уровне медицинский плакат частотно реализует аппеллятивную функцию через использование императивных предложений двух типов:

- интенция каузации:

(1) *Родители, помните, травмы детей – не случайность!*;

(2) *Спрячьте острые предметы, лекарства в недоступные для ребенка места* (из плаката о профилактике детского травматизма в быту);

(3) *Строимся друг за другом и передаем мячик или игрушку через голову* (из плаката для детей об основах здорового образа жизни);

(4) *При наличии хронических заболеваний перед началом занятий проконсультируйтесь с врачом* (из плаката о физической активности как основы качества жизни);

- интенция побуждения к несовершению действия:

(5) *Будьте активны уже сегодня, не откладывайте на завтра!*;

(6) *Не укладывайте ребенка спать рядом с нагревательными приборами (обогреватель, батарея) – это чревато ожогами* (из плаката о профилактике детского травматизма в быту).

Императивные предложения оформлены преимущественно глаголами 2 лица множественного числа (примеры 1; 2; 4–6), однако отмечается единичное употребление формы 2 лица единственного числа:

(7) *Обтирайся – закаляйся* (из плаката для детей об основах здорового образа жизни) и 1 лица множественного числа (пример 3).

С целью реализации в медицинском плакате информативной функции частотно употребляются номинативные предложения:

(8) *Артериальная гипертония. Стресс, тревога, депрессия. Ожирение. Избыточное потребление алкоголя* (из плаката о факторах риска неинфекционных заболеваний);

(9) *Низкий уровень физической активности (менее 30 мин физической активности в день). Потребление овощей и фруктов меньше 400 граммов в день* (из плаката о мозговом инсульте).

Использование номинативных конструкций, особенно в сочетании с графическими элементами, позволяет тексту медицинского плаката сократить объем текстового элемента без потери значимой информации и облегчить ее рецепцию.

На уровне лексики для медицинского плаката отмечено употребление терминов в изолированном положении (10), в сочетании с разговорной лексикой (11), в сочетании с нейтральной лексикой (12):

(10) *Психотерапия. Бариаатрическая хирургия* (из плаката об ожирении);

(11) *Важна не диета, а ежедневный выбор в пользу продуктов и принципов здорового питания. Ежедневно зерновые продукты: хлеб из муки грубого помола, овсянка (= овсяная каша), гречка (= гречневая крупа/гречка)* (из плаката о здоровом питании);

(12) *Существует два вида мозгового инсульта: геморрагический (когда происходит разрыв сосуда с последующим кровоизлиянием), ишемический (когда*

нарушается **кровообращение** мозга из-за сужения **мозговой артерии** или ее **закупорки кровяным сгустком**) (из плаката о мозговом инсульте).

Для вербального компонента медицинского плаката характерно привлечение авторитетных цитат (13):

(13) *«Никогда не лежите, если можете сидеть. / Никогда не сидите, если можете стоять. Никогда не стойте неподвижно, если можете двигаться»* Лоуренс Морхауз.

В данном примере используются фразы из книги американского врача, заведующего лабораторией физических возможностей человека Калифорнийского университета Лоуренса Морхауза «Хорошая форма за 30 минут в неделю», которая пользуется большой популярностью в США.

По стилистике медицинский плакат сближается с научно-популярным текстом, что позволяет авторам медицинского плаката органично включать фрагменты медицинских научно-популярных изданий в текст плаката (14; 15)

(14) *Во внешней среде вирус сохраняет активность в течение 72 часов. Люди, зараженные гриппом, опасны для окружающих в течение 7–10 дней. Первые симптомы гриппа возникают спустя 1–5 дней после контакта с заболевшим* (из плаката о методах профилактики и лечения гриппа);

(15) *Каждый из перечисленных факторов повышает риск развития заболеваний. Эти факторы взаимосвязаны и усиливают действие друг друга, поэтому врач определяет Ваш суммарный сердечно-сосудистый риск* (из плаката о факторах риска неинфекционных заболеваний).

Вербальный компонент медицинского плаката частотно содержит медицинские коды (16; 17) и числа (18):

(16) *При степени **3Б**, когда повреждены все слои кожи, остаются рубцы* (из плаката о доврачебной помощи при ожогах).

(17) *Вирус гриппа **A(H1N1)** устойчив к действию амантадина* (из плаката о методах профилактики и лечения гриппа).

(18) *Один спасатель выполняет [реанимационный цикл «ИВЛ+ массаж»] в соотношении **2 : 1**, т.е. после 2-х вдохов следует **15** массажных толчков* (из плаката об искусственном дыхании в рамках доврачебной помощи).

Нами отмечены случаи нарушения согласования внутри предложения (19; 20), под которыми понимается отказ от форм косвенных падежей для придания тексту плаката конспективности, а также частотность номинализации (21):

(19) *К каким заболеваниям может привести ожирение: **артериальная гипертензия, инсульт, инфаркт, сахарный диабет, импотенция, болезни суставов** в, **рак*** (из плаката об ожирении) – в данном примере названия болезней не согласованы в падеже с лексической единицей **заболеваниям**, которая является обобщающим словом и должна обуславливать формы творительного падежа;

(20) *Не оставляйте детей без присмотра возле открытой воды – **ванна, бассейн, водоем*** – в данном предложении примеры открытой воды не согласованы в падеже с обобщающим словом;

(21) *Отказ от вредных привычек* в контексте – откажитесь от вредных привычек; *ответственное отношение к своему здоровью* в контексте ответственно относитесь к своему здоровью.

Проведенное исследование доказало наличие у вербального компонента поликодового текста медицинского плаката на русском языке постоянных жанровых признаков на лексико-грамматического характера. К ним мы относим использование

медицинских терминов, употребление эллиптированных предложений, выбор номинативных конструкций, императивные предложения различных типов.

Литература

Акаева Э.В. Коммуникативные стратегии профессионального медицинского дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2007.

Гончаренко Н.В. Суггестивные характеристики медицинского дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007.

Кочеткова Т.В., Барсукова М.И., Ремпель Е.А., Рамазанова А.Я. Медицинский дискурс: специфика профессиональной коммуникации врача // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 3 (70). С. 466-469.

Новоспаская Н.В., Дугалич Н.М. Терминосистема теории поликодовых текстов // Русистика. 2022. Т. 20. № 3. С. 298-311. DOI: 10.22363/2618-8163-2022-20-3-298-311.

Первухина С.В. Лингвопрагматические и функционально-стилистические характеристики рекламно-медицинского субдискурса // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2019. № 1 (178). С. 51-56. DOI: [10.15393/uchz.art.2019.270](https://doi.org/10.15393/uchz.art.2019.270).

Сараева Е.Е., Детинко Ю.И. Информационный медицинский плакат о профилактике COVID-19 в мультимодальном аспекте: средства воздействия на аудиторию // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2023. № 1 (225). С. 49-57. DOI: 10.23951/1609-624X-2023-1-49-57.

Семенова А.В., Филиппова С.В. Лингвокультурные характеристики социальной рекламы вакцинации в Китае // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. № 15 (12). С. 4041-4046. DOI: 10.30853/phil20220706.

Фадеева И.В. Текстовая и визуальная пропаганда вакцинации COVID-19 в новых медиа Астраханского региона // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2022. № 2 (38). С. 268-275. DOI: 51965/20767919_2022_2_2_268.

Эбзеева Ю.Н., Дугалич Н.М. Методика анализа креолизованного текста политической карикатуры на арабском и французском языках // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 1. С. 127-133. DOI: 10.22363/2312-9220-2018-23-1-127-133.

*N.M. Dugalich (Moscow, Russia)
RUDN University*

LEXICAL AND GRAMMATICAL CHARACTERISTICS OF THE VERBAL COMPONENT OF THE MEDICAL POSTER

The article presents the results of the analysis of the verbal component of the medical poster. The material of the study was 100 texts of a medical poster in Russian, obtained by continuous sampling from open Internet sources. It has been established that the verbal component of the medical poster is characterized by the frequent use of imperative constructions, nominative sentences, a combination of everyday and terminological vocabulary, constructions with *do not*, which is motivated by the implementation of the informative, appellative and representative functions of the medical poster test.

Key words: medical discourse, medical poster, Russian language, verbal component, lexical and grammatical features.

Е.В. Ильина (Тюмень, Россия)

Уральский государственный университет путей сообщения,

филиал в г. Тюмени

ekaterina_ilyina_tum@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА *РОССИЯ* (НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ Л.Н. АНДЕРСЕН)

В статье приводится когнитивно-дискурсивный анализ социокультурного концепта *РОССИЯ*, репрезентированного в творчестве Л.Н. Андерсен. В художественном дискурсе концепт вербализован с помощью изобразительно-выразительных средств, лексико-семантических полей и фразеологизмов, равноуровневых средств языка и ассоциативных связей, опирающихся на индивидуальный опыт коммуникантов.

Ключевые слова: концепт, вербализация, художественный дискурс, языковое сознание.

В структуру концепта входит как обыденно-понятийное содержание, так и оценочные и релятивно-оценочные смыслы, показывающие отношение человека к познаваемому объекту [Алефиренко 2010: 155] и формирующие индивидуально-авторский компонент концепта.

Цель данного исследования – в рамках когнитивно-дискурсивного анализа выявить языковые средства вербализации и кодификации индивидуально-авторского компонента концепта *РОССИЯ* в творчестве известной представительницы восточной ветви русской эмиграции Лариссы Николаевны Андерсен (1911–2012) – носителя социокультурного и культурно-исторического опыта своего поколения.

Концепт *РОССИЯ* как результат вторичной интерпретации осмысленных и адаптированных коллективных знаний и когнитивных схем [Болдырев 2016: 35] встроен в индивидуальную концептуальную систему автора и транслирует не только идею художественного произведения, но и уникальное мировидение поэта, свойственное эмигрантскому социолекту и преобразованное посредством эмоций, симпатий, антипатий, ассоциативных рядов [Ломакина 2018: 36].

Социокультурная составляющая образа России в аспекте социальной трагедии русских эмигрантов наиболее ярко отражена в стихотворении «Пляшет содовый бисер в стакане...», сюжет которого выстроен вокруг диалога английского матроса и двух русских девушек-эмигранток. Концептуальный признак «русский» актуализируется посредством имен *Наташа*, *Таня*; определения *русский* в словосочетании *русская песенка* – здесь же суффикс субъективной оценки маркирует пренебрежительно-легкомысленное отношение англичанина к национальной принадлежности девушек, вынужденных зарабатывать себе на жизнь, уповая на щедрость клиентов в *замусоленном баре Шанхая*. Низкий социальный статус девушек подчеркивается с помощью эпитета *яркогубый*, метонимии *плечом нашим*, глагола *угощает*, фамильярного обращения *ты*, формы второго лица единственного числа глагола в повелительном наклонении *спой*, восклицательной интонации предложения, имеющего эмоциональную окраску директивы, приказа. Пространственный модус, воссоздающий атмосферу низкопробного питейного заведения как локуса жестокой действительности, формируется и благодаря словам со словарной пометой «разг.»: *пляшет*, *мозги*, *барабанит*; сравнения *словно скрученный трос*; эпитета *разъедающий*; окказионализма *нуд*. Номинации, репрезентирующие социокультурную ситуацию русских девушек в Китае, составляют периферию концепта ЭМИГРАЦИЯ.

За перечисленными языковыми средствами стоит presupпозиция: ради спасения семьи от голодной смерти русские молодые эмигрантки были вынуждены заниматься проституцией. Модально-оценочный аспект стихотворения эксплицируется за счет ценностной оппозиции: позитивное отношение англичанина, гордого за свою страну и счастливого, *приятно вздыхая, спеть свой английский заученный гимн*, противопоставляется той горечи и боли, которые испытывают русские девушки. Они, *прищурясь, замолкнув, уставившись в пол, дрожа*, отвергают предложение *вспомнить родную страну*, исполнив *песенку русскую* на потеху публики, по требованию *барабанящего английского кулака*. В контексте стихотворения ценностный уровень концепта РОССИЯ, иносказательно вербализированного посредством эпитета *родная страна*, включает следующий смысловой конструкт: утрата Родины обусловила личную трагедию каждого эмигранта, одним из худших проявлений которой стала потеря человеческого достоинства, униженное положение бесправных женщин, оставшихся без средств к существованию и, как следствие, без будущего.

Особая экспрессивность присуща стихотворению «Пьяная, жестокая, шальная...», четырьмя строками кодифицирующему индивидуально-авторский компонент концепта РОССИЯ, которым репрезентируется рефлексивный способ восприятия действительности автором. Образ России моделируется антропоморфными эпитетами *пьяная, жестокая, шальная, истерзанная, бедная, больная*, которые одновременно выражают как презрение, осуждение и жалость, так и оправдание – чувства, которые можно испытывать к человеку – заблудшей, но родной душе. Ценностная оппозиция усиливается во второй части стихотворения, где данная структура знания объективируется посредством оксюморона *Как я люблю тебя! Как ненавижу*; антитезы *моя страна – которой я не вижу*. Особую эмоциональную окраску получает притяжательное местоимение *моя* (в словосочетании *моя страна*) как символ непреложной преданности Родине вопреки всему. Идея стихотворения как главная авторская интенция тождественна смысловой доминанте духовной культуры русского эмигранта: любовь к России неистребима, несмотря на насильственную утрату Родины и отлучение от России.

Еще одним произведением Л.Н. Андерсен, в основе которого лежит ценностная оппозиция «Россия – чужбина», является стихотворение «Манила, Адриатика, Гренада...». В центре сюжета – две временные плоскости: прошлое как школьное детство с его фантазиями об экзотических странах, которые подвергаются идеализации, и настоящее как эмигрантская зрелость с тоской по России и переосмыслением ее значимости. Пространственный код актуализируется, с одной стороны, с помощью названий российских рек и городов, которые становятся средствами репрезентации концепта РОССИЯ: *Припять, Псков, Днепр, Киев*. С другой стороны, данный код представлен названиями азиатского города *Манилы* (столицы Филиппин), побережья *Адриатики*, островного государства *Гренады* на юго-востоке Карибского моря и африканской реки *Нил*. Presupпозиция наивной восторженности восприятия далеких стран (которую не осуждает автор, а лишь мягко иронизирует по этому поводу) концептуализируется посредством ассоциативного ряда *экзотика, лазурь, сиянье льда*; кратких прилагательных *взволнованны, рады*; словосочетания *попасть мысленно туда* с усилительной частицей *хотя бы*; эпитета *смешными пальцами*. Школьная тема представлена такими языковыми средствами, как эпитеты *цветистая карта* и *корявая парта*, а также словосочетанием *следы чернил*, существительным *класс*. Этим обыденным атрибутам школьного времяпрепровождения противопоставляются цветущие *магнолии* и

искрящийся *Нил*. Маркерами Родины как конкретной территории становятся названия русской реки *Препять* и русского города *Пскова*, которые ребенку, вынужденному осилить их запоминание, кажутся *простыми* и *скучными*, навещающими сон и не ассоциирующимися с чем-то увлекательным. Стереотип детского сознания: абсолютное равнодушие, безразличие к неотъемлемому до привычности и банальности в противовес естественному детскому стремлению к приключениям и неизведанным мирам – концептуализируется во фразе *Нам ровно ничего не говорили* (применительно к российским гидронимам и топонимам). Трансформация пространственно-временного континуума реализуется за счет наречия времени *теперь* с усилительной частицей *вот*, а также словосочетания *под чуждым «знойным» небом*. Эпитет *знойный* помещен автором в кавычки, что усиливает интонацию горькой иронии над наивным детским мировосприятием. Социокультурный опыт эмигранта заставляет переосмыслить прошлое, констатируя с сожалением тот факт, что мечты об экзотических странах обернулись неприкаемым существованием на чужбине. Данная пресуппозиция стоит за такими языковыми средствами, как фразеологизм *отведавши кусок чужого хлеба*; вторичный текст, актуализирующий авторскую интенцию, *экзотики хлебнув за все года* (первичный текст – фразеологизм *хлебнуть горя*); рефрен *Мы так хотим, мы так хотим туда!* Особая экспрессия стихотворения достигается благодаря троекратному повтору указательного местоимения с семантикой направления *туда*, за которым следует конкретизация духовного вектора автора (физическое перемещение невозможно, поэтому речь только о мысленном и духовном устремлении к Родине): *где Псков, и Днепр, и Киев*. Следующая часть стихотворения построена на нескольких противопоставлениях: *чернила*, которыми школьники выводили названия российских рек и городов, составляют антитезу *слезам*, без которых теперь невозможно вспомнить о России; *простые* и *скучные названия* становятся *дорогими*, горящими *огнем незабывающихся гроз*. Символы экзотического рая – *пальмы, финики и рифы* – теперь не осмысливаются как нечто желанное, поскольку единственную духовную ценность для автора представляет *любовь*, что *горит и светит всем* даже там, где *холод, смерть, страдания и кровь* – ассоциативы России в ее нынешнем относительно временного измерения стихотворения состоянии. Градус пафоса применительно к философской категории «любовь» намеренно снижен с помощью строчки *Но, слившись с ней обыденною рифмой* – не ради красного словца автор использует ее, а лишь подчеркивая глубинный смысл этого понятия, доминирующего в его личной аксиологии. Авторская интенция о неразрывной духовной связи с Россией актуализируется в вопросительном предложении *Киев... взят или не взят?* Оно свидетельствует об искреннем до тревожного шепота (*Мы шепчем*) переживании автора о судьбе России. Эмоциональная напряженность формируется с помощью метафоры *И над бесцветной картою застынув*; метафорического эпитета *прокуренными пальцами* (как признак взрослости и опытности); деэпричастия со словарной пометой «перен. разг.» *возя* (бесцельные, хаотичные движения как символ бессилия). Географическая карта становится своеобразным порталом, позволяющим хотя бы частично материализоваться России – единственной желанной для автора как репрезентанта социокультурного сознания русских эмигрантов стране. Трагедия утраты Родины как главная смысловая доминанта стихотворения концептуализируется в его финальной части за счет таких структур знаний, как сентенции, манифестирующие авторскую позицию: *Манила, Адриатика, Гренада – Нам не нужны; Не нужен целый свет...*; ценностная оппозиция *Одну страну, одну*

страну нам надо, Лишь ту – куда нам въезда нет. Бескомпромиссность авторской интенции, особая экспрессия и ультимативная интонация последних строк стихотворения достигаются посредством объективирующих вышеперечисленные структуры знаний языковых средств, среди которых определительное местоимение со значением «без исключения» *весь* (*Минуя все моря и все пустыни*); лексический повтор *Нам не нужны. Не нужен целый свет*; вторичное языковое образование *целый свет* (первичный текст – фразеологизмы *весь свет*, *Божий свет*); рефрен *Одну страну, одну страну*; антитеза *Лишь ту – куда нам въезда нет.* Данное стихотворение транслирует очень важную идею, вписанную в систему духовных координат автора, – идею сопричастности судьбе России, сопереживания ее испытаниям и потерям, вызванного неугасимой любовью к Родине, неподвластной времени и жестоким обстоятельствам, диктующим невозможность воссоединения с ней.

Таким образом, социокультурный концепт РОССИЯ в художественном дискурсе вербализирован с помощью изобразительно-выразительных средств, лексико-семантических полей и фразеологизмов, а также различных разноуровневых средств языка и ассоциативных связей, опирающихся на индивидуальный опыт коммуникантов.

Литература

Андерсен Л.Н. Одна на мосту. URL: litmir.me/175115.

Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта: Наука, 2010. 224 с.

Болдырев Н.Н. Исследование феномена человека как главная миссия когнитивной науки // Когнитивные исследования языка. 2016. № 26. С. 33-37.

Ломакина О.В. Фразеология в тексте: функционирование и идиостиль: монография; под ред. В.М. Мокленко. М.: РУДН, 2018. 344 с.

E.V. Ilyina (Tyumen, Russia)

Ural State University of Railway Transport, branch in Tyumen

LANGUAGE MEANS OF VERBALIZATION OF SOCIOCULTURAL CONCEPT RUSSIA (USING THE EXAMPLE OF INDIVIDUAL WORKS BY L.N. ANDERSEN)

The article provides a cognitive-discursive analysis of the sociocultural concept of RUSSIA, represented in the work of L.N. Andersen. In artistic discourse, the concept is verbalized using pictorial and expressive means, lexical and semantic fields and phrases, multi-level means of language and associative ties based on the individual experience of communicants.

Key words: concept, verbalization, artistic discourse, language consciousness.

О.Н. Колчина (Нижний Новгород, Россия)
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
on-kolchina@yandex.ru

КОГНИТИВНЫЙ ТЕРМИН *КОНЦЕПТ* В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В современном русском языке наблюдается тенденция пополнения общекнижной лексики за счет терминов. Терминосистема когнитивной лингвистики также может стать источником новых лексических средств русского языка. Цель данного исследования - проследить семантические особенности употребления лексемы *концепт* в современных российских политических публикациях. В статье анализируются найденные путем сплошной выборки контексты употребления лексемы, фиксируются возможные семантические сдвиги в ее значении.

Ключевые слова: когнитивная терминосистема, термин, политический дискурс, семантика, сема, концепт.

Одна из современных языковых тенденций в развитии современного русского литературного языка в настоящее время – проникновение терминов из определенного стиля в другие книжные стили и пополнение таким образом общекнижной лексики русского языка. Когнитивная терминосистема, развиваясь за счет исконной лексики (например, термины *знание, сознание, восприятие, память* и др. См. об этом Романова, Колчина 2022: 972-988), в свою очередь может стать источником книжной лексики современного русского языка.

Рассмотрим данный процесс на примере употребления когнитивного термина *концепт* в политическом дискурсе современной России. Выбор термина обусловлен его широкой употребительностью в когнитивных исследованиях. По данным корпуса, созданного на основе статей, посвященных проблемам когнитивной лингвистики, этот термин находится на втором месте по распространенности, абсолютное употребление термина – 4788 вхождений [Романова, Колчина, Куликова, Хоменко 2022: 88], следовательно, можно предположить выход данной лексемы за пределы научного дискурса.

«Краткий словарь когнитивных терминов» под общей редакцией Е.С. Кубряковой определяет *концепт* как «термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [КСКТ 1996: 90]. Этимология сближает лексемы *концепт* (латинского происхождения) и *понятие* (исконно русского происхождения). В «Проектном словаре-справочнике когнитивных терминов» приводится целый ряд синонимов: *смысл, ментальные репрезентации категории, единица сознания, ценностно нагруженная единица, единица ментального лексикона, ментальная репрезентация категории, формат знания, единица оперативной памяти, квант знания, единица культуры* [Романова, Колчина, Куликова, Хоменко 2022: 88]. Общая сема у данных синонимов – ‘отнесенность к ментальной сфере человека’.

В «Новом словаре иностранных слов» *концепт* – это замысел, идея, лежащая в основе научного построения [Захаренко, Комарова, Нечаева 2003]. Среди толковых

словарей русского языка лексему *концепт* фиксируют только «Толковый словарь русского языка» Д.Н. Ушакова и «Большой толковый словарь русского языка» С.А. Кузнецова, дефиниции схожи: ‘понятие’, ‘представление’ [ТСУ 1935-1940; БТС 2000: 454], хотя в «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова слово имеет помету – «филос.». Итак, можно сделать промежуточный вывод, что в русском языке слово *концепт* бытовало уже в начале XX века, но ограниченно: в терминосистеме философии, и появилось снова уже в 2000-х гг.

Обращение к текстам политической направленности объясняется близостью их авторов элитарному типу речевой культуры, по мнению В.И. Карасика [Карасик 2002: 12], что подразумевает образованность, интеллектуальность, высокий уровень культуры, как общей, так и речевой [Сиротинина 2001]. Следовательно, для речи политика, в том числе письменной, должна быть характерна ориентация на демонстрацию высокого интеллектуального уровня, что реализуется в использовании книжной лексики в официальных выступлениях, публикациях.

В качестве материала исследования были взяты новостные и аналитические статьи, размещенные на официальных сайтах разных политических партий России, которые зарегистрированы на сайте Министерства юстиции Российской Федерации (см. <https://minjust.gov.ru/ru/pages/politicheskie-partii/>). Общее число текстов, собранных в коллекцию, – 160 (коллекция размещена на сайте НИУ ВШЭ <https://nnov.hse.ru/human/linguistics/slovar/publ/>); они были опубликованы в период 2010 – 2021 гг. Лексема *концепт* употребляется в 13 статьях.

Анализ данных словоупотреблений показал следующие смысловые оттенки слова *концепт*.

В ряде статей лексема употребляется в значении, зафиксированном в «Толковый словарь русского языка» Д.Н. Ушакова и «Большом толковом словаре» С.А. Кузнецова, – ‘общее понятие, общая идея’, ‘представление’. Ближайшие контексты: *проработывать концепт, концепт работы, посмотреть представленный концепт, разработанный концепт, концепт становления демократии*. Например: «Хочу обратить ваше внимание, что мы представляем вам наше видение, **концепт** работы Партии по поддержке ваших инициатив. Прошу вас после нашей встречи посмотреть представленный нами **концепт** и, как профессионалы своего дела, внести свои замечания и предложения по работе данного проекта. Все предложения будут тщательно проанализированы до официального утверждения проекта на Президиуме Генсовета Партии» («Единая Россия» запускает новый проект по поддержке региональных НКО 13.08.2018 г. https://er.ru/activity/news/edinaya-rossiya-zaruskajet-novuj-proekt-po-podderzhke-regionalnyh-nko_170586). В цитированном отрывке анализируемое слово употребляется в значении ‘идея’, т.к. имеет контекстуальный синоним видение в значении ‘восприятие, представление’, сочетание с лексемами *работа, представленный* подтверждает этот вывод.

Лексема *концепт* может иметь отыменные определения: *цивилизационный концепт, бесконечные концепты, концепт-проект*: «Об этом сообщила вице-премьер Татьяна Голикова на открытии в Государственной Думе выставки победителей конкурса **концепт-проектов** домов для пожилых людей» (Голикова Т.А. Бюджет выделяет 41,7 млрд рублей на модернизацию домов престарелых 19.09.2019 г. <https://er.ru/activity/news/byudzhzet-vydelyaet-417-mlrd-rublej-na-modernizaciju-domov-prestarelyh-golikova>). В этом случае наблюдается сдвиг в семантике слова в сторону гипонимии, т.к. оно обозначает уже не общее понятие, а конкретные разработки некоторой идеи.

Также данная лексема приобретает антоним: *серьезный концепт – общие слова: «Там есть концепт, причем серьезный, не общие слова»* (Политики и эксперты: Путин избавляет Россию от социальных и политических стрессов 23.01.2012 г. https://er.ru/activity/news/politiki-i-eksperty-putin-izbavlyayet-rossiyu-ot-socialnyh-i-politicheskikh-stressov_72506). Противопоставление в настоящем контексте также свидетельствует о сдвиге в семантике: хотя исходное общезыковое значение ‘общее понятие’, предпочтительными оказываются конкретные идеи, что выражено при помощи прилагательного *серьезный*, значения которого содержат семы ‘вдумчивый’, ‘значительный’, ‘заслуживающий внимания’ [МАС 4: 84].

В одном контексте лексема *концепт* реализует значение, как представляется, близкое терминологическому. Ближайший контекст включает слова *ценностный, ценности* в значении ‘предметы, явления, важные для культуры, духовной жизни народа’ [МАС 4: 640]: *«Все включено в определенный ценностный концепт, подчеркнуты традиционные ценности – семья, необходимость сохранять те институты, которые пользуются доверием общества»* (Орлов Д.И. Путин дает ответ на конкретные запросы граждан – политолог 12.12.2013 г. <https://er.ru/activity/news/putin-daet-otvet-na-konkretnye-zaprosy-grazhdan-politolog>). Т.к. терминологически *концепт* связан с обозначением работы сознания, отражающего знание и опыт человека, то в данном случае происходит пересечение общезыкового и терминологического значений лексемы в семе ‘духовная жизнь’, подразумевающей знание и опыт человека как представителя какого-либо народа. Когнитивный термин выступает в более обобщенном значении – ценностная информация, но связь с семой ‘ментальная сфера человека’ прослеживается достаточно ясно.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы о семантике слова *концепт* в современном российском политическом дискурсе:

1. Лексема в большей части контекстов употребляется в общенародном значении ‘понятие’, ‘идея’. Однако можно отметить активизацию данного слова, вызванную как распространением когнитивных исследований, так и, возможно, влиянием английского языка, в котором слово *concept* имеет то же значение [CD].
2. В политическом дискурсе происходит сужение значения указанной лексемы: ‘конкретная идея’, ‘разработка’.
3. Одно из словоупотреблений близко к терминологическому, называя часть / единицу духовного опыта человечества.

Таким образом, можно говорить о начальном этапе проникновения когнитивного термина в политическую речь, что, возможно, приведет к его более широкой известности и употребительности в книжной речи вообще.

Словари

Большой толковый словарь русского языка. / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: «НОРИНТ», 2000.

Захаренко Е.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В. Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний. М.: «Азбуковник», 2003.

Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. фак. МГУ, 1996.

Словарь русского языка: в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1985-1988. Т.4.

ТСУ – Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. (4 т.).

CD – Cambridge Dictionary URL:
<https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/concept>.

Литература

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.

Романова Т.В., Колчина О.Н. Русскоязычные когнитивные термины как результат интегративных процессов в научном дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 972-988.

Романова Т.В., Колчина О.Н., Куликова В.А., Хоменко А.Ю. Проектный словарь-справочник когнитивных терминов: Учебное пособие/ Под общей редакцией Т.В. Романовой. Нижний Новгород: ДЕКОМ, 2022.

Сиротинина О.Б. Элитарная речевая культура и хорошая речь // Сиротинина О.Б., Кузнецова Е.В., Дзякович Е.В. и др. Хорошая речь. Коллективная монография. Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, 2001. С. 222-228.

O.N. Kolchina (Nizhny Novgorod, Russia)

National Research University Higher School Of Economics

COGNITIVE TERM CONCEPT IN MODERN RUSSIAN POLITICAL DISCOURSE

In modern Russian, there is a tendency to replenish the general vocabulary at the expense of terms. The term system of cognitive linguistics can also become a source of new lexical means of the Russian language. The purpose of this study is to trace the semantic features of the use of the concept lexeme in modern Russian political publications. The article analyzes the contexts of the use of the lexeme found by the method of continuous sampling, fixes possible semantic shifts in its meaning.

Key words: cognitive term system, term, political discourse, semantics, seme, concept.

Н.И. Комкова (Тула, Россия)

*Тульский институт управления и бизнеса имени Н.Д.Демидова
lingvo_2012@mail.ru*

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА ПУТЬ В ПРОЗЕ Б.В. ШЕРГИНА

Статья посвящена изучению концепта ПУТЬ как семантически значимой части концептосферы Б.В. Шергина в целом. На материале прозы разных лет выявлено, какие лексемы участвуют в репрезентации концепта, как они отражают философское осмысление жизненного и нравственного пути человека с его заблуждениями и подвигами, поражениями и победами.

Ключевые слова: концепт ПУТЬ, лексема, концептосфера, язык писателя, язык поморов, художественный текст, когнитивный подход к языку.

С позиции когнитивной лингвистики основополагающим элементом любого произведения всегда выступает концепт, представляющий собой сопряженность эквивалентных элементов [Комкова 2021: 98]. Для рассмотрения концептосферы как целостного объекта текста художественной литературы необходимо изучить каждый

отдельный концепт [Ломакина 2019: 781], а также их совокупность в унифицированном семантическом единстве [Комкова 2021: 100].

Культурное наследие целого этноса обычно отражается в произведениях авторов данного края, включая все его топические характеристики [Ломакина 2021: 172]. Проза Б.В. Шергина является непосредственным отражением культуры Архангельской земли и неразрывно связана с его этнографическими особенностями, а также нравственными и духовными референциями [Комкова 2021: 75].

Путь для поморов не столько дорога в неизведанные края, сколько сама жизнь, ее постижение, выбор близкого сердцу ремесла, которое и есть путь, изведанный благодаря «истинно великой мудрости, рожденной самим существованием земным» [Горелов 1983: 10], поэтому концепт ПУТЬ является одним из основополагающих в концептосфере Б.В. Шергина.

Цель статьи заключается в изучении лексических средств концепта ПУТЬ в рассказах Б.В. Шергина посредством тех или иных репрезентантов.

Материалом изучения являются такие произведения писателя, как «Двинская земля», «Любовь сильнее смерти», «Ингвар», «Ваня Датский».

В выбранных для анализа произведениях превалирующим лексическим репрезентантом концепта ПУТЬ служит одноименная лексема, которая в «Словаре русского языка» выступает в семи лексико-семантических вариантах: '1. Полоса земли, служащая для езды и ходьбы; дорога. 2. Место для прохода, проезда. 3. Железнодорожная колея, линия. 4. *Мн. ч. (пути, =ей). анат.* Орган в виде канала, в котором совершается какая-либо деятельность. 5. Передвижение куда-либо; поездка, путешествие. 6. *Перен.* Направление деятельности, развития чего-либо; средство, способ достижения чего-либо 7. *Разг., устар.* Польза, прок, толк' [МАС: 134].

Концепт ПУТЬ представлен в прозе Б.В. Шергина в шестом и седьмом значениях, зачастую отождествляясь для писателя не просто с выбором жизненного пути и овладением любимым ремеслом, приносящим пользу родному краю, а с физическим и моральным ростом человека, ведь «именно понимание и изучение языка как средства познания мира, формирования и выражения мысли, хранения и организации знания в человеческом сознании, обмена знаниями и лежит в основе когнитивного подхода к языку» [Болдырев 2021: 14]. Изучения концепта должно быть в неразрывной связи с его семантическим и художественным восприятием, необходимым для понимания концептосферы писателя в целом [Комкова 2022: 128].

Вообще концепт ПУТЬ в прозе Б.В. Шергина является неким открытием чего-то неизведанного, как правило, связанного с поисками себя в этом мире, личностным ростом. Так, в рассказе «Двинская земля» *путь* дарует корабельщикам сухопутный проезд для промысла и сбыта товаров за счет превращения вод Гандвига во льды. Новая дорога сопряжена в рассказе с заменой власти, эквивалентной приходу XX века: «свершился не только режим иной» [Горелов 1984: 8], но и изучение старого направления создается совсем по-другому. Растут умения славного народа Архангельского. Добыча и дела торговые спорятся быстрее: «Дальше заведется вечер-полуночник, он дождь **переменит** на снег...да **пойдет** снег **велик**...**реки станут** и саням – **путь**... народная власть **распахнула** ворота и на восток, **указала Великий Северный путь**» («Двинская земля»). «Последовательное чередование глагольных форм» [Лихачев 2014: 206] *переменит, пойдет, станут, распахнула, указала* позволяет читателю понять, что для поморов начинается новая эпоха, затрагивающая их знания, умения, средства и способы пропитания. Краткая форма устаревшего адъектива *велик* приближает возможность освоения всего неизведанного,

дарующего небывалое развитие промыслу, изученному ранее. Лексема *путь* выступает в данном рассказе в значении 'изменение способов достижения в направлениях деятельности, приносящих пользу', т.е. в «сращенной семантизации двух и более толкований» [Зализняк 2010: 155].

Дорога для героев Б.В. Шергина всегда сопряжена с осознанием своих поступков, признанием правых дел или вины, желанием искупить свои самые сокровенные заблуждения. В рассказе «Любовь сильнее смерти» Кирик, каждую минуту жизни своей раскаивается в гибели брата названного Олеша, которого не уберет от пучины морской, потому что втайне понадеялся при отсутствии соперника добиться благосклонности прекрасной Моряшки. Свадьба с возлюбленной не принесла герою ничего, кроме мук совести по безрассудному ушедшему товарищу. И все желания заменило в нем одно чувство – поскорее встретить Олешу после смерти своей и снискать его прощения, поэтому он отправляется сразиться с варягами, нападающим на поморские села, хотя заведомо предчувствует свою трагическую кончину: «*Кирик благословил путь ...Мы с тобой, Олеша, поплывем в светлый путь... где вкушают покой души добрых и храбрых. Там летают вечные сполохи, туда прилетают легкокрылые гуси беседовать с мертвыми*» («Любовь сильнее смерти»). Глагол *благословил*, прилагательные *добрых, храбрых, вечных* и субстантивированное прилагательное *мертвыми* помогают писателю передать незабываемость и вечность братской дружбы, победившей все невзгоды, даже саму смерть. Лексема *путь* репрезентирована в значении 'трансформация жизненных ценностей и осознание возможности исправить прошлые заблуждения'.

Сам по себе жизненный путь героев в прозе Б.В. Шергина может петлять и извиваться под земными невзгодами, но истинно поморская душа всегда отыщет яркий свет маяка и поплывет к нему по седым волнам бескрайнего моря. Это чистое сердце может слыть родом из далеких земель, но всегда будет помыслами и деяниями своими стремиться к ставшим такими родными соловецким верфям Поморского края. В рассказе «Ингвар» главный герой, «свеянин», т.е. швед по происхождению, выступает против моряков, с которыми он приплыл, защищая женщин и детей в Соловецке. Он остается жить на послушании у местного игумена Филиппа до самой смерти, своими делами заслужив звание «сердобольный Игорь»: «*Свеяне, будучи нетверды в соловецком знании, потеряли путь... Ингвар остался и принял имя Игоря*» («Ингвар»). Краткая форма адъектива *нетверды*, глаголы *остался, принял* и трансформация «имени варяжского бога плодородия, *Ингвар*, на славянский манер» [Горелов 1984: 9] создают нравственную картину непоколебимого раскаяния героя и желания его остаться в полюбившихся сердцу краях. Лексема *путь* выражена в рассказе в значении 'обретение и осознание себя далеко от дома в новом качестве'.

Для «мужа поморского» [Горелов 1983: 10] понятия пути и родного очага нерасторжимы, ведь любая дорога, полная опасностей и тревог, должна завершаться встречей с родным взглядом материнских глаз, воспоминание о которых поможет постичь и преодолеть суровый плен заблуждений и невзгод. В рассказе «Ваня Датский» главный герой, мечтавший научиться корабельному делу, сбежал в Данию от матери Аграфены Ивановны, боявшейся, что сын пропадет на чужбине, на долгие двадцать лет. И, хотя Иван за эти годы не раз ходил в кругосветное плавание, многое успел постичь в морской хитрости, обзавелся семьей и кровом, сердце его всегда стремилось к Аграфениному дому, не посетив который вновь, он никак не мог обрести подлинного счастья: «*Иванушко волей-неволей вспоминал материны песни-былины. Видно, скопились старухины слезы...упали дождем на сыновнее*

сердце... Тут по весне напала на него печаль необычная...: "Маму бы повидать!.." Жена собрала Ваню в *путь*» («Ваня Датский»). Метафорические словосочетания *материны песни-былины, старухины слезы, сыновнее сердце, печаль необычная*, а также существительное *мама*, употребленное в своем «диалоговом, как правило, разговорном воспроизведении» [Зализняк 2010: 53] позволяют писателю передать непроходящую тоску сына по теплу материнских рук. Лексема *путь* выступает в значении 'счастье, достигнутое в стенах родного дома'.

Таким образом, концепт ПУТЬ в различных произведениях Б.В. Шергина представлен в значении 'направления развития жизненных идеалов через сомнения, заблуждения и их преодоление, дарующее покой и истинное счастье', максимально приближен к когнитивной репрезентации: от понимания моральных ценностей как прецедентных единиц до познания и осознания человеком самого себя на неизведанных просторах Поморского края.

Словари

МАС – Словарь русского языка: в 4-х т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1981-1984. Т. 3. П-Р. 736 с.

Литература

Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2021. 236 с.

Горелов Ал. Поморское узорочье // Шергин Б., Писахов С. Сказы и сказки. М.: Современник, 1983. С. 6-15.

Горелов Ал. «Словесный жемчуг» Бориса Шергина // Шергин Б. Повести и рассказы. Л.: Лениздат, 1984. С. 3-9.

Зализняк А.А. Из заметок о любительской лингвистике. М.: Русский Мир, 2010. 240 с.

Комкова Н.И. Лексико-фразеологическое пространство художественной прозы Б.В. Шергина: дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 217 с.

Комкова Н.И. Роль прозы Б.В. Шергина в репрезентации Северного текста // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2022. №1 (37). С.127-137.

Лихачев Д.С. Заметки о русском. М.: Колибри, 2014. 302 с.

Ломакина О.В. Концептуализация общечеловеческих ценностей в пословицах (на материале русского, узбекского и таджикского языков) // Когнитивные исследования языка. 2021. № 3 (46). С. 172-175.

Ломакина О.В. Фразеологические средства вербализации концепта «смерть» в творчестве Л.Н. Толстого // Когнитивные исследования языка. 2019. Вып. XXXVII. С. 780-785.

N.I. Komkova (Tula, Russia)

Tula Institute of Management and Business named after N. D. Demidov

LEXICAL MEANS OF REPRESENTATION OF THE CONCEPT *PATH* IN THE PROSE OF BORIS SHERGIN

The article is devoted to the study of the concept *PATH* as a semantically significant part of the conceptosphere of Boris Shergin as a whole. It was revealed which lexemes are involved in the representation of the concept based on the material of prose from different years, how they reflect the philosophical understanding of the life and moral part of a person with his delusions and exploits, defeats and victories.

Key words: the concept of *PATH*, lexeme, conceptosphere, writer's language, pomor language, literary text, cognitive approach to language.

М.Н. Коннова, И.Д. Нахрачев (Калининград, Россия)
Балтийский федеральный университет им. И.Канта
mkonnova@kantiana.ru, i.nakhrachev@gmail.com

МЕТОНИМИЧЕСКИЕ ОККАЗИОНАЛИЗМЫ В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ: ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ

На примере устных футбольных комментариев рассматриваются особенности функционирования отыменных метонимических окказионализмов в спортивном дискурсе. Актуализируя устойчивые ассоциации, связанные с прецедентными именами, метонимы способствуют семантической конденсации, многократно усиливая экспрессивность речи.

Ключевые слова: метонимия, спортивный дискурс, ценность, отыменные существительные, окказионализм.

Классическое определение метонимического сдвига связано с транспозицией имени предмета или класса предметов на другой предмет (класс), основанием для которой служат ассоциации по смежности. Понятие смежности охватывает разнообразные типы вовлеченности в общее ситуативное пространство, к которым, наряду с явлением пространственной сопряженности, относятся временные, функциональные, инструментальные, логические (символические), причинно-следственные и иные зависимости.

Метонимия имеет глубокое когнитивное основание. В.И. Харциев называл метонимию «универсальной привычкой мысли», склонной фиксировать не только близость или тождество представлений, но и отношения (связи) между ними. Основой языковой метонимии является «переход мысли от более конкретного к более отдаленному, отвлеченному значению, замена ближайшим по времени восприятием того, что доходит до сознания после» [Харциев 1911: 378]. Информация, сохраняемая в долгосрочной памяти в виде цепочки микроблоков знания о сопряженных событиях, «извлекается» по метонимическому принципу в том случае, если один из фрагментов этого событийного ряда является психологически «выделенным». Запоминаясь более остальных, он выступает в роли «представителя» или «заместителя» всего события. Автоматизация, характеризующая процесс понимания в рамках повседневных коммуникативных ситуаций, делает метонимические переносы подобного рода широко распространенными в силу их когнитивного удобства.

Как отмечал Р. Якобсон, отношения синтагматики (смежности) и парадигматики (близости, сходства), соответствующие явлениям метонимии и метафоры, пронизывают все возможные сферы знаковой деятельности – не только в основанном на образном мышлении искусстве (литературе, живописи, кинематографе, музыке, архитектуре), но и в иных, внеэстетических сферах бытия. Если метафору, фиксирующую подобие несопоставимого и сходство физически разобщенных явлений, Р. Якобсон считал основой поэтического видения мира, то метонимия связывалась им с прозой. Привлекая внимание читателя посредством расчленения (разделения) целого на примыкающие, сопредельные сегменты – звенья одной событийной цепочки или элементы одной картины, метонимия способствует линейному развертыванию прозаического текста [ср. Якобсон 1990]. Ассоциативная смежность присуща самой природе языка, представляющего собой систему знаков, упорядоченных по принципу кода. Связи метонимического типа возникают на семантическом уровне, когда в отношении сопряженности вовлекаются отдельные элементы значения – семы [Рунова 2007].

В рамках когнитивного направления метонимическое сопряжение явлений понимается как разновидность концептуального проецирования, в ходе которого одна концептуальная сущность (entity) – цели (target) становится доступной для понимания через посредство другой концептуальной сущности – источника (vehicle, source). В отличие от метафоры, вовлекающей несоприкасающиеся ментальные области, метонимическое проецирование осуществляется в рамках одного домена или идеализированной когнитивной модели. Основой для сопряжения областей цели и источника становится ассоциативная связь *A* вместо *B* в рамках макромоделли «целое – часть», среди разновидностей которой отношения «часть – часть», «целое – часть», «часть – целое» [Рунова 2007].

Отличие метонимии и метафоры состоит и в направлении абстрагирования: метафора увеличивает «концептуальный вес» понятия посредством преодоления границ между категориями и сопрягая иерархически равноположенные ментальные сущности; в основе метонимии лежит расщепление на признаки (*contraction*), в результате которого в фокусе внимания оказывается наиболее выделенный, психологически значимый в момент речи фрагмент концептуальной области или домена. Второстепенная в буквальном значении слова область концепта становится центральной в значении метонимическом.

Единая ментальная сфера, части которой ассоциативно сопрягаются при метонимической транспозиции, представляют собой матрицу доменов (domain matrix) [Croft 1993]. Свойственные ей гибкость и маневренность, позволяют когнитивной матрице объединять знания о разнородных аспектах одного явления. Организация элементов внутри матрицы не подчиняется иерархическому принципу, что отличает ее от фрейма, в структуре которого присутствуют как обязательные (вышестоящие), так и факультативные (нижестоящие) компоненты (слоты). Элементы когнитивной матрицы обеспечивают доступ к различным концептуальным сферам, ни одна из которых не является строго обязательной или играет роль когнитивной доминанты по отношению к остальным [Болдырев 2016].

Концептуальная свобода, характерная для метонимии, позволяет ей участвовать в активном речепорождении, создании новых, оригинальных словоупотреблений, часто носящих окказиональный характер. В настоящей статье метонимические образования подобного рода рассматриваются на материале спортивного дискурса, а именно устных футбольных комментариев. В отличие от текстовой трансляции, спонтанный комментарий не имеет сценария, будучи мгновенной реакцией на события по мере их возникновения [Beard 1998: 61]. Непредсказуемость, присущая футболу как виду спорта, позволяет спортивным комментаторам выходить за рамки стандартного футбольного жаргона, привносить в свою речь особый колорит, создавая «весьма яркий и живой язык» [Leigh, Woodhouse 2005: 7].

Среди метонимических окказионализмов широко распространены лексемы, основу которых составляют имена собственные. Отсылая к прецедентному образу известного футболиста, они высвечивают, как правило, лишь одну из присущих игроку характеристик, фокусируя внимание на качестве, психологически значимом в момент речи. Ср.:

(1) [Розыгрыш штрафного] *Низом! Все решили играть так теперь. После вчерашнего Копмейнса они решили давать Копмейнса в каждом матче* (Португалия – Марокко, 10.12.22).

Фамилия нидерландского футболиста Т. Копмейнса (Т. Коормейнса) служит в примере (1) для метонимического представления ситуации одного из

предшествующих матчей, а именно игры между сборными Аргентины и Нидерландов, в ходе которой благодаря розыгрышу Т. Копмейнерсом стандартного положения низом сборная Нидерландов сравняла счет. В речевом контексте комментария сложная когнитивная матрица, соответствующая образу нидерландского игрока, максимально «сужается» – из нее выхватывается лишь одно действие – удачный розыгрыш мяча. Подобная фокусировка возможна лишь в краткосрочной перспективе, пока событие сохраняет характер прецедентного.

Отыменной метоним может отсылать к устойчивому качеству игрока, и временной горизонт понимания окказионализма увеличивается. Ср.:

(2) *Дальше Диогу Далот теряет мяч. Вот дальше Диогу Далоту не хватило канселовости* (Португалия – Марокко, 10.12.22);

(3) *У Сержиньо прекрасный удар. У него не очень много забитых мячей в карьере, несмотря на то, что он крайний атакующий защитник, очень техничный, но все-таки вот такой дальний удар – это не совсем дестовая история* (США – Уэльс, 21.11.22);

В примере (2) существительное *канселовость*, образованное от имени португальского футболиста Ж. Кансело (J. Cancelo), указывает на качество, сделавшее игрока известным – высокую техничность. В примере (3) прилагательное *дестовая*, производное от фамилии американского защитника С. Деста (S. Dest), описывает манеру игры футболиста; ситуативное значение выражения *не совсем дестовая история* раскрывается только ближайшим внеязыковым контекстом – удар наносится из-за пределов штрафной площади.

Фокусировка внимания на определенных фрагментах когнитивной матрицы, в рамках которой осуществляется метонимическое проецирование, всегда осуществляется с опорой на фоновые знания аудитории. Только в этом случае возможна целостная интерпретация окказионализма, понимание не только его буквального, но и переносного значения, осложненного различными, в том числе ценностными смыслами. Ср.:

(4) *Аттият-Алла. Вот какая самоотверженность. Еще один парень из «Видадо». Еще один реграгиевец* (Португалия – Марокко, 10.12.22).

Основу субстантива *реграгиевец* составляет фамилия В. Реграги, тренера сборной Марокко, под руководством которого команда добилась своего лучшего результата, став первой африканской сборной, вышедшей в полуфинал чемпионата мира по футболу. Суффикс *-ец-*, традиционно именующий лицо по принадлежности к определенному пространству – географическому (напр., *испанец*) или социальному (напр., *спартаковец*), указывает здесь и на качество – свойство личности, связанное с эпонимом *Реграги*. Ближайший контекст – восклицание *Вот какая самоотверженность* – эксплицирует ассоциативное содержание эпонима, сообщая высказыванию ценностное звучание.

Проведенный анализ свидетельствует о широкой вовлеченности метонимического проецирования в процесс образования отыменных окказионализмов в спортивном дискурсе. Метонимы, маркирующие аксиологически значимые свойства игроков (мастерство, преданность команде, самоотверженность), придают индивидуальным качествам типический, универсальный характер. Неожиданность, новизна, оригинальность возникающих слов и словосочетаний усиливают выразительность речи говорящего, сообщая ей необходимую в условиях живого устного комментария экспрессивность.

Литература

- Болдырев Н.Н. Когнитивная природа языка: сборник статей. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016.
- Рунова Н.В. Когнитивные основы образования новых метонимических значений существительных (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
- Харциев В. Элементарные формы поэзии // Вопросы теории и психологии творчества. Т. I. Харьков: Типография «Мирный труд», 1911. С. 347-398.
- Якобсон Р. Два аспекта языка и два типа афатических нарушений // Теория метафоры. М.: «Прогресс», 1990. С. 110-132.
- Beard A. The language of sport. London: Routledge, 1998.
- Croft W. The role of domains in the interpretation of metaphors and metonymies // Cognitive Linguistics. 1993. V. 4. P. 335-370.
- Leigh J., Woodhouse D. Football lexicon. Cambridge: Oleander Press, 2005.

*M.N. Konnova, I.D. Nakhrachev (Kaliningrad, Russia)
Immanuel Kant Baltic Federal University*

NOVEL METONYMIES IN FOOTBALL COMMENTARIES

Building on the sample of oral football commentaries we analyze cognitive and linguistic peculiarities metonymic expressions developed from precedent proper names. We demonstrate that metonymies actualize entrenched associations connected with famous footballers' names, thus promoting semantic condensation and contributing to the expressiveness of speech.

Key words: metonymy, sports discourse, proper nouns, occasional words, value.

*M.N. Konnova, S.E. Horokhorina (Kaliningrad, Russia)
Балтийский федеральный университет им. И.Канта
mkonnova@kantiana.ru, sofiahorokhorina@gmail.com*

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ ЭКСПЛИКАЦИЯ ТЕМПОРАЛЬНОГО ОПЫТА В ПОЭТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ: ЦЕННОСТНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

На примере стихотворения Э. Дикинсон «Time does go on...» рассматривается роль метафоры в экспликации аксиологического измерения индивидуально-авторского темпорального опыта. Актуализируя исходные смыслы конвенциональной метафоры движущегося времени в контексте категории познания, поэтесса сопрягает темпоральный опыт с ценностным опытом веры.

Ключевые слова: темпоральный опыт, метафора, поэтический дискурс, Э. Дикинсон.

Опыт является исходной и неопровержимой реальностью человеческого бытия. Каждый конкретный человек обладает личным опытом, в котором объективное знание, типичное и универсальное в своей всеобщности, осознается как уникальный индивидуально-авторский опыт освоения и переживания бытия [Пилюгина 2015: 200-201]. Интегральной частью опыта является опыт темпоральный, имеющий несколько измерений. С одной стороны, это так называемое «реальное время» – умопостигаемая, метафизическая сущность, которая является предметом физических законов на микроуровне человеческой реальности и макроуровне бытия мира. Другая грань темпоральности, условно именуемая «человеческим временем», являет собой отражение времени в сознании индивида, актуализируемое в форме разнообразных эпистемических установок, таких как убеждение («время идет»), знание («завтра

будет новый день»), или беспокойство («мы можем не успеть»). Эпистемы, исторически изменчивые, выражаются языковыми средствами, совокупность которых эксплицирует еще один тип темпоральности – «время в языке», изучаемое на уровне социальной реальности [Jaszczolt 2023].

Категоризация темпорального опыта, индивидуального и общественного, опосредована когнитивными моделями, различными по своей природе. К числу наиболее устойчивых инструментов освоения темпорального опыта относится механизм метафорического переноса, позволяющий уподоблять сложные, часто не наблюдаемые процессы зримым, интуитивно понятным явлениям. Метафорическая концептуализация времени сквозь призму конкретных, доступных физическому восприятию категорий опыта является следствием процесса опредмечивания мира, составляющего фундамент языковой деятельности [Malotki 1983]. Основанная на аналогии, метафора порождает синтетический, «параморфный» образ, в котором система временных отношений и признаков раскрывается в терминах иной, онтологически отличной области опыта, представляющей осмысляемый элемент или явление более эксплицитно [Гак 1998: 13].

В языке результаты метафорического осмысления темпорального опыта выражаются в конкретных образно-словесных формах – фигурах речи, позволяющих художественно именовать и характеризовать различные грани темпорального измерения бытия. Когнитивным основанием языковых метафор, многообразных по форме и содержанию, выступает ограниченное число базовых концептуальных метафор. Подобно аксиомам, они являются неотъемлемой частью когнитивной среды, в которой существует говорящий. Воспринимая высказывание в рамках целостного когнитивного контекста, адресат интерпретирует буквальное, эксплицитное значение и различного рода коммуникативные импликатуры для синтеза общего образного смысла [Tendahl, Gibbs 2008].

Метафоры времени, пронизывающие речь во всех типах дискурса, приобретают особое значение в художественном тексте, где они формируют не только бытийно-временное, но и ценностное измерение содержательного пространства произведения. Будучи проявлением творческого духа автора, поэтические метафоры отличаются оригинальностью, новизной и многозначностью. Преодолевая границы конвенциональной метафорической системы, они расширяют возможности языка и концептуального аппарата, позволяя читателю переосмыслить свой индивидуальный темпоральный опыт и по-новому взглянуть на ценности окружающего мира [Semino, Steen 2008: 233].

В настоящей статье аксиологический потенциал метафоры анализируется на примере стихотворения “Time does go on...” американской поэтессы Э. Дикинсон (1833-1886). Метафоричность – отличительное свойство ее поэзии: отвергнув общепринятые стереотипы мышления, она сближает несовместимое, сопоставляет несопоставимое, создавая метафоры, «ошеломляющие своей новизной и своей правдивостью... Стихи ее – тугие узлы метафор: они сцеплены между собой, одна ведет за собой другую – и так движется поэтическая мысль. Метафоры для Дикинсон – не украшение стиха, но его суть, суть мышления поэтессы, строй ее мышления» [Гаврилов 2007]. Оказиональные метафоры, придающие неповторимость ее художественному стилю, приоткрывают неожиданные грани ее индивидуально-авторского мировоззрения, эксплицируя ценностное измерение ее «концептуальной вселенной» [ср.: Freeman 1995: 645]. Конвенциональные, стертые метафоры

семантизируются, наделяются новыми смыслами, приобретают дополнительные контекстуальные семантические приращения.

В лаконичном пятистишии стихотворения “Time does go on...”, написанном около 1868 г., образ времени выступает символом непрестанных метаморфоз земного, неустойчивого бытия и одновременно – залогом надежды:

*Time does go on –
I tell it gay to those who suffer now –
They shall survive –
There is a sun –
They don't believe it now –.*

Эмфатическое утверждение первого стиха – *Time does go on* («Время [на самом деле] идет») – эксплицирует уже усвоенный лирическим героем внутренний опыт жизни как проживания событий, как перехода из одного состояния в другое. В стихотворении этот опыт раскрывается в психологическом ключе. За лаконичностью предложения скрывается эмпатия – способность сочувствовать тем, кто «здесь и сейчас» (*now*) испытывает страдание (*those who suffer*).

Трагический момент настоящего, фиксируемый во втором стихе наречием *now* («сейчас, теперь»), противопоставляется в третьей строке широкому плану будущего – *They shall survive* («Они выживут»). Категоричность модального глагола *shall*, сочетающего в своем системном значении семы неизбежности и должноствования, оттеняет убежденность говорящего в конечном преодолении страдания.

Онтологическая природа этой побеждающей страдание веры раскрывается в четвертой строке: *There is a sun* («Есть солнце»). Будучи аллюзией на стих 84 псалма – “For the Lord God is a sun and shield” (Psalm 84: 11), этот образ символически указывает на Того, Кому по природе свойствен свет – «превечный, бесконечный, существующий вне времени и пространства» [Лосский 2004: 287-288]. Неизменность невещественного Света, именуемого в Ветхом Завете «Солнцем правды» (англ. *the Sun of righteousness* [Malachi 4: 2]), оттеняется инвариантным значением постоянства, устойчивости, покоя, присущим пространственно-бытийной конструкции *there is* («есть»). В аксиоматичности четвертого стиха звучит убежденность обретенной веры, которая являет собой «осуществление ожидаемого и уверенность в невидимом» (Евр. 11: 1). В ее атемпоральном пространстве становится возможным преодоление ограниченности момента настоящего, на которое указывает трагический в своем нигилистическом отрицании заключительный, пятый стих – *They don't believe it now* («Они не верят этому сейчас»). Наречие *now*, вынесенное в сильную позицию конца строфы, вводит скрытую антитезу «сейчас vs. потом», имплицитно обозначая надежду и сообщая стихотворению открытое завершение.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что темпоральный опыт Э. Дикинсон, предельно субъективный и одновременно аксиоматично обобщенный, имеет отчетливое ценностное измерение. Метафоры, выражающие индивидуально-авторское видение мира, свидетельствуют о совершающемся в атемпоральном пространстве вечности преодолении временных границ бытия. Воспринявшая из родной для нее традиции «чувство сопричастности вечности и мужественный взгляд на жизнь» [Гаврилов 2007], Э. Дикинсон смогла выразить в своем творчестве момент пересечения вневременного с временем.

Литература

- Гаврилов А.Г. Переводы Эмили Дикенсон (Из дневников) // Эмили Д. Стихотворения. Письма. М.: Наука, 2007. С. 421-447.
- Гак В.Г. Языковые преобразования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. 768 с.
- Лосский В.Н. Очерк мистического богословия Восточной Церкви. Догматическое богословие. Киев: Изд-во им. свт. Льва, папы Римского, 2004.
- Молчанов В.И. Исследования по феноменологии сознания. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. 453 с.
- Пилюгина М.А. Взаимосвязь опыта и смысла в процессе интерпретации// Опыт и смысл. М.: ИФ РАН, 2015. С. 197-206.
- Freeman M. Metaphor making meaning: Dickinson's conceptual universe // Journal of Pragmatics, Vol. 24, Issue 1 (6). 1995. PP. 643-666.
- Jaszczolt K. M. Understanding Human Time. Oxford: Oxford University Press, 2023.
- Malotki E. Hopi Time. A Linguistic Analysis of the Temporal Concepts in the Hopi Language. Berlin – NY – Amsterdam: Mouton Publishers, 1983.
- Tendahl M., Gibbs R. Complementary perspectives on metaphor: Cognitive linguistics and relevance theory// Journal of Pragmatics Vol. 40 (2008). PP. 1823-1864.
- Semino E., Steen E. Metaphor in literature // The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought / ed. by R. W. Gibbs. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. P. 232-246.

*M.N. Konnova, S.Ye. Khorokhorina (Kaliningrad, Russia)
Immanuel Kant Baltic Federal University*

METAPHORICAL EXPRESSION OF TEMPORAL EXPERIENCE: AXIOLOGICAL DIMENSION

Building on the example of E. Dickinson's poem "Time does go on..." (ci. 1868) we discuss the role of metaphor in expressing axiological dimension of subjective temporal experience. We demonstrate that by actualising the original meanings of the conventional metaphor of moving time in the context of the category of cognition, E. Dickinson juxtaposes temporal experience with the axiological experience of religious faith.

Key words: temporal experience, metaphor, poetic discourse, E. Dickinson.

*Д.Ю. Костеева (Москва, Россия)
МИРЭА – Российский технологический университет
Российский университет дружбы народов
kosteevadaria@gmail.com*

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ АКАДЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена изучению того, как выбор языковых средств способствует формированию языковой личности преподавателя во французском академическом дискурсе. Результаты когнитивно-дискурсивного анализа французских фраз и выражений, наиболее часто употребляемых преподавателями, показывают сложную взаимосвязь между языком, познанием и социокультурной ролью педагога во французской образовательной среде.

Ключевые слова: языковая личность преподавателя, французский академический дискурс, когнитивно-дискурсивный анализ, образовательная среда.

Сфера образования с точки зрения лингвистики представляет собой обширное поле для исследований, отражающее разнообразие лингвокультурные и когнитивные особенности ее участников. Одним из главных представителей сферы образования выступает фигура преподавателя, которая является воплощением уникальной языковой личности во французском академическом дискурсе. Под языковой личностью преподавателя мы понимаем «личность, выраженную в языке (текстах) и через язык, <...> реконструированную в основных своих чертах на базе языковых средств» [Караулов 2014: 38]. Принимая во внимание представления о языковой личности таких ученых, как Г.И. Богин, В.И. Карасик, В.А. Маслова, А.П. Садохина и др., мы также отмечаем присущее ей взаимодействие с другими, осознание действительности посредством языка и умение встраиваться в социокультурные рамки. Для преподавателя такими рамками представляется академический дискурс.

В ходе обучения язык служит не только средством передачи знаний, но и инструментом, с помощью которого формируется языковая личность педагога [Хутыз 2018: 77]. Следовательно, изучение лингвистических средств дает возможность раскрыть процесс выстраивания языковой личности преподавателя и проследить, какой вклад она вносит в формирование академического дискурса. В данной работе в центре внимания оказывается коллективная языковая личность преподавателя или «совокупная языковая личность» [Сентенберг 1994: 15], представляющая собой собирательный лингвокультурный образ преподавателя XXI в. Основу исследования составляет когнитивно-дискурсивный анализ записей французской речи педагогов во время аудиторной работы с обучающимися, а также данные опроса, проводившегося среди преподавателей.

Речь преподавателя во французском академическом дискурсе отличается высокой степенью вариативности, обусловленной различными контекстуальными факторами, такими как преподаваемая дисциплина, демографические характеристики обучающихся, уровень образования и проч. [Седых, Бузинова 2019: 32-33]. Например, на уроке географии в средней школе преподаватель может использовать фразу *'Regardez la carte attentivement'* ('Внимательно посмотрите на карту'), чтобы задействовать зрительное восприятие информации обучающимися и стимулировать вовлеченность. Наоборот, на лекции по физике в университете фраза *'Prenons l'exemple du mouvement parabolique'* ('Рассмотрим пример параболического движения') инициирует сложную тему, задавая тон строгому аналитическому мышлению.

Кроме того, функции языка распространяются на создание ясности и последовательности в обучении. Фраза *'En d'autres termes'* ('Другими словами') служит связующим звеном между абстрактными понятиями и их пониманием учащимися, обеспечивая эффективную передачу знаний. Использование маркеров перехода, таких как *'Passons maintenant à l'étape suivante'* ('Давайте перейдем к следующему шагу'), поддерживает структурированный поток информации, направляя учащихся в процессе обучения.

Следует также отметить использование преподавателем маркеров вежливости, например, формального *'vous'* вместо неформального *'tu'*, что не только отражает культурные нормы, свойственные французской образовательной среде, но и устанавливает профессиональный контакт между преподавателем и обучающимися. При этом инклюзивное местоимение *'nous'* ('мы'), например, *'Nous allons aborder le*

sujet ('Мы поговорим о'), способствует созданию атмосферы совместного обучения, размывая границы между преподавателем и учащимся.

Любой язык содержит культурную и идеологическую составляющую, которая играет важную роль в формировании когнитивных рамок и систем убеждений [Eslami et al. 2023: 18]. В академическом дискурсе выбор языка преподавателем передает педагогическую идеологию и взгляд на мир. Так, фраза '*Selon différentes perspectives*' ('Согласно различным точкам зрения') иллюстрирует стремление преподавателя представить различные точки зрения, способствуя развитию критического мышления. Кроме того, преподаватели используют такие фразы, как '*Il est essentiel de noter que*' ('Важно отметить, что'), чтобы подчеркнуть основополагающие понятия, что направлено на создание прочной базы знаний обучающихся. Аналогичным образом, фразы типа '*Examinons les implications éthiques*' ('Давайте рассмотрим этические последствия') свидетельствуют о том, что преподаватель делает акцент на целостном понимании материала, способствующем всестороннему интеллектуальному росту учащихся.

Обращаясь к аудитории, преподаватель может использовать такие фразы, как '*Comme nous l'avons vu précédemment*' ('Как мы видели раньше'), '*Je vous propose d'examiner*' ('Я предлагаю изучить'). Они не только побуждают к исследованию и критическому анализу, но и усиливают роль преподавателя как авторитетной фигуры, направляющей обучающихся во время обучения. Иными словами, выбор преподавателем лингвистических средств выражения способствует сбалансированной динамике власти, при которой происходит обмен знаниями при сохранении структурированности учебного процесса.

Еще одной важной задачей преподавателя является формирование благоприятной образовательной среды. Использование таких фраз, как '*Je suis à votre disposition pour toute question*' ('Я в вашем распоряжении для любых вопросов'), '*N'hésitez pas à poser des questions*' ('Не стесняйтесь задавать вопросы'), способствует установлению контакта и открытому общению между преподавателем и обучающимися.

Таким образом, изучение языковой личности преподавателя в академическом дискурсе имеет важное значение для понимания его роли и влияния на образовательный процесс, поскольку он не только передает знания, но и выступает в качестве носителя языковой культуры, агента социокультурных норм и идеологий. Анализ языковых средств, используемых преподавателем, позволяет проследить как он адаптируется к различным ситуациям обучения, укрепляет свой авторитет и создает поддерживающую образовательную атмосферу. Кроме того, речь преподавателя отражает его педагогическую философию и влияет на культурные и идеологические аспекты обучения.

Литература

Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. 8-е изд., стер. М.: ЛИБРОКОМ, 2014. 264 с.

Седых А.П., Бузинова Л.М. Французская языковая личность: академический и хроматический дискурс. М.: ЛЕНАНД, 2019. 128 с.

Сентенберг И.И. Языковая личность в коммуникативно-деятельностном аспекте // Языковая личность: проблемы значения и смысла. Волгоград: Перемена, 1994. С. 14-25.

Хутиз И.П. Академический дискурс: культурно-специфическая система конструирования и трансляции знаний: монография. 3-е изд., стер. М.: ФЛИНТА: Наука, 2018. 176 с.

Eslami Z.R., Larina T.V., Pashmforoosh R. Identity, politeness and discursive practices in a changing world. // Russian Journal of Linguistics. 2023. V. 27. No 1. P. 7-38. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-34051>

D.Yu. Kosteeva (Moscow, Russia)
MIREA – Russian Technological University
RUDN University

TEACHER'S LANGUAGE PERSONALITY IN FRENCH ACADEMIC DISCOURSE

This paper aims to uncover how language choices contribute to the construction of the teacher's language personality in French academic discourse. The results of the cognitive discourse analysis of French phrases and expressions most frequently employed by teachers shed light on intricate interplay between language, cognition, and the sociocultural role of the teacher in the French educational environment.

Key words: teacher's language personality, French academic discourse, cognitive discourse analysis, educational environment.

О.В. Куныгина (Челябинск, Россия)
Южно-Уральский государственный
гуманитарно-педагогический университет
dagmara74@list.ru

ВЫРАЖЕНИЕ ЭМОЦИЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИМИ СРЕДСТВАМИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

В статье рассматриваются возможности модальных фразеологических единиц в создании «эмоционального портрета героя». Показано, что модальные фразеологизмы помогают писателю выразить многообразный спектр различных эмоций.

Ключевые слова: фразеологическая единица, модальный фразеологизм, семантика, коннотация.

Современная наука, поставившая в центр исследования человека, его богатый духовный мир, определяет понимание литературного текста как самостоятельную данность, организованную оригинальным смыслом и идеями, нашедшими свое выражение в авторских языковых и стилистических средствах. Именно поэтому особую значимость приобретает изучение тех или иных средств, использованных автором в его творчестве в целом или отдельных произведениях. Причина выбора поэтом или писателем определенной устойчивой единицы из огромного многообразия имеющихся в языке ресурсов – удивительная загадка, решить которую, как показала О.В. Ломакина, способен семантико-стилистический взгляд на произведение как отражение чувств и мыслей создателя того или иного произведения [Ломакина 2018].

Концептуальное содержание образа сложно и структурно: в него входит все, что относится к понятию, а также вербализацию культуры, истории, оценочных значений. Так, широко репрезентированный в русской фразеологии «концепт БОГ отражает ядро православной ментальности и главную ценность русской культуры, в нем воплощаются все самые высшие качества и моральные ценности для русского человека» [Иванов, Маслова, Мокиенко 2022: 13]. При этом среди наиболее частотных библеизмов в современном русском языке нет фразеологизмов с

компонентом *Бог* [Лепта библейской мудрости 2019: 2: 268-271], что говорит об их преимущественно небиблейском происхождении.

На примере повести М.А. Булгакова «Собачье сердце» можно проследить, каким роль играет эмоциональная составляющая в создании «многослойного образа» [Попова, Стернин 2001: 90].

В языке существует множество способов выражения эмоций, но модальные фразеологизмы имеют возможность передать широкий спектр субъективных ощущений. Например, устойчивые единицы типа *слава Богу, ради Бога, Бог в помощь, Боже мой!* и другие могут выражать отношения огорчения, возмущения, негодования и множество других эмоций. Помимо этого, модальные фразеологизмы способны выражать несколько модальных отношений и эмоциональных состояний. Характеристика таких модальных фразеологизмов связана с тем, что их содержательная структура зависит от контекста, интонации говорящего и речевой ситуации. Фразеологизмы обычно сопровождаются восклицательной интонацией, чтобы выразить их эмоциональную экспрессивность.

Модальные фразеологизмы очень сходны с междометиями, вводными и модальными словами. Если обратиться к морфологии, то такие единицы сходны с междометиями и модальными словами, а в предложениях имеют ту же синтаксическую функцию, что и вводные слова. Но при этом все они имеют общий признак: являются средством выражения оценки говорящего на событие, действие, состояние и т.д.

Способ использования модальных фразеологизмов в предложении и речи зависит от объема и трактовки модальных значений, а также от синтаксической организации. Как отмечает Ж.З. Мительская, если сравнивать модальные фразеологизмы с другими классами, то можно выделить их своеобразную функцию в речи в виду их субъективно-модальных отношений: они функционируют как модификаторы основной модальной классификации, выраженной глагольным наклонением [Мительская 2004:14].

Такие единицы сообщают различное дополнительное модальное значение в зависимости от содержания и цели предполагаемой коммуникации. Например, можно выделить несколько окрасок, которые придают единичное значение предложению: предположительность (может быть), подтверждение (одним словом), значение итога (в конце концов).

Имеются и такие единицы, которые представляют большой спектр коннотаций. Так, *Боже мой* может функционировать в предложении для выражения удивления, восхищения, уверенности, огорчения и др. *Черт возьми* в контексте разных предложений может иметь значение возмущения, радости, удивления, раздражения и т.п. *К черту* выражает разочарование, недовольство, отчаяние, пренебрежение и др.

Обозначенные субъективно-модальные значения приобретаются в зависимости от контекста и компонентами, которые входят в состав таких фразеологизмов.

Положительная или отрицательная оценка несет в себе абстрактный характер. В контексте каждого высказывания единицы модальных фразеологизмов конкретизируются, что позволяет также уточнить значения таких оценок.

Еще одним важным аспектом в различении эмоциональных отношений является интонация. С ее помощью легко различить смысловые оттенки в потоке речи. Например, фразеологизмы с компонентом *черт* приобретает в разных предложениях оттенок удивления, возмущения, раздражения, решительности или же восхищения.

Например, фразеологизм *боже мой* помогает выразить эмоции отчаяния, разочарования, испуга, огорчения.

«*Господи, боже мой, как больно!*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«*Боже мой!.. Какая погода... Ух... И живот болит. Это солонина, это солонина! И когда все это кончится?*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«*Вот это личность! Боже мой, на кого же ты нанесла меня, собачья моя доля?*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«*Бо-же мой! Воображаю, что теперь будет в квартире. Ну и что ж они?*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«*Боже мой, еще что-то! – закричал Филипп Филиппович, бросаясь к дверям*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»).

Модальные фразеологизмы с компонентом *черт*, как правило, помогают создать негативный эмоциональный тон, что объясняется семантикой этого стержневого компонента фразеологической единицы.

«*Вот, черт возьми. Не издох! Ну, все равно издохнет. Эх, доктор Борменталь, жаль пса! Ласковый был, хотя и хитрый*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«*Преображенский похлопал себя по крутой и склонной к параличу шее, – будьте спокойны-с. Если бы кто-нибудь, – сладострастно продолжал Филипп Филиппович, – разложил меня здесь и выпорол, – я бы, клянусь, заплатил бы червонцев пять... "От Севильи до Гренады..." Черт меня возьми... Ведь я пять лет сидел, выковыривал придатки из мозгов...*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»).

В структуре таких модальных фразеологизмов присутствуют местоимения разных разрядов (личные, притяжательные, указательные): *его, мой, с ним, ты*. В таких фразеологизмах местоимения несут обобщающий характер.

С помощью некоторых модальных фразеологизмов говорящий указывает на уровень достоверности сообщения, факта.

1. Уверенность или неуверенность говорящего в том, о чем сообщается, выражается с помощью оборотов *Бог даст, Бог знает, ей Богу, накажи меня Бог* и др. К таким единицам со значение уверенности относятся экспрессивные фразеологические выражения, используемые для подтверждения правдивости сообщаемой информации и представляющие собой клятвенные заверения: *видит Бог, Бог свидетель, как перед Богом* и др.

2. Согласие или несогласие в таких фразеологизмах дифференцируется в зависимости от контекста: полное согласие, категорическое несогласие (*черта с два*), вынужденное согласие, отказ-предостережение (*избави Боже, Боже сохрани*).

Модальные фразеологизмы являются неотъемлемой частью любого высказывания. Они связаны с отдельными частями предложения или с предложением в целом через сказуемое, что определяется рядом языковых причин. Эти единицы играют важную роль в выражении смысла каждого конкретного предложения. Работа модальных фразеологизмов в речи зависит от их характера и модального значения. Они являются необходимыми элементами, которые сочетаются с другими лексическими и грамматическими средствами для создания модальной природы каждой отдельной части предложения. Например:

«*О нет, нет, – протяжно ответил Филипп Филиппович, – вы, доктор, делаете крупнейшую ошибку, ради Бога, не клеветите на пса. Коты – это временно...*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«*Ну, Зина, ты – дура, прости Господи, – начал было Филипп Филиппович*» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«Вид его странен. Шерсть осталась только на голове, на подбородке и на груди. В остальном он лыс, с дряблой кожей. В области половых органов формирующийся мужчина. Череп увеличился значительно. Лоб скошен и низок. **Ей-богу, я с ума сойду!**» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«Двадцать пять лет, **клянусь Богом**, профессор, ничего подобного. Последний раз в 1899-м году в Париже на Рю де ла пэ» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»);

«– **Бог с вами**, голубчик, – отозвался хозяин. – Это спирт. Дарья Петровна сама отлично готовит водку» (М.А. Булгаков «Собачье сердце»).

Эти модальные фразеологизмы помогают передать значение клятвенного заверения и служат для подтверждения сказанного.

Следовательно, именно модальные фразеологизмы отражают различные эмоциональные и культурные аспекты отношения говорящего к реальности.

Эти фразеологизмы сохраняют некоторые лексические значения компонентов, содержащих модальность, а небольшая часть – это выражения, созданные из немотивированных для современного языкового сознания лексических и грамматических элементов, принадлежащих к прошлым эпохам языка (например, таким фразеологизмом является *боже упаси*).

Иерархическая структура модальных единиц определяется их содержанием. Обобщающая сема 'выражение отношения к высказыванию, к действительности' занимает вершину иерархии и остальные семы подчиняются ей, уточняя и конкретизируя значение. Семы, образующие фразеологическое значение, являются частью этой иерархии. Такие семы разделяются на главные, на основе которых они объединяются в семантические группы, зависимые и подчиненные. Помимо этого, существуют неповторяющиеся, единичные семы для определенного фразеологизма. При изучении семантики модальных фразеологизмов стоит учитывать еще и субкатегориальные семы.

Литература

Алефиренко Н.Ф. Проблемы вербализации концепта. Теоретическое исследование. Волгоград: Перемена, 2003. 96 с.

Иванов Е.Е., Маслова В.А., Мокиенко В.М. Наследие Библии в языках и культурах народов России и Беларуси. М.: РУДН, 2022. 406 с.

Лепта библейской мудрости: в 2 т. Могилев: МГУ, 2019. Т. 1. 288 с.; Т. 2. 308 с.

Ломакина О.В. Фразеология в тексте: функционирование и идиостиль. М.: РУДН, 2018. 344 с.

Мительская Ж. З. Семантическая организованность фразеологизмов модального класса. Челябинск: ЧГПУ, 2004. 153 с.

Попова З.Д., Стернин И.А. Концептосфера и семантическое пространство // Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Истоки, 2001. С. 88-91.

O. V. Kunygina (Chelyabinsk, Russia)

South Ural State University of Humanities and Pedagogy

EXPRESSION OF EMOTIONS BY PHRASEOLOGICAL MEANS IN A LITERARY TEXT

This article discusses the possibilities of modal phraseological units in creating an "emotional portrait of the hero". Modal phraseological units help the writer to express a diverse range of different emotions.

Key words: phraseological unit, modal phraseology, semantics, connotation.

К ВОПРОСУ О ВЕРБАЛИЗАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА РОДСТВО В РУССКОМ НАРОДНО-ПЕСЕННОМ СУБПРОСТРАНСТВЕ

В статье представлен концептуальный анализ названий родства как основных вербализаторов лингвокультурного концепта РОДСТВО народно-песенном субпространстве; установлены основные сценарные мотивы с опорными фольклоремами – названиями родства. В результате проведенного исследования отмечено, что лингвокультурный концепт РОДСТВО в фольклорных песенных контекстах является «отражателем» различных архетипов, а также ассоциативно сближается с иными концептами, как ДОМ, ЛЮБОВЬ, РАДОСТЬ и пр.

Ключевые слова: лингвокультурный концепт, номинация родства, народно-песенное субпространство, фольклорема, слово-символ.

Изучение языковых явлений, отражающих традиционные ценности, уклад жизни, нравственные установки, мировосприятие и культуру того или иного народа, издавна привлекали внимание лингвистов. Исследователи справедливо отмечают, что наиболее ярко и точно система культурных ценностей вербализируется в разных типах текстов, в частности фольклорных [Тер-Минасова 2000]. Русское народно-песенное субпространство является прочной основой для моделирования образа языкового этнического мышления, поскольку фольклорные образы «и лексика, используемая при их создании, представляют собой пусть и наиболее глубокий, «пассивный», но влиятельный слой концептуального содержания знака» [Кидямкина 2010: 45].

Для русского человека одними из наиболее значимых жизненных ценностей являются *род, семья, родители, родные*. Именно это обуславливает тот факт, что лингвокультурный концепт (далее – ЛК) РОДСТВО относится к так называемым «универсально значимым», базовым, ценностным, ключевым для русской культуры, отражающим как общепринятые, так и национально-специфические представления человека о тех или иных явлениях [Пименова 2013; Попова 2012]. Как ментальный феномен данный ЛК имеет семантику, воплощающую средствами языка представления об отношениях между членами одного рода / семьи, их социальных ролях, об устоях и традициях, сложившихся в русской повседневно-бытовой культуре.

Репрезентантами концепта РОДСТВО являются номинации родства (далее – НР), которые, по утверждению исследователей, являются ядерными единицами народно-песенного словаря и в структуре народно-песенного текста, как правило, выполняют функцию фольклорем [Срмоленко 1987: 8]. В народно-песенных контекстах НР-фольклоремы проявляют разную активность и входят в ассоциативно-образные и символические модели, метафорические обобщения, являющиеся воплощением законов поэтики. Они воплощают идейно-эстетические, социальные явления, а также помогают раскрывать внутренний мир человека через призму его вовлеченности во внутрисемейные (внутриродовые) отношения.

Цель нашего исследования – установить основные сценарные мотивы в фольклорных песенных текстах, в которых НР-фольклоремы являются базовыми, определить их связь со вторичными концептами, вербализированными в русском народно-песенном субпространстве.

Материалом для исследования послужили тексты народных лирических и обрядовых свадебных песен из сборника «Народные лирические песни» [НЛП 1961].

В лингвистических исследованиях неоднократно было отмечено, что НР-фольклоремы, приобретая особенные смыслы, становятся словами-символами определенных ситуаций, «базовыми единицами в формировании вторичной семы 'родство' – ассоциативной, социокультурной, опосредованной другими функциями людей в общественной практике» [Марфина 2022: 5]. Это определяет необходимость акцентирования исследовательского внимания на архетипических образах, сценарных мотивах, идеях, концентрирующихся в фольклорных, в частности песенных, текстах.

В народно-песенных контекстах прослеживается эксплицитная связь ЛК РОДСТВО с экзистенциальной идеей о семье-роде как основе счастья человека, его жизненной опоре: *Призадумалась, заплакала* [красна девица], *А заплакавши, слово молвила: «Хорошо тому жить на сем свете, У кого как есть отец и мать, И отец, и мать, и брат-сестра, Ах брат-сестра, что и род-племя! У меня ль, у красной девицы, Ни отца нету, ни матери, Как ни брата, ни родной сестры, Ни сестры, ни роду племени, Ни того ли мила друга, Мила друга полюбовника!»* [НЛП 1961].

Институт семьи у восточных славян имел большое значение как для отдельной личности, так и для общества в целом, что, безусловно, находит свое отражение в народно-песенном субпространстве. Так, в фольклорных лирических и обрядовых текстах представлена модель традиционной нуклеарной семьи, состоящей из супругов (отца, матери) и, как правило, разнополых детей, а также социально-бытовые роли ее членов: *Люди-то спросят: «Чей ходит такой?» Батюшка скажет: «Мой сын родной». Матушка-то скажет: «Я родила», Брателко-то скажет: «Я коня седлал», Сестрица-то скажет: «Я кудри завила»...; Андрей жену целует, Васильевич милует: «Душа моя Авдотьюшка, Сердце мое Никитишина! Роди ж ты мне сыночка, Роди сына у меня, А дочьерью у себя! Учи сына грамоте, А дочьерью шелком шить!»* [НЛП 1961].

В русской лингвокультуре образы родителей (матери, отца) ассоциативно связаны с ЗАБОТОЙ, ЛЮБОВЬЮ, РАДОСТЬЮ, БЕЗЗАБОТНОЙ, ЛЕГКОЙ ЖИЗНЬЮ: *«Вспородила родна матушка, Вспородила родна матушка, Вспоил-вскормил родной меня отец, Вспоил-вскормил родной меня отец (...); «Нет, сударь, не твоя, не твоя! Воля, воля – батюшки, Нега, нега – матушки!»* [НЛП 1961]. Неслучайно в лирических песнях распространены уменьшительно-ласкательные словоформы НР *мать, отец*, отражающие субъективную оценку, поддерживаемую позитивно оценочными эпитетами, как например, *дорогие, родимый: Дорогие мои матушка Да родимый батюшка! Ты сажай гостей нежданных, Всех по лавкам, всех по рядушкам!* [НЛП 1961].

При этом в лирических и свадебно-обрядовых песнях отражены и русские патриархальные устои, в соответствии с которыми дети подчиняются воле родителей, прежде всего, отца как главы семьи. Это касалось судьбоносных решений, как например, выбора спутника / спутницы жизни, определения дальнейшей судьбы: – *Мне не надо, мне не надо твоего ничего, Только надо: поди замуж за меня!* – *В этом воля не моя, воля батюшкина, Воля батюшкина, воля матушки моей;* – *Родимый мой батюшка, Ты подумай обо мне!* – *Думаю-подумаю – В монастырь, Катя, поди!* [НЛП 1961].

Примечательно, что отношение к членам семьи / рода лирического героя / героини передается в народных песнях посредством сочетаемости НР с эпитетами, имеющими ярко выраженную позитивную коннотацию, а НР,

обозначающие родителей, членов семьи мужа, контекстуально ассоциативно сближаются с оценочными эпитетами с негативной семантикой, сравним: *Ты приятный, желанный батюшко! Да кого же выбрал мне чуже-чуженина? У молодой у молодухи Три великие заботушки: (...) А другая-то заботушка – Что лихая свекровушка...* [НЛП 1961].

По нашим наблюдениям, в народных песнях актуализируются не только НР-фольклоремы, но и астральные, растительные, орнитологические символы (*красно солнышко – батюшка, белая береза – дочь, сокол – брат, лебедушка – матушка* и под.), которые наряду с сопоставлением явлений из человеческой жизни с реалиями и сущностями из мира природы являются еще и своеобразными (имплицитными и эксплицитными) знаками интимизации лирических образов членов семьи / рода: *Схожо красно мое солнышко, Родитель мой батюшка!*; «*Белая береза, Белая кудрявая! Куда ты клонишься? Куда поклоняешься?*» – «*Я туда клонюсь, Туда поклоняюсь, Куда ветер повеет.*» – «*Княгиня-душенька! Куда ладишься?*» – «*Туда я лажуся, Куда батюшко отдаст, С родимой матушкой!*»; *Не по реченьке лебедушка плывет, Не ко мне-то с горя матушка моя идет; Я об чем буду просить тебя, Просить буду, низко кланяться: Ты сходи-ко, сокол милый брат, На свой широкий двор, Обуздай ты ворона коня...* [НЛП 1961].

Проанализированный текстовый материал дает возможность дифференцировать несколько основных сценарных мотивов с использованием НР-фольклорем, которые можно назвать стереотипными:

– мотив **беззаботной жизни в родительском доме**, где до замужества девушка была окружена любовью и вниманием: *Поиграйте, девушки, Поколь весело у батюшки, У родимой своей матушки!* [НЛП];

– мотив **нежелания связывать себя брачными узами / покидать родительский дом**, как правило, у девушки связанный со страхами тяжелой жизни в семье мужа: *Расплакалась Марьюшка Перед своим родным батюшкой: «Ты родимый батюшка, (...) Не пропей меня, млоду, Мою русую косоньку, Мою девичью-то красу На чужую дальнюю сторону!»* [НЛП 1961];

– мотив **печали / страдания дочери в чужом доме (краю)**, *Еще свекор да свекровушка Все журят да бранят; Еще деверья да золовушки Работать велят: «Работай, невесточка, Не постаивай, На родимую сторонушку не поглядывай!»* [НЛП 1961];

– мотив **выданья замуж / женитьбы против воли**, воплощенный в русской лингвокультуре в сценарных концептах, когда детей принуждали вступать в брак с нелюбимыми, а дочь зачастую выбирали пожилого мужа, что влекло за собой разлад в новой семье, супружескую неверность: *Как бы знала я, млада, ведала, Что просватал меня сударь батюшка Не в любимую сторонушку, Не за прежнего любовника (...), А отдал меня батюшка Не в согласную семью, Не в покрытую избу* [НЛП 1961].

Во многих текстах народной песенной культуры наблюдаем метафоризированное употребление НР-фольклорем, трансформацию их семантики как оценочных средств, как символов психологической близости людей, интимизированного восприятия окружающего мира. Проанализированные контексты демонстрируют наибольшую активность в народно-песенном субпространстве русской лингвокультуры НР, составляющих ядро ЛК РОДСТВО, – *мать, отец, сын, дочь*, которые не только выполняют функцию фольклорем, но и в фольклорных

контекстах стали знаками, воплощающими и обобщающими знания о культуре и традициях русского народа, его истории.

Таким образом, ЛК РОДСТВО в русском народно-песенном субпространстве отражает стереотипизацию экзистенциальных (*род, жизнь*) и поведенческих архетипов (*счастье, любовь, страдание, печаль, страх*) и т.д., ассоциативно связан с другими концептами (ЛЮБОВЬ, ДОМ, СЧАСТЬЕ и под.). Народно-поэтические контексты продемонстрировали высокую активность поэтического словоупотребления НР-фольклором как основных вербализаторов исследуемого концепта, а стереотипное оценочное словоупотребление НР в народно-песенном субпространстве подтверждает их квалификацию как значимых лингвокультурных явлений.

Литература

Єрмоленко С.Я. Фольклор і літературна мова. Київ : Наук. думка, 1987.

Кидьямкина С.А. Лингвокультурологический анализ текстов семейных песен // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2010. № 1. С. 45-48.

Марфина Ж.В. Концептуализация общественной мотивации отношений между членами семьи в восточнославянском народно-песенном субпространстве // Вестник Луганского государственного педагогического университета. Серия 3. Филологические науки. Медиакommunikation. 2022. № 3 (85). С. 4-11.

НЛП – Народные лирические песни. Л.: Советский писатель, 1961.

Пименова М.В. Терминология когнитивной лингвистики: концептуальная система и концептуальная картина мира // Термінологічний вісник. 2013. Вип. 2 (1). С. 129-134.

Попова Л.Г., Головин А.С. О степени изученности лингвокультурного концепта «родство» в современном языкознании // Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура. 2012. № 11. С. 98-100.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие. М.: Слово, 2000.

Zh.V. Marfina (Lugansk, Russia)
Lugansk State Pedagogical University

ON THE ISSUE OF THE CULTURAL AND LINGUISTIC CONCEPT OF *KINSHIP* VERBALIZATION IN THE RUSSIAN FOLK-SONG SUBSPACE

The article presents a conceptual analysis of kinship terms as the main verbalizers of the cultural and linguistic concept of *KINSHIP* in the folk-song subspace; the main scenario motives with reference folkloremes – kinship terms are established. As a result of the conducted research, it is noted that the cultural and linguistic concept of *KINSHIP* in folk song contexts is a “reflector” of various archetypes, and also associatively approaches other concepts, such as *HOME, LOVE, JOY*, etc.

Key words: cultural and linguistic concept, kinship nominations, folk-song subspace, folklorema, word-symbol.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА РОДИНА В СОВЕТСКОМ ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена описанию репрезентантов концепта РОДИНА. В качестве материала исследования выступают стихи советских поэтов-песенников. Проанализирована семантика песенных текстов, составляющих концепт РОДИНА. Выделены основные группы, составляющие концепт РОДИНА.

Ключевые слова: концепт, родина, концептосфера, песенный дискурс, идеологема.

Песенный дискурс, являясь социальным явлением, выполняет функцию транслятора идей и принципов советской эпохи, направленных на формирование традиционных ценностей в сознании гражданина нового времени. Песни не только отражают менталитет и идеологию рассматриваемой нами эпохи, но и помогают выявить характерные социальные особенности лингвокультурного сообщества.

Вся деятельность человека в мире связана с отождествлением различных процессов окружающей действительности. Концепт «отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира в виде неких «квантов» знания» [КСКТ: 90].

В последнее время исследования концептов, репрезентующихся в песенном дискурсе, проводятся с использованием лингвоаксиологического анализа, который «позволяет получить данные о базовых ценностях человечества и конкретной нации, выявить ценностные константы (resp. доминанты) и переменные. Таким образом, с одной стороны, происходит рассмотрение языковых единиц в аксиологическом аспекте, с другой – определяется ценностная составляющая текстов» [Ломакина 2021: 97]. Система ценностей присуща человеческому сознанию, которое и определяет деятельность человека. Ценностная картина мира формируется исходя из особенностей культуры и процесса когнитивного осмысления человеком явлений окружающего мира. Исследования, посвященные когнитивному анализу, позволили выделить системно-языковую теорию, представленную различными языковыми единицами, а также культурно-семиотическую теорию, основанную на анализе текстов культуры. Фундаментом ценностной картины мира принято считать нравственные ценности. Анализ ценностных ориентиров человека позволяет исследовать национальное языковое сознание личности и выявлять оценки, существующие в обществе как в определенный период истории, так и являющимися непреходящими для данной культуры.

В когнитивном аспекте российские песни рассматривались в работах Т.А. Григорьевой (2003), О.С. Кострюковой (2007), Е.В. Нагибиной (2002), Н.А. Масловой (2023) и др.

Концепт РОДИНА универсален и отражает одну из важнейших ценностей любой этнической культуры. В русской языковой картине мира рассматриваемый нами концепт занимает доминирующую роль, т.к. является воплощением, с одной стороны, народного самосознания, с другой – константой государственной идеологии, особенно в советское время.

В основе слова *родина* лежит корень *-род-*. «В языке и народной культуре родство, трактуемое в связи с ключевыми понятиями жизненной силы, роста, воспроизводства (ср. родить, рожай, урожай), относится к высшим ценностям и охраняется системой предписаний и запретов» [Толстая 2009: 15].

«В советском песенном дискурсе авторская интенция служит формированию в сознании слушателей важных ценностных ориентиров, закладывающих понятия нравственности и морали» [Маслова 2023: 123]. Благодаря этому многие песенные строки приобретают качество рекуррентности – «многочисленную реализацию в речи» преимущественно «в стереотипных контекстах» [Иванов 2019: 159–160], отрываясь от своего песенного первоисточника (паремиологизируются), становятся на некоторое время общеизвестными и даже могут входить в состав «паремиологического минимума» как «языковой материал, функционально актуальный в новейший период развития языка» [Паремиология в дискурсе 2015: 51].

В качестве синонимического ряда лексемы *родина* выступают слова и словосочетания *родной край, отчий дом, отчизна, отечество, родная сторона* [Евгеньева 2003: 379]. В ментальном сознании русского народа родина отождествляется с *Россией, Русью*. Традиционно РОДИНА осмысливается как самое прекрасное место на земле (ср.: *В гостях хорошо, а дома лучше; Хорошо тому, кто в своем дому; Дома и солома едома*). В песенных текстах это создается посредством подбора эпитетов положительной семантики: «*Родная, родная, родная земля // Холмы и равнины, леса и поля!*» [стихи Л. Дербенева, исп. Л. Лещенко], «*Край любимый, край заветный мой // Край, что я зову родной землей*» [стихи Л. Дербенева, исп. Л. Лещенко], «*Я люблю тебя, Россия, // Дорогая наша Русь*» [стихи М. Ножкина, исп. И.Кобзон].

Концепты РОДИНА и ДОМ коррелируют между собой, т.к. общим для них является чувство защищенности, безопасности, *ощущение* «своего» пространства. В связи с чем РОДИНА в песенных текстах актуализируется через воспоминания о родном доме: «*Где мой дом родной, // Там, где в детстве рос. // Где мой дом родной, // Там, где синий плес. // Где мой дом родной, Там, где за окном // Теплоту хранят вечера. // Где мой дом родной, // Там, где вешний звон*» [стихи Р. Рождественского, исп. Л. Лещенко]. Характерно, что Р. Рождественский в данном примере прибегает к анафоре и синтаксическому параллелизму. Выразительный потенциал использования этих двух фигур заключается в повторе, что придает рассматриваемому фрагменту экспрессивный эффект. Лексический повтор первой части сложного предложения с логическим ударением на вопросительное слово *где* и положительная оценка слов *мой дом родной* усилен за счет повтора конструкции во второй части предложения *там, где*, а также синтаксического параллелизма, получающего в контексте усилительную функцию лексического повтора. Контаминация этих стилистических фигур существенно усиливает экспрессивность текста.

Использование синтаксического параллелизма встречается в песне в исполнении И. Кобзона: «*Там, где роцца нестрет цветами, // Где река приникает к холму*» [стихи П. Синявского]. Параллелизм предикативных основ *роцца нестрет, река приникает* придает тексту внутренний динамизм и смысловое усиление контекста.

Воспоминания о покинутом доме вызывают тоску, печаль, нежность. Родина ассоциируется с домом, в котором родился и вырос человек; это очень спокойное, тихое место, куда хочется вернуться человеку: «*Ты полети к родному дому, // Отсюда к родному дому*» [стихи Р. Рождественского, исп. И. Кобзон]; «*А в Парижах быть русским не просто, // Быть не просто и ныне и впрдь. // Он вернулся к родному*

погосту, // *Чтоб на отчей земле умереть*» [стихи П. Синявского, исп. И. Кобзон]. Стоит отметить, что для оппозиции «свой-чужой», имеющей социальную природу и проявляющейся в самых разных институциональных дискурсах, поэт использует синекдоху с целью выделения образа чужбины, далекого, неродного пространства. В строках: «*Хоть та земля теплей, а Родина милей, // Милей запомни, журавленок, это слово*» [стихи И. Шаферана, исп. И. Кобзон] мы видим, что посредством сравнительной степени прилагательного *милей* образ родной стороны раскрывается как теплое сердцу место. «*Где бы я ни был, но память храня // Силою неодолимой // Сердце всегда возвращало меня // К Родине, к дому, к любимой*» [стихи А. Шанаева, исп. Л. Лещенко]. В этом примере автор прибегает к градации, усиливающей эмоционально-оценочное значение рядов однородных членов предложения, выделяя и ставя при этом на первое место Отчизну.

В строчках «*А парень с улыбкой счастливой // Гармонь свою к сердцу прижал, // Как будто он волжские видел разливы, // Как будто Россию обнял*» [стихи М. Ясеня, исп. Л. Лещенко] угадывается образ войны, что позволяет говорить о концепте ВОЙНА как сопредельном концепту РОДИНА для нескольких поколений советских людей.

Интересно, что часто в сознании русского человека Россия неразрывно ассоциируется с образом полноводных рек и озер: «*Берег мой, берег ласковый, // Ах, до тебя, родной, доплыть бы, // Доплыть бы хотя б когда-нибудь*» [стихи Р. Рождественского, исп. М. Магомаев]; «*Гляжу в озера синие, // В полях ромашки рву... // Зову тебя Россиею, // Единственной зову*» [стихи И. Шаферан, исп. Толкунова], «*Нерассказанная сказка, // Синеокая страна*» [стихи А. Поперечного, исп. И. Кобзон].

В советском песенном дискурсе пересекаются функционально-семантические поля концептов РОДИНА и ДОЛГ: «*Шестуй на Олимп гордо, // К солнечной стремись награде, // Ради красоты спорта, // Родины своей ради!*» [стихи Н. Добронравова, исп. М. Магомаев]. «*Ты здесь Москву сумел спасти, // А заодно – и всю Европу!*» [стихи Г. Серебрякова, исп. В. Толкунова]; «*Ты – моя надежда, ты – моя отрада, / В каждом русском сердце ты, моя Москва*» [стихи Н. Добронравова, исп. Л. Лещенко] в данных примерах синонимом лексемы *родина* является *Москва*, т.к. в сознании советского гражданина образ столицы вбирает в себя символ государственности.

Таким образом, в советском песенном дискурсе концепт РОДИНА репрезентируется через множество образов и коррелирует с другими концептами, которые следует классифицировать как сопредельные. Взаимодействие перечисленных концептов образует концептосферу советского песенного дискурса, комплексное изучение которого позволит определить лингвоаксиологический потенциал советских песен.

Словари

КСКТ – *Краткий словарь когнитивных терминов*. Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина; Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Филол. фак. МГУ, 1996.

Словарь синонимов русского языка: В 2 т. Т. 1: С48 А-Н / ИЛИ РАН; Под ред. А. П. Евгеньевой. М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003.

Литература

Григорьева Т. А. Стереотипность шлягера как текста массовой культуры: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2003.

Иванов Е.Е. О рекуррентности афористических единиц в современном русском языке // Русистика. 2019. Т. 17. № 2. С. 157-170. DOI: 10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170.

Кострюкова О. С. Текст современной популярной лирической песни в когнитивном, коммуникативном и стилистическом аспектах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.

Ломакина О.В. Изучение пословиц в русской ценностной парадигме: методология исследования и критерии выделения оценочности // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2021. Том 7 (73) №1. С. 97-107.

Маслова Н.А. Репрезентация концепта *детство* в советском песенном дискурсе // Когнитивные исследования языка. 2023. № 3-2 (54). С. 122-126.

Нагибина Е.В. Содержательные и языковые особенности текстов современных эстрадных песен: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2002.

Паремология в дискурсе / под ред. О.В. Ломакиной. М.: Ленанд: URSS, 2015.

Толстая С.М. Категория родства в этнолингвистической перспективе (вместо предисловия) // Категория родства в языке и культуре / Отв. редактор С. М. Толстая. М.: Индрик, 2009.

N.A. Maslova (Moscow, Russia)
RUDN University

REPRESENTATION OF THE CONCEPT OF *CHILDHOOD* IN THE SOVIET SONG DISCOURSE

The article is devoted to the description of phraseological representations of the concept of *HOMELAND*. The research material is the poems of Soviet songwriters. The semantics of the song texts that make up the concept of *HOMELAND* is analyzed. The main groups that make up the concept of *HOMELAND* are highlighted.

Key words: concept, homeland, conceptosphere, song discourse, ideologeme.

Н.В. Монгилева (Костанай, Казахстан)
Костанайский региональный университет
77772456222@mail.ru

С.Л. Кушнерук (Челябинск, Россия)
Челябинский государственный университет
svetlana_kush@mail.ru

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ АНАЛИЗА ДИСКУРСА ОБЪЕКТА В ВЫСКАЗЫВАНИЯХ О МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Рассматривается дискурс объекта как система когнитивных и лингвистических ресурсов интерпретации абстрактного феномена. Предпринятый анализ межличностных отношений направлен на моделирование инвариантов интерпретации *устремления на другого* как дискурсивного объекта. Обсуждается интерпретирующий потенциал моделей *инварианта движения*.

Ключевые слова: дискурс объекта, дискурс межличностных отношений, инвариант движения.

Дискурс объекта представляет собой сформированную в определенных социокультурных условиях и реализуемую в кореферентных высказываниях *систему*

когнитивных и лингвистических ресурсов для интерпретации социального феномена / абстрактного понятия.

Теоретико-познавательные предпосылки анализа дискурса объекта основываются на признании единства познавательного и дискурсивного процессов и осмыслении свойства интерпретативности.

Человеческое познание интерпретативно. Субъект усваивает значения языковых знаков как готовые схемы интерпретации внешнего мира [Болдырев 2016: 10-11]. Согласно П. Серио, ставя в центре анализа не субъекта, а того, кто производит речевой акт, мы обнаруживаем область обычая, конвенций и многого другого, что является объективной данностью по отношению к говорящему [Серио 1993: 44]. Дискурс также предоставляет исследователю вниманию взаимобусловленность коллективного и индивидуального. Это обнаруживается в том, что он:

- подчинен и существует в закономерностях, возникших в социальных и языковых взаимодействиях с другими людьми во времени и пространстве (Л.С. Выготский, М. Коуль, Э. Кларк, Э. Хатчинс);

- дискурсивная деятельность осуществляется под влиянием контекста социокультуры, фоновых знаний участников, речевых произведений носителей языка, а также под влиянием опыта продуцирования и понимания этих произведений (О.К. Ирисханова, О.В. Магировская).

Вместе с языковыми значениями индивид усваивает и способы успешного использования знаков для постоянного обмена знанием и смыслами в речевом взаимодействии с членами своей культурной группы. Дискурсивная деятельность – это не обмен готовыми текстами, а *смыслополагание*, т.е. истолкование смысла, полученного извне, и создание его для других [Смирнов 2015:14]. Дискурсивный объект интерпретативен в силу влияния общих конвенций на каждое локальное взаимодействие. Предмет речи говорящего, каков бы ни был этот предмет, не впервые становится предметом речи в данном высказывании, и данный говорящий не первый говорит о нем [Бахтин 1986: 281-289].

Целью исследования дискурса объекта является систематизация сформировавшихся в речевой практике способов организации речевой деятельности, направленных на интерпретацию (концептуализацию и репрезентацию) некоторого социокультурно значимого объекта [Секерина 2013; Тюпа 2004]. Анализ призван выделить закономерности рассуждения об объекте, характеристики, эксплицируемые дискурсивными практиками.

Формулирование методологических принципов – нормативных координат исследования – *позволяет означить, одновременно, стратегические ориентиры рассматриваемой проблемы и критерии эффективности результатов ее решения*. В данной работе моделирование дискурса объекта основывается на следующих доказанных в науке положениях: 1) модели контекста высказывания предопределены онтологией объекта речи (Т.А. ван Дейк, Э. Хатчинс, Й. Златев, А.П. Седых); 2) в образном представлении объекта речи одни характеристики имеют большую значимость, чем другие (Л. Талми, Р. Лангакер); 3) значимость определенных аспектов представления обобщена в инвариантах интерпретации объекта речи (Дж. Лакофф); 4) контекст высказывания предопределен логикой инварианта (Э. Хатчинс, Н.Д. Кручинкина, Л.А. Черняховская).

Сквозь эту методологическую линзу нами рассматриваются межличностные отношения, которые представляют собой сложную и многогранную сферу знаний, регулярно востребованную в повседневной реальности. Межличностные связи

определяются отношением, эмоциональным переживанием, направленным на другого (А.А. Бодалев, В.М. Мясищев). Нельзя относиться к кому-то или чему-то в общем. Свойства объекта существуют для всех, а действия и переживания, вызываемые объектом у разных людей, избирательны и сознательны [Мясищев 2005: 6-7].

Выделение объекта дискурса межличностных отношений базируется на способности субъекта различать значимое отношение (или устремленность, активную направленность) от незначимого. Согласно Р. Лангакеру, изменение в окружающем мире концептуализируется в модели СОБЫТИЯ [Langacker 1991]. Развивая мысль, полагаем, что *устремление на другого* репрезентировано моделью СОБЫТИЕ СООТНОШЕНИЯ. Это конструкт, интерпретирующий соотношение двух и более сущностей без материальной связи между ними.

В результате исследования высказываний о межличностных отношениях нами установлено, что субъект располагает тремя инвариантами интерпретации соотношения: в схемах ДВИЖЕНИЕ, СВЯЗЬ или ЦИКЛ. Выбор инварианта определен значимостью концептуальных аспектов сущностей соотношения (динамических / статических / интегрированностью в общий процесс).

Докажем, что инвариант движения возникает на основе выделенности динамических аспектов. Абстрактное представление соотношения получает предикат ДВИЖЕНИЕ. Схема определяет и ограничивает (!) механизм концептуальных соединений и проекций в конструировании контекста выражения.

Инвариант движения определяет метафорическую проекцию ОТНОШЕНИЯ – ПУТЬ Ср.: *avancer ou non avec cette personne continuer ou non l'attitude avec ce homme // des événements que l'on traverse* события, которые мы переживаем. Преодоление проблем может быть выражено через смыслы об изменении направления ПУТИ. Ср.: *inverser la tendance* [букв. развернуть вспять] *prelomiti tendenciju // inverser la situation prelomiti situaciju*.

Интерпретация соотношения ориентирована динамическими аспектами сущности, поэтому смыслы о всяком ограничении формируют контекст негативных оценок. Ср.: *Quelle que soit la distance, il ne faut pas vous laisser envahir* – Как бы близко вы не жили [букв. какой бы ни была дистанция] *ne laissez pas envahir* [букв. сделать набег, захватывать силой, оккупировать] // *Vous ne pouvez plus rester dans de tels extremes* – Вы больше не можете находиться в таких пределах.

Инвариант движения реализуется также через образ сущностей, готовых к перемещению, что иллюстрирует метафора ОТНОШЕНИЯ – СОПОЛОЖЕНИЕ ТЕРРИТОРИЙ. Переживание комфортной / некомфортной дистанции закрепляется в проекциях ОЧЕНЬ БЛИЗКО – ПЛОХО / ДАЛЬШЕ – ХОРОШО. Ср.: *Elle est fort "après lui" dans le sens que c'est son fils et que c'est tout pour elle. Elle est toujours à côté de lui* [букв. сильно «рядом с ним»], *elle est sûre, car c'est son fils, c'est pour elle* // *ta belle-mère le suit bêtement* твоя свекровь тупо опекает его [букв. идет вслед, следует за].

Высказывание о доверительных отношениях конструируется также с помощью образа вторжения в личное пространство. Ср.: *j'étais la personne proche de mes parents et je les laissais empiéter sur notre vie à deux* – У меня были близкие отношения с моими родителями, и я им позволяла вмешиваться в нашу жизнь [букв. наступать на..., захватывать территорию]. Однако во фразе акцентировано разрешение (*je les laissais*) на нарушение границ территории.

Смыслы о неприемлемом поведении по отношению к говорящему актуализируют семантику пространственного размещения. Ср.: *Ils se pointent le samedi suivant sans*

prévenir, et vlan!! – Они заявляются в ближайшую субботу, даже не предупредив, увы! (*se pointer* разг. от *point* точка заявляться). Из всего комплекса знаний о гостях *se pointent* выделяет только местоположение прибывших. Конфигурация участников редуцирована до точки, фиксируемой на личной территории говорящего.

В концептуальной рамке инварианта *движения* негативные переживания, сильные эмоции могут конструироваться через гиперболизацию схемы ПРОСТРАНСТВО. Ср.: *En cas de séparation brutale avec le conjoint, préféreriez vous être plaquée pour une autre ou veuve?* – В случае тяжелого разрыва отношений, вы предпочитаете быть брошенной ради другой или быть вдовой? (*être plaquee* – букв. распластаться, прилипнуть к земле).

Выделение дискурса объекта и осмысление возможностей его анализа необходимы для систематизации имеющихся в распоряжении коммуникантов ресурсов языка, выполняющих когнитивную функцию познания и репрезентации некоторого объекта внеязыковой действительности.

Межличностные отношения являются концептуально сложной сферой, интегрирующей различные аспекты знаний о личности, поведении и поступках людей. Инвариант *движения* представляет собой систему когнитивных ресурсов, ориентированную динамическими аспектами *соотношения*. Схема ДВИЖЕНИЕ реализует интерпретирующий потенциал инварианта: формирование контекста в координатах свободного и комфортного перемещения, соблюдения дистанции и неприкосновенности границ. Тем самым говорящий располагает готовыми моделями для актуальных смыслов о личном пространстве, уважении желаний партнера, ценности общих интересов в рассуждениях о межличностных отношениях.

Литература

- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986.
- Болдырев Н.Н. Когнитивные схемы языковой интерпретации // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 4. С. 10-20.
- Мясищев В.Н. Психология отношений: Избранные психологические труды / под ред. А.А. Бодалева. М.: Модэк МПСИ, 2005.
- Секерина М.А. Объектный дискурс: принципы выделения и специфика исследования // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 14 (305). С. 65-70.
- Серюо П. В поисках четвертой парадигмы // Философия языка: в границах и вне границ. Харьков: Око, 1993. С. 83-100.
- Смирнов А.В. Сознание. Логика. Язык. Культура. Смысл. М.: ЯСК, 2015.
- Тюна В.И. Основания сравнительной риторики // Критика и семиотика. 2004. Вып. 7. С. 66-87.
- Langacker R.W. Concept, image, and symbol: the cognitive basis of grammar. Berlin Berlin – NY – Amsterdam: Mouton de Gruyter, 1991.

N.V. Moguilyova (Kostanay, Kazakhstan)
A. Baitursynov (Kostanay regional University)
S.L. Kushneruk (Chelyabinsk, Russia)
Chelyabinsk State University

METHODOLOGICAL PREMISES FOR THE OBJECT DISCOURSE ANALYSIS IN THE UTTERANCES ABOUT INTERPERSONAL RELATIONSHIPS

The object discourse is considered as a system of cognitive and linguistic resources for interpreting an abstract phenomenon. The undertaken analysis of interpersonal relationships is

aimed at modeling the invariants of interpretation of aspiration towards another as a discursive object. The interpretive potential of motion invariant models is discussed.

Key words: object discourse, interpersonal relationships discourse, motion invariant.

*А.М. Мубаракишина (Казань, Россия)
Казанский (Приволжский) федеральный университет
blondy010888@mail.ru*

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ РУССКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАГОРОСКОПЕ

В статье рассматриваются фразеологизмы, которые в современных гороскопах в медиапространстве приобретают статус маркеров русской ментальности. Анализ более чем пятисот текстов, предназначенных разным знакам зодиака, позволил установить, что фразеологические единицы при минимальном объеме гороскопических текстов позволяют заложить в них широкий интерпретационный потенциал с опорой на универсальные знания о русском национальном характере и стереотипах русского поведения.

Ключевые слова: русская ментальность, национальный характер, медиапространство, медиагороскоп, фразеологизмы, маркеры культуры, интерпретация.

И лингвокультурологические, и когнитивные исследования фокусируют внимание на тех языковых единицах, которые способны аккумулировать интеллектуальный, физический и психо-эмоциональный опыт носителей языка и в совокупности своей отражать ментальность народа, под которой понимается относительно устойчивая совокупность поведенческих установок и способов видения мира конкретной социальной группой.

Поскольку русскоязычный медиагороскоп, ставший неотъемлемой частью информационного пространства, ориентирован на массовую аудиторию, он должен отражать рекомендации, свойственные стереотипному поведению русского человека. Установление данного соответствия и стало целью исследования. Под медиагороскопом в данной работе мы понимаем малоформатные гороскопические тексты, представленные в глобальном информационном пространстве. Для анализа методом сплошной выборки было отобрано более пятисот прогнозов, содержащих фразеологические обороты, без учета знаков зодиака. Источниками материала стали популярные тематические интернет-сайты *Гороскопы365.ru* и *Гороскоп.ru*, которые имеют простую навигацию, богатый контент, привлекательный интерфейс, а также предоставляют свободный доступ без регистрации. Новизна исследования обусловлена рассмотрением гороскопического текста в медиапространстве как культуроносного феномена.

Поскольку астрология непосредственным образом была связана не только с математическими расчетами, но и мифопоэтическим мышлением человека, в гороскопах весомое место уделяется единицам вторичной номинации. В фокусе внимания данной статьи находятся фразеологизмы, которые в рамках когнитивного подхода превращаются в ситуативные микротексты. Они не только поддерживают общую персуазивную установку гороскопа, усиливая эмоциональный эффект, но и становятся «многомерными информационными комплексами» [Телия 1996: 103], вербализующими особенности менталитета народа, за счет чего появляется возможность редуцировать объем текста без потери смысловой нагрузки.

Эйдетика, с которой люди сталкиваются на этапе изучения любого языка, подразумевает, что каждое слово, каждая ситуация в сознании человека формулируется в виде образа или фрейма, сценария к действию. В обывательском сознании такое явление лучше известно, как фотографическая память. Так, красный сигнал светофора вызывает в сознании пешехода или водителя необходимость остановиться. В то же время желтые ценники в магазинах сигнализируют о снижении цены на отдельные товары. Все перечисленные примеры говорят о том, что независимо от возраста и социального статуса даже люди с минимальным жизненным опытом уже имеют представление о правильной интерпретации некоего социального кода, принятого в обществе. То же можно сказать и о фразеологическом фонде языка, который дает ключ к пониманию особенностей национального характера, а также поведения людей, следовательно, он же помогает составить максимально полезные рекомендации и правдоподобные прогнозы относительно будущего представителей каждого конкретного социума.

Можно отметить, что анализ многочисленных текстов (более 500) показал, что одним из самых важных аспектов русскоязычного медиагороскопа является работа. Безусловно, причиной является ежедневная занятость большинства потенциальных реципиентов, это также соотносится с трудолюбием и работоспособностью, которые закрепились за русским народом в произведениях классиков и фольклоре. Поскольку рекомендации должны носить практико-ориентированный характер, необычные фразеологизмы в них используются чаще, чем образные:

*Первая половина дня будет особенно удачной, отлично подойдет и для того, чтобы **взяться за что-то новое**, и для завершения дела, начатого раньше.*

*У Близнецов будет шанс укрепить профессиональные позиции, **подняться по служебной лестнице**.*

*Шанс **карьерного роста** может появиться, если Водoley проявит на работе **лидерские качества**: доставайте с верхней полки **ежовые рукавицы**.*

*Вполне вероятно, что она поможет ему **улучшить свое финансовое положение** или решить какой-то другой насущный вопрос.*

*Чтобы не **утонуть в ворохе взятых на себя дел и обязательств**, Водoley не мешает совмещать свой энтузиазм с **трезвым расчетом**, а также научиться брать в первую очередь за те дела, которые **сулят реальную перспективу**.*

*К проблемам подходите с **холодной головой**, так появится надежда на скорое их разрешение.*

Холодная голова, трезвый расчет, здравый смысл – наиболее частотные фразеологизмы для всех представителей знаков зодиака. Выбор такого рода фразеологизмов, указывающих на рациональность при принятии решений, обусловлен знаниями о противоположных характерных для русской ментальности эмоциональности, эмпатии и стремлению к проявлению всего спектра чувств. Для медийного астролога такая имплицитная ссылка на менталитет оказывается беспроеигрышным вариантом. Получается, что следование рекомендациям, действительно, может привести к благоприятному развитию событий, что подчинено законам логики, а не астрологии; а вот при неблагоприятном сценарии реципиент всегда может списать неудачи прогноза личной излишней эмоциональности.

Многочисленные примеры фразеологизмов, объединенных темой денег и успеха, свидетельствуют о доминирующей роли материальных ценностей над духовными в современном обществе, где социальный статус приобретает важную роль в процессе становления человека как личности, полноценного члена социума.

В то же время капиталистические отношения не способны стереть из памяти носителей русского языка высокие достижения в сфере искусства, культуры, литературы, а также народного опыта, которые способны благодаря процессу вторичной метафоризации реализовывать содержательную креативность гороскопов, что приводит в итоге к когнитивной гибкости в процессе интерпретации коммуникативных стратегий:

*Сегодня роль **первой скрипки**, сколь бы огорчительно это для вас ни звучало, вам принадлежать не будет.*

*Это и есть тот «колодец», в котором в сентябре вы можете **черпать идеи, вдохновение**, ответ на любого рода вопросы.*

*Чтобы грандиозные планы не закончились разочарованием, не мешает использовать мудрую формулу: «**Семь раз отмерь...**»*

*Если старые отношения Водолея не собираются давать трещину, то они не только переживут этот месяц без потерь, но и получают «**второе дыхание**».*

*Главное, чтобы не чересчур, чтобы ни у кого не было возможности сесть вам на шею и, свесив ножки, поехать в **Прекрасное Далекое**.*

Отличительной чертой русского человека всегда являлся широкий кругозор, начитанность, заинтересованность в происходящем в мире, поэтому астрологи зачастую сочетают фразеологизмы с реминисценциями к конкретным историческим личностям и фактам, с ними связанным:

*При возникновении желания **превратиться в Нельсона Манделу** гороскоп советует в воскресенье **не лезть сразу на баррикады**, а проанализировать свое чувство дискомфорта, выявить его источник и предложить коллегам или руководителю его устранить.*

*Как завещал **Суворов**, Львам сегодня лучше **держат ноги в тепле, а голову в холоде**.*

Богатое историческое прошлое и разнообразное культурное наследие русского народа, безусловно, наложило отпечаток и на прогнозирование будущего его представителей. Проявление национального характера, в природу которого пытались проникнуть многие культурологи и философы, в том числе В.Н. Сагатовский, выражается в первую очередь в таких чертах, как духовность, эмоциональность, склонность к эмпатии, максимализм [Сагатовский 1994]. Все эти ипостаси русской души раскрываются в многочисленных фразеологизмах гороскопического текста:

*В воскресенье у Льва **обострено чувство справедливости**, а потому он может незаметно **превратиться в борца за права всего человечества** или конкретного человека – например, себя.*

*Просто в его **душе кипит гнев** и возмущение, которые должны найти выход, пусть даже и **ценой конфликта**.*

*Кроме того, в этом месяце Водолею во многих сферах своей жизни захочется больших перемен, но вместо того, чтобы тщательно все продумать, он будет склонен **действовать сгоряча**.*

*А еще, в среду для Водолея на первый план должны выйти его интересы и желания: **заботы о благе человечества** или дальних знакомых отодвиньте на потом, ну а сейчас займитесь своими собственными (к ним относятся также проблемы людей ближнего круга – тех, за кого **болит сердце**).*

Таким образом, можно утверждать, что фразеологизмы – это неотъемлемая часть гороскопического текста в медиапространстве, которая придает ему не только эстетику, но и отражает менталитет русского народа. Большинство устойчивых

сочетаний вербализует сферу карьеры, указывает на эмоциональные особенности русского народа, апеллирует к историческому прошлому и богатому культурному наследию. Это позволяет при минимальном объеме заложить в текст широкий интерпретационный потенциал, что немаловажно при массовости такого жанра как современный гороскоп. Интересным в перспективе будет рассмотреть, существует ли тенденция в выборе фразеологизмов с точки зрения определенной тематики, структуры, ключевых образов для составления гороскопа для каждого конкретного знака зодиака.

Литература

Гороскоп.ру. URL: <https://www.goroskop.ru/> (дата обращения 15.08.2023).

Гороскопы 365.ру. URL: <https://goroskop365.ru/taurus/> (дата обращения 11.08.2023).

Сагатовский В.Н. Русская идея: продолжим ли прерванный путь? СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1994.

Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996.

*A.M. Mubarakshina (Kazan, Russia)
Kazan Federal University*

PHRASEOLOGICAL UNITS AS A MANIFESTATION OF THE RUSSIAN MENTALITY IN THE MODERN MEDIA HOROSCOPE

The article examines phraseological units that acquire the status of markers of the Russian mentality in modern horoscopes in the media space. The analysis of more than five hundred texts dedicated to different zodiac signs allowed us to establish that phraseological units with a minimum volume of horoscopic texts allow them to lay a wide interpretative potential based on universal knowledge about the Russian national character and behavior stereotypes.

Key words: Russian mentality, national character, media space, media horoscope, phraseological units, markers of culture, interpretation.

*И.К. Мухина (Екатеринбург, Россия)
Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина
golst@el.ru*

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ БЫТА В «КОЛЫМСКИХ РАССКАЗАХ» В. ШАЛАМОВА: КОГНИТИВНЫЕ СЛОИ «ОДЕЖДА» И «ПИЩА»¹

Статья посвящена выявлению в тексте В. Шаламова лексических репрезентаций когнитивных слоев «Пища» и «Одежда» концепта БЫТ, отражающих основные когнитивные признаки, соотносящиеся с базовыми составляющими обыденного лагерного сознания (измененные условия жизни, постоянное чувство сильного страха, деформированные социальные отношения). Повседневность переворачивается своей противоположностью, т.к. лагерная действительность для человека является антиномой.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00352 «Свод лексики как идеографическая карта мира: Универсальный словарь-тезаурус русского языка», <https://rscf.ru/project/22-18-00352/>.

Ключевые слова: концептуализация, повседневность, быт, когнитивный слой, когнитивно-дискурсивная группа слов.

Рассматривая структуру концептов, многие лингвисты, работающие в рамках когнитивного подхода (Л.Г. Бабенко, И.А. Стернин, З.Д. Попова, Ю.С. Степанов и др.), утверждают: концепт характеризуется слоистым взаимоположением своих составных частей, что реализуется в полевой модели его строения. Вследствие этого, наряду с понятием *когнитивный признак*, термин *когнитивный слой* прочно вошел в терминосистему когнитивной семантики и лингвоконцептологии. Так, И.А. Стернин включает в составляющие концепта базовый слой, в основе которого лежит определенный чувственный образ [Попова, Стернин 2007: 181], в сложных концептах из дополнительных когнитивных признаков формируются когнитивные слои, располагающиеся от более конкретных к более абстрактным и определяющие структуру, содержание и объем концепта.

Под когнитивным слоем понимается совокупность когнитивных признаков, «отражающих дискретную единицу концепта определенного уровня абстракции» [Рудакова 2007: 25], а также отображающих «сквозное членение содержания концепта по определенному когнитивному классификатору» [Щербакова 2009: 109].

Рассмотрим, какие когнитивные признаки в совокупности формируют базовые когнитивные слои концепта БЫТ в «Колымских рассказах» В. Шаламова, посвященных особой, исключительной среде жизни, соотнести повседневный уклад которой с обыкновением понимания быта можно лишь на основе таких когнитивных констант, как пища, одежда, обувь, посуда и др., получающих отличное от обыденных представлений наполнение. Например, среди глаголов, репрезентирующих в рассказах когнитивный слой «Одежда», отсутствуют обозначающие типичные для обычной жизни ситуации: покупку одежды, выбор предмета одежды, имеющегося в гардеробе и др., что помогает ярко изобразить особый лагерный быт насильственно ограниченного в своем выборе и потребностях человека. Анализ показал, что присутствующие в «Колымских рассказах» В. Шаламова лексемы когнитивных слоев «Пища» и «Одежда» репрезентируют в тексте В. Шаламова следующие когнитивные признаки, соотносящиеся с базовыми составляющими обыденного лагерного сознания.

1. *Измененные условия жизни*, которые характеризуются практически абсолютным ограничением человека в его нуждах: существенным снижением уровня обязательных для человека потребностей, выражающимся в редком и неподходящем питании, чрезвычайно коротком времени для сна, отсутствии медицинской помощи при физических повреждениях и болезнях во мн. др., что отображается лексическими средствами когнитивно-дискурсивной группы «Пища».

Так, хлеб – самый важный продукт питания в повседневной жизни заключенных: упоминания о хлебе встречается почти в каждом рассказе цикла, за него в лагере дерутся, ему радуются, им не могут насытиться, чтобы его добыть, могут совершить предательство. Если в рассказе речь идет о хлебе, на него смещено все внимание автора и героев: «*Но он уже не волновался <...> не зачихивал в рот дрожащими пальцами довесок, <...> ноздри его надувались, и он всем своим существом чувствовал вкус и запах свежего ржаного хлеба*»¹ («Шерри-бренди»). Как видно, хлеб напрямую связан с эмоциональной сферой субъекта повседневности,

¹ Здесь и далее примеры в статье приводятся по изданию: Шаламов В. Т. Сочинения: В 2 т. Т. 1. Колымские рассказы. Екатеринбург: У-Фактория, 2005. 704 с.

вызывая такие эмоциональные состояния и внешние проявления эмоций («дрожащими пальцами»), как нервное возбуждение от ожидания, предчувствия («он всем своим существом чувствовал вкус и запах»), а также напрямую соотносясь с физиологическими действиями и состояниями («ноздри его надувались»). Контекстные партнеры номинаций хлеба свидетельствуют о том, что субъект повседневности воспринимает хлеб не только как абсолютную ценность «слюна во рту густо и жадно **обволакивает** крошечный комочек хлеба»; «тщательно **сгреб** со стола хлебные крошки» («Ночью»); «я **выпросил** хлеба» («Посылка»); «он **обхватил** [пайку]» («Шерри-бренди»), незаметно сокращающуюся и неукротимо исчезающую («**дожжевая** хлеб», «довесок мгновенно **таял** во рту»).

Лексем, репрезентирующих напитки, в рассказах В. Шаламова немного и все они специфические для лагерного быта: если и употребляются наименования традиционных напитков (*напиток, чай*), то под ними подразумевается *чифирь, чифирик*, акцентирующий в сознании читателя своеобразные условия существования, связанные с отбыванием заключения: «Речь шла об удивительном северном напитке – крепком чае, когда на небольшую кружку заваривается пятьдесят и больше граммов чая» («На представку»).

2. *Постоянное чувство сильного страха*, приводящее субъекта повседневности в состояние безвыходности, подавленности и оцепенения, ставшее, по мнению Е. В. Волковой, «тотальным и обыденным» [Волкова 2007] и реализующееся в виде морального давления, страха за свою жизнь, невозможности формировать круг общения из близких и интересных людей, а не просто тех, кто делит рядом с тобой участь заключения, в отсутствии источников удовлетворения духовных потребностей.

Жизнь шаламовского лагерника «осуществляется в соответствии с абсурдными законами колымской реальности» [Червякова 2007: 52]. Искаженность явлений и предметов объективной действительности выражается в присутствии в рационе не только пищевых продуктов (*баранинка, туша, поросенок*), кушаний (*суп, супчик, борщ, юшка*), в том числе и специфически лагерных (*баланда*), но и в том, что объектом еды становятся такие разновидности мяса млекопитающих (*человечина, человеческий труп, щенок*), которые в нормальной жизни не едят и даже не расценивают в качестве потенциальной еды, поскольку использование их в пищу грубо нарушает морально-нравственные нормы и социальные табу.

В пищу употребляется плохого качества гнилая рыба («*Рыба, заменившая по таинственным табличкам замены мясо, – ржавая селедка, обещавшая возместить усиленный расход наших белков*» («Сухим пайком»)), ее разновидности («*Съедена селедка, съеден хлеб, выпит чай*» («Хлеб»)). При этом особенно многочисленны номинации различных частей рыбы (в пищу заключенных идет все: *голова, хвост, жабры, кости, шкура*: «*Какой-то мудрый начальник, считаясь с арестантской психологией, распорядился выдавать одновременно либо селедочные головы, либо хвосты*» («Хлеб»)); использование их уменьшительно-ласкательных вариантов (*головка, хвостик*) не только характеризует их небольшой размер и отображает ласковое, трепетное отношение к ним заключенных, для которых эта пища становится залогом продления жизни («*Шепот сотен людей повторял одно и то же слово: хвостики*» («Хлеб»)), но и акцентирует деформацию социальных отношений.

3. *Деформированные социальные отношения*. Автор «Колымских рассказов», пропуская многое через призму сенсорики, говорит о прямой связи духовного мира человека и преобладающих над ним физического состояния и бытовых условий существования лагерника («*Думать было нелегко. Это был какой-то физический*

процесс – материальность нашей психики впервые **представала** мне во всей наглядности, **во всей ощутимости. Думать было больно**» («Сгущенное молоко»), детерминирующих и социальные отношения.

Социальная иерархия также определяется у В. Шаламова бытовыми моментами, материальными условиями жизни, например, наличием одежды. При этом принадлежность к уровню жизни выше, чем у лагерника, т.е. просто нормальному, маркируется наличием обычных вещей: возможностью носить носки («Сгущенное молоко»), есть хлеб, спать больше четырех часов в сутки.

Одежда является опознавательным знаком персонажа: «*Человек в бекеше поманил пальцем старика*». При этом автором не называется ни имени, ни каких-либо иных признаков и отличительных особенностей данного человека; для усиления эффекта воздействия используется прием олицетворения: «*Нет, нет, – поморщилась бекеша*» («Плотники»). Одежда и обувь могут выступать как характерные атрибуты представителей той или иной социальной группы, подчеркивая или усиливая характеристику субъекта: «*Он снял с ног Федечки **заношенные желтые полуботинки, бережно снял грязные рваные носки***» («Заклинатель змей»). Одежда является маркером тяжелого лагерного положения: «*В бурках здесь можно ходить только по праздникам – праздников-то и не было. Если бы оленьи пимы, торбаса или обыкновенные валенки. Бурки – это чересчур шикарно...*» («Посылка»), при этом градация различных предметов обуви (обыкновенные валенки – оленьи пимы – бурки) становится символом существующей в лагере иерархии.

Говоря о соотношении быта и повседневности в прозе В. Шаламова, необходимо подчеркнуть, что в цикле «Колымских рассказов» повседневность преворачивается своей противоположностью, т.к. лагерная действительность для человека является антинормой. Какие-то составные части повседневности, привычные обычному человеку, в лагере отсутствуют вообще или сильно деформированы, что наглядно репрезентировано лексикой когнитивных слоев «Пицца» и «Одежда» концепта БЫТ.

Литература

Волкова Е. Тексты «Колымских рассказов» Варлама Шаламова в ракурсе неориторических и антириторических смыслопорождений Ю.М. Лотмана // К столетию со дня рождения Варлама Шаламова: мат-лы Междунар. науч. конф. М.: [б. и.], 2007. С. 25-32.

Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток-Запад, 2007.

Рудакова А.В. Быт // Антология концептов / Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. М.: Гнозис, 2007. С. 20-42.

Червякова Л.В. Экзистенциальная проблематика прозы А. Платонова и В. Шаламова // Филологические этюды: Сб. науч. ст. молодых ученых. Саратов: Научная книга, 2007. Вып. 10. Ч. I. С. 50-55.

Щербакова И.А. Структура концепта «извинение» в русском национальном сознании // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2009. № 2. С. 107-110.

I.K. Mukhina (Yekaterinburg, Russia)

Ural Federal University named after First President of Russia B.N. Yeltsin

CONCEPTUALIZATION OF EVERYDAY LIFE IN THE KOLYMA TALES B. SHALAMOV: COGNITIVE LAYERS “CLOTHING” AND “FOOD”

The article is devoted to identifying in the text of V. Shalamov of lexical representations of the cognitive layers “Food” and “Clothes” of the concept of everyday life, reflecting the main

cognitive signs correlated with the basic components of ordinary camp consciousness (changed living conditions, constant feeling of strong fear, deformed social relations). Everyday life is turned over by its opposite, since camp reality for a person is an antinorm.

Key words: conceptualization, everyday life, cognitive layer, cognitive-discursive group of words.

Г.Р. Насибуллова (Казань, Россия)
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Guz1983@mail.ru

САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ ЖЕНСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В РАССКАЗАХ В. ТОКАРЕВОЙ И ДЖ. ХАРРИС

В данной работе исследуется проблема самопрезентации женской языковой личности в сопоставительном аспекте на материале художественного дискурса В. Токаревой и Дж. Харрис. Анализируя самоидентифицирующие высказывания из рассказов данных писателей, автор определяет доминанты идентичности и описывает ментальную картину женской языковой личности.

Ключевые слова: языковая личность, идентификация, ментальная картина, женская языковая личность, самооценочное высказывание.

Современная наука о языке антропоцентрична, в центре внимания диада *язык и человек*. В связи с чем актуальной является исследование проблемы языковой личности (Ю.Н. Караулов, В.В. Воробьев, Т.В. Кочеткова, В.И. Карасик, Л.Н. Чурилина, З.Р. Хачмафова и др.). Несмотря на многочисленные работы, раскрываемые особенности языковой личности (ЯЛ), еще нельзя утверждать, что данное явление полностью изучено в отечественной лингвистике.

Исследуя языковую личность, А.Л. Канукоева утверждает, что в становлении и развитии ЯЛ, наряду с психофизиологическими особенностями самой личности, важную роль играют внешние факторы, например, социальное окружение, которое влияет на выбор ценностных ориентиров развития человека [Канукоева 2016: 14]. В современном мире мы наблюдаем «утрату устоявшихся границ, ценностей, социальных категорий, посредством которых человек определяет себя, свое место в изменяющемся социуме, другими словами, наблюдается кризис идентичности личности» [Идентичность... 2012: 127]. В связи с этим считаем актуальным исследование ЯЛ в аспекте самооценки, самоидентификации с учетом гендера. Необходимость отдельного изучения женской языковой личности (ЖЯЛ) обусловлена проблемами смягчения гендерной оппозиции и изменением полоролевых отношений в современной культуре [Лаппо 2013: 28].

ЖЯЛ изучается нами на основе русских и английских художественных текстов, написанных В. Токаревой [9] и Дж. Харрис [1]. Язык художественных текстов современных авторов-женщин является современной совокупной ЯЛ и сопоставительное изучение русской и английской ЯЛ и составление карты ментальной лексики позволит выявить особенности ЖЯЛ в разных культурах. Выбор авторов не случаен: В. Токарева и Дж. Харрис являются яркими представителями современной женской прозы, произведения которых—отличаются жанровым разнообразием, они описывают разные судьбы и характеры женщин.

Объектом данного исследования являются самоидентифицирующие высказывания (СВ), целью – изучение ментальной картины ЖЯЛ, что позволяет выявить доминантных параметров идентичности личности. Предметом нашего анализа являются персонажная и неперсонажная речь [Чурилина 2006: 28]. Материалом исследования были выбраны путем сплошной выборки следующие рассказы: В. Токаревой «Парака», «Пираты в далеких морях», «Скажи мне что-нибудь на твоём языке», «Глубокие родственники», «Один кубик надежды», «Центр памяти», «Счастливый конец», «Тайна земли» и Джоанн Харрис «Dryad», «Faith and Hope Go Shopping», «Fish», «Faith and Hope Fly South», «Ugly sister», «Never Give a Sucker an Even Break», «Rainy days and Mondays»¹. Для анализа мы провели систематизацию СВ, основываясь на классификацию Е.Н.Катановой [Катанова 2009].

I. Глагольный тип: *Кира: И еще я люблю бывать дома («Парака»), идентифицирующий признак* – интересы; *Тамара: Я всю жизнь робею перед нахалами («Пираты в далеких морях»), идентифицирующий признак* – характер; *Вероника: Я выгляжу так, будто вчера вернулась с побережья Крыма и Кавказа («Скажи мне что-нибудь на твоём языке»), идентифицирующий признак* – внешность; *Автор-рассказчик: Я привыкла всегда все делать сама и одна, привыкла ни на кого не рассчитывать («Счастливый конец»), идентифицирующий признак* – принципы;

II. Адекативный тип: *Тамара: Дура я («Пираты в далеких морях»), идентифицирующий признак* – ментальные способности; *Вероника: Я – никакая. Меня никогда не заметишь в толпе, а заметишь – не оглянешься («Скажи мне что-нибудь на твоём языке»), идентифицирующий признак* – личностная характеристика;

III. Субстантивный тип: *Жена брата: Я женщина! («Пираты в далеких морях»), идентифицирующий признак* – гендерный; *Вероника: Я – крыша Александра («Скажи мне что-нибудь на твоём языке»), идентифицирующий признак* – социальная роль.

IV. Аппозитивный тип: *Алена: Я стою, жду как идиотка («Тайна земли»), идентифицирующий признак* – ментальные способности; *Алена: Было ясно все, кроме одного: почему она, Елена Андреевна Журавлева, такая красивая, положительная, способная к устойчивому чувству, — почему из всего мужского населения она выбрала именно Николаева? («Тайна земли»), идентифицирующий признак* – статус.

V. Личностно-ориентированные сравнительные СВ *Кира: Я веду себя как дурак и как умный («Парака»), идентифицирующий признак* – ментальные способности; *Лариса: Я должна быть еще лучше тех, кто лучше меня («Парака»), идентифицирующий признак* – личные качества; *Тамара: Как корова на копытах («Пираты в далеких морях»), идентифицирующий признак* – внешность.

VI. Стратегия непрямого идентификации: *Вероника: Она красивая («Скажи мне что-нибудь на твоём языке»), идентифицирующий признак* – внешность; *Таня: Ну кому мы нужны за то, что мы – это мы? («Центр памяти»), идентифицирующий признак* – ментальные способности, личные качества (местоимение *мы*); *Вероника: Вкус у меня безупречный («Скажи мне что-нибудь на твоём языке»), идентифицирующий признак* – ментальные способности (местоимение *меня*).

¹ Цитаты из произведений приводятся по: [Joanne Harris Jigs & Reels. London. 304 p. и Токарева В. Летяющие качели: Рассказы и повести. СПб.: Азбука, 2021. 320 с.]

Рассмотрим примеры из рассказов Дж. Харрис:

I. Глагольный тип: *Mrs Clarke: I've always had a soft spot for the beeches* (“Dryad”) / Я всегда любила эти деревья (здесь и далее перевод наш – Г.Н.), **идентифицирующий признак** – личные интересы;

II. Адъективный тип: *Author: I was twenty-five, pregnant and on the brink of divorce* (“Dryad”) / Мне было двадцать пять, беременная и на грани развода, **идентифицирующий признак** – возраст, социальный статус; *Author: I was tired and lumpy in my pregnancy clothes* (“Dryad”) / Я себя чувствовала усталой и неуклюжей в своей одежде для беременных, **идентифицирующий признак** – физическое состояние, внешность.

III. Субстантивный тип: *Author: even I could see that, and I'm no expert* (“Dryad”) / Я смогла это увидеть, хотя и не эксперт – **идентифицирующий признак** – ментальные способности; *Sunny: I'm a collector* (“Rainy days and Mondays”) / Я – коллекционер – **идентифицирующий признак** – личные интересы;

IV. Личностно-ориентированные сравнительное СВ: *Uglysister: I am taller than most* (“Ugly sister”) / Мой рост выше большинства, **идентифицирующий признак** – внешность; *Faith: I'm not an intellectual, like Hope* (“Faith and Hope Fly South”) / Я не интеллектуал, как Хоуп, **идентифицирующий признак** – ментальные способности.

V. Стратегия непрямой идентификации: *Faith: They've been my passion for years, fashion glossies and society pages, restaurant reviews and film releases* (“Never Give a Sucker an Even Break”) / Я в течение многих лет интересовалась модными глянцевыми и светскими страницами, обзорами ресторанов и выпусками фильмов, **идентифицирующий признак** – личные интересы (местоимение *moi*).

Соотношение номинативных стратегий идентификации женской языковой личности в рассказах В. Токаревой и Дж. Харрис в количественном составе имеет следующие показатели: прямая (22 высказывания у В. Токаревой; 24 – у Дж. Харрис), непрямая (6 – у В. Токаревой, 2 – у Дж. Харрис). Для ЖЯЛ В. Токаревой и Дж. Харрис наиболее характерна прямая идентификация, которая выражается использованием местоимения 1 лица ед.ч. К непрямой идентификации героини обращаются реже, чаще она репрезентуется при помощи местоимений первого лица мн.ч., т.е. ЖЯЛ самооценивает себя как общность, как коллектив.

Таблица 1

Соотношение типов самоидентифицирующих высказываний в рамках стратегии прямой идентификации

Тип самоидентифицирующих высказываний (СВ)	Женская языковая личность в рассказах В. Токаревой	Женская языковая личность в рассказах Д. Харрис
	Количество самоидентифицирующих высказываний (СВ)	
Глагольный	8	9
Субстантивный	5	3
Адъективный	2	4
Аппозитивный	2	0
Личностно-ориентированные сравнительные СВ	5	7
Общее количество СВ	22	23

Из данных таблицы мы видим, что ЖЯЛ В. Токаревой и Дж. Харрис чаще обращаются к глагольным и личностно-ориентированным сравнительным типам СВ. В. Токарева для самохарактеристики героев использует и аппозитивный тип, в рассказах Дж. Харрис примеры данного типа не встречаются.

Анализ рассказов показывает, что ЖЯЛ В. Токаревой и Дж. Харрис при самооценке личности важным является личностный аспект оценки. Самые частые самоидентификации личности связаны с описанием характера и внешности, для В. Токаревой – ментальные способности и социальный статус, а для Дж. Харрис – интересы и социальная роль. Основываясь на результатах исследования, мы можем сделать следующие выводы: доминирующей номинативной стратегией самоидентификации ЖЯЛ В. Токаревой и Дж. Харрис является стратегия прямой идентификации; ЖЯЛ В. Токаревой и Дж. Харрис использует различные типы самоидентифицирующих высказываний. Однако Дж. Харрис чаще обращается к адъективному типу, в дискурсе В. Токаревой встречается и аппозитивный тип, который не наблюдается в рассказах английского автора; основные доминирующие факторы самооценки ЖЯЛ – внешность и характер, что объясняется особенностями женского характера.

Литература

Идентичность: социально-психологические и социально-философские аспекты: коллективная монография / К.В. Патырбаева [и др.]. Пермь: Издательство Пермского государственного национального исследовательского университета, 2012.

Канукоева А.Л. Ментальная картина женской и мужской языковой личности в мультипликационном фильме // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. 2016. № 1. С. 126-133.

Катанова Е.Н. Функциональный анализ самоидентифицирующих высказываний (на материале американских и британских парламентских дебатов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2009.

Ланно М.А. Самоидентификация: прямое, косвенное эксплицитное и косвенное имплицитное описание идентичности говорящим субъектом // Вестник Томского государственного ун-та. 2013. № 372. С. 28-32.

Чурилина Л.Н. «Языковая личность» в художественном тексте / науч.ред. В.Д. Черняк. М.: Флинта: Наука, 2006.

*G.R. Nasibullova (Kazan, Russia)
Kazan (Volga Region) Federal University*

SELF-IDENTIFICATION OF A FEMALE LANGUAGE PERSONALITY IN THE STORIES OF V. TOKAREVA AND J. HARRIS

This paper explores the problem of self-presentation of a female linguistic personality in a comparative aspect based on the material of the artistic discourse of V. Tokareva and J. Harris. Based on self-identifying statements, the dominants of identity and the mental picture of the female linguistic personality are determined.

Key words: linguistic personality, identification, mental picture, female linguistic personality, self-evaluative statement.

Е.Г. Озерова, М.Ю. Покручина (Белгород, Россия)
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
Ozerova@bsu.edu.ru; Mayya91@mail.ru

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ КОГНИТИВНО-КУЛЬТУРНОГО КОДА В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ В.Н. КРУПИНА

Статья посвящена функционированию прецедентных феноменов в художественных текстах В.Н. Крупина, которые актуализируют духовные универсалии и православные ценности, вступают в смысловое взаимодействие и представляют когнитивно-культурный код. Прецедентная информация отражает менталитет русского народа, выявляет специфику антропоцентрических маркеров, благодаря которым порождается национально-культурное восприятие художественных текстов В.Н. Крупина.

Ключевые слова: прецедентные феномены, когнитивно-культурный код, национально-культурное своеобразие.

Художественный текст как уникальное явление аккумулирует непрерывный поток смыслов, которые подчинены авторскому замыслу. Согласно мнению В.Н. Кожиной, художественный текст является тем самым пространством, основой которого становятся ранее известные тексты, образы и смыслы, а базовым свойством – способность «к приращению смысла, генерированию новых смыслов через взаимодействие с другими смысловыми системами» [Кожина 2006: 108]. Лингвокультурными маркерами художественного текста выступают прецедентные феномены, под которыми мы, вслед за В.В. Красных, понимаем те явления, предметы, названия и высказывания, которые регулярно воспроизводятся в речи в разнообразных вариантах, «хорошо известны всем представителям лингвокультурного сообщества, актуальны в когнитивном плане» [Красных 1997: 9].

Современная лингвистическая наука предлагает структуризацию прецедентных феноменов, выделяя прецедентный текст как обобщающее понятие, в котором можно вычленил определенные категории: имя, высказывание и ситуацию. Максимальная плотность функционирования прецедентных текстов в прозаических текстах В.Н. Крупина позволила проанализировать, каким образом в произведениях писателя репрезентируются данные категории и какую функцию они приобретают в художественном тексте.

Наиболее частотным феноменом в художественных текстах В.Н. Крупина выступает прецедентное имя: лингвокогнитивный феномен, который имеет четко фиксированную форму и ассоциируется с конкретным текстом или ситуацией. Следует отметить, что употребление прецедентных имен в прозе писателя четко дифференцировано: 1) имена библейского характера и 2) прецеденты из русской классической литературы.

В текстах писателя нами зафиксированы следующие прецедентные имена (располагаем по убыванию частотности употребления):

- номинации сына Божия и святых: *Иисус Христос, святой Николай (Николай Чудотворец, Николай Угодник, Великорецкий Чудотворец), Дева Мария (Пресвятая Богородица, Заступница), Лазарь Четверодневный, преподобный Сергей (Сергий Радонежский), Иоанн Креститель (Иоанн Предтеча), пророк Моисей;*

- православные праздники: *Преображение Господне, Пасха, Благовещенье, Вознесение Господне*;
- святые книги: *Псалтырь, Писание, Евангелие, Акафист, Ветхий Завет*;
- географические названия: *Голгофа, Афон, Вифлеем, Назарет*.

Отметим специфику использования данных прецедентов: приобретают в текстах писателя экстралингвистический характер, имплицитно осуществляя связь в русской духовной традиции и православной культурой.

Особой семантикой обладает прецедентное имя *Иисус Христос*, воплощенное в прозе В.Н. Крупина в номинациях *Христос, Иисус, Спаситель, сын Божий, Единый Пастырь* и отражающее смысловую доминанту спасения: «*Хотя «единый Пастырь» есть. Это Иисус Христос. И кем бы ты ни был, какое бы учение ни исповедовал, должен знать: судить будет Христос. Зачем Он приходил на Землю? Чтобы сказать нам Своей Крестной смертью – смерти нет. Нет смерти, не бойтесь! Не бойтесь жить, не бойтесь оканчивать земную жизнь. Ибо есть для вас жизнь вечная*» [Крупин 2018: www].

Прецедентное имя *Иисус Христос* в авторской интерпретации становится олицетворением символа веры писателя.

Прецедентное имя *Николая Чудотворца* также демонстрирует высокую частотность функционирования. Так, в повести «Крестный ход», читаем: «*У меня огромная радость – бабушка благословляет нести крест. Об этом говорят мне иподиаконы Павел и Петр. Алексея благословляют нести фонарь. Он пойдет первым, за ним я, потом Николай с иконою **Николая чудотворца** Великорецкого, за ним понесут образ Божией Матери, потом бабушка, певчие, потом все*» [Крупин 2010: 376]. В данном контексте не только прецедентные имена актуализируют духовные универсалии художественного текста, но и православные ценности вступают в смысловое взаимодействие и демонстрируют когнитивно-культурный код, под которым «мы понимаем комбинацию вербальных и невербальных знаний, передающихся из поколения в поколение и представляющих собой вечные культурно-исторические ценности народа» [Озерова 2012: 305]: 1) символ веры и православия – крест, 2) фонарь – символ жизни, света, радости, 3) икона наиболее почитаемого на Вятке святого, 4) образ заступницы Русской Земли – Божией Матери.

Функционирование прецедентных имен из русской классической литературы в художественных текстах В.Н. Крупина репрезентирует эмотивно-экспрессивную, когнитивно-оценочную и культурно-реминисцентную функции, нами зафиксированы также случаи контаминированной компрессии, например, прецедентное имя *Маленький Мук* используется как символ терпения в жизненных испытаниях; *Моцарт* и *Ломоносов* – эталоны таланта и ума. Следует отметить, что, используя прецедентные имена, В.Н. Крупин осуществляет не только смысловое развертывание, но и семантическую трансформацию. Так, *Маленький Мук* в одноименном рассказе писателя является неодушевленным предметом, чайником, который терпел тяготы и прошел сложное испытание – пострадал при пожаре, а имя свое получил, «*потому что маленький и очень быстро кипятился*» [Крупин 2021: 532]. Прецедентное имя *Ванька Жуков* – отсылка к рассказу А.П. Чехова – воспроизводится в новом ракурсе: герой, как *Ванька Жуков*, не зная дороги, бежит за самогоном. Осуществляется семантическая трансформация прецедентного имени, которая в художественном контексте приобретает имплицитную связь с национальной проблемой пьянства. Прецедентное имя *Акакий Акакиевич* в рассказе «Четыре немецких пишущих машинки» используется не в традиционной интерпретации как образ униженного и

оскорбленного человека, а номинирует профессиональную деятельность литературного героя: *«Акакий Акакиевич работал ксероксом». А что? Он же переписчик, разноможал бумагу»* [Крупин 2020: 416].

Частотны в текстах В.Н. Крупина имена писателей, среди них особое место занимает А.С. Пушкин, потому что: *«принять в сердце веру православную помогла литература. Особенно Пушкин»* [Крупин 2021: 146].

Включая в тексты прецедентные высказывания, автор перекодирует когнитивную информацию, наполняя произведение авторскими смысловыми вариациями: *«Тьма египетская» это из прочтенного мамой рассказа Булгакова, а стала она применять выражение к отцу, когда он выпил аптечный пузырек с лекарством*. Изначально библейский фразеологизм, имеющий значение «беспросветная тьма», трансформируется в прецедентное высказывание с семантикой ‘беспросветная глупость’. В рассказе «Энергия – дар Божий»: *«Наша страна обладает большими запасами ветра. «Ветер, ветер, ты могуч», ты не только можешь гонять стаи туч, но и приводить в действие ветродвигатели»* [Крупин 2021: 533] – прецедентное высказывание из сказки А.С. Пушкина номинирует технические достижения.

Прецедентная ситуация, в отличие от прецедентного высказывания, эксплицирует события, важные для определенной общности людей. В.В. Красных определяет термин как «эталонную», «идеальную» ситуацию, связанную с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу» [Красных 2002: 47]. В рассказе «Соколко» автор воспроизводит прецедентную ситуацию из «Сказки о мертвой царевне и семи богатырях» А.С. Пушкина: *«Когда царевна, отведенная в лес на погибель, приходит в дом семи братьев, Соколко очень радуется, верно ей служит. И старается оградить хозяйку от злой колдуньи, лает на нее, кидается, предупреждает царевну об опасности. Но царевна все-таки надкусила яблоко, у нее «закатились глаза, и она под образа головой на лавку пала и тиха, недвижна стала». Вскоре героически умирает и верный Соколко. Он, бессловесная тварь, не уберег любимую хозяйку. Страдание его безмерно»* [Крупин 2021: 145]. В тексте В.Н. Крупина смысловой вектор фокусируется на верном псе царевны – Соколко. Помимо репрезентации прецедентного феномена, текст приобретает нравственно-смысловую нагрузку: учит состраданию, заботе о ближних и животных, вере в силу любви.

В рассказе «Колобок и козлик» контаминируются два прецедентных текста из фольклора: песенка про серого козлика и народная сказка. Автор не только воспроизводит прецедентную ситуацию, но и интерпретирует авторскую трансформацию текста посредством ассоциации с художественной ситуацией – побег – фиксирует свое внимание на воспитательном аспекте народной мудрости: *«...очень полезное знание получает ребенок от этих историй: нельзя своевольничать, нельзя старших не слушаться»* [Крупин 2021: 515].

Многовекторность и высокая частотность прецедентных феноменов (имя, высказывание, ситуация) отражают культурно-смысловую погруженность художественных текстов В.Н. Крупина в пространство эпохи и национальное мировосприятие, аккумулируют этнокультурные ценности, которые выступают когнитивно-культурным кодом художественной действительности автора и читателя. Прецедентная информация отражает пространство эпохи и менталитет русского народа, выявляет специфику антропоцентрических маркеров, благодаря которым порождается национально-культурное восприятие художественных текстов В.Н. Крупина.

Источники

Крупин В.Н. Живая вода: повести, рассказы. М.: Вече, 2020.

Крупин В.Н. На земле под небесами: повести, рассказы. М.: Вече, 2021.

Крупин В.Н. Окрестившись, Русь вошла в бессмертие // Русский дом. 2018. № 7. URL: <http://www.russdom.ru/node/10740>. (дата обращения: 28.08.2023).

Литература

Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М.: Флинта-Наука, 2006.

Красных В.В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей, Вып. 2. М.: Филология, 1997. С. 5-12.

Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002.

Озерова Е.Г. Дискурсивное пространство русского лирикопрозаического текста: дис. ... д-ра филол. наук. Белгород, 2012.

E.G. Ozerova, M.Yu. Pokruchina (Belgorod, Russia)
Belgorod State National Research University

PRECEDENT PHENOMENA AS A REFLECTION OF THE COGNITIVE-CULTURAL CODE IN V.N. KRUPIN

This article is devoted to the functioning of precedent phenomena in the literary texts of V.N. Krupin, which actualize spiritual universals and Orthodox values, enter into semantic interaction and represent a cognitive-cultural code. Precedent information reflects the mentality of the Russian people, reveals the specifics of anthropocentric markers, thanks to which the national and cultural perception of V.N. Krupin.

Key words: precedent phenomena, cognitive-cultural code, national-cultural originality.

Т.И. Петухова (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный университет
t.petuhova@spbu.ru

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ КОНЦЕПТ *NATURE* В АСПЕКТЕ ЛИНГВОПОЭТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА К. АТКИНСОН “HUMAN CROQUET”)

В статье на материале романа К. Аткинсон “Human Croquet” рассматривается актуализация художественного концепта *NATURE* в аспекте лингвопоэтики как междисциплинарного направления исследований литературного творчества. Анализируются языковые средства и приемы, реализующие эстетический потенциал данного концепта в художественном тексте и позволяющие автору эксплицировать для читателя эмотивные смыслы.

Ключевые слова: лингвопоэтика, междисциплинарность, художественный концепт *NATURE*, эмотивный смысл, концептуальное взаимодействие.

В настоящее время характерной чертой гуманитарных исследований является междисциплинарность, обусловленная процессом трансфера знаний, когда достижения в той или иной области научного знания экспортируются в другую область, обогащая ее и оказывая влияние на формирование новых направлений исследований [Демьянков 2016, Зыкова 2017]. Художественный концепт *NATURE*,

эксплицируемый в литературном творчестве, получает детальное рассмотрение в рамках таких взаимодействующих друг с другом дисциплин, как когнитивная лингвистика, лингвокультурология, литературоведение, лингвостилистика, лингвопоэтика. Трансфер научного знания и его интеграция позволяют наиболее полно изучить значимые валентности данного концепта и выявить его потенциал в трансляции эмотивного и эстетического смысла в художественном произведении.

Как отмечает Е.Б. Борисова, в фокусе литературоведческого анализа находится содержание текста, язык при этом является вспомогательным материалом для анализа. Лингвистическое исследование изучает, прежде всего, язык, текст же рассматривается с точки зрения выявления общих признаков [Борисова 2010]. Лингвопоэтика определяется учеными как раздел филологии, изучающий эстетические свойства, приобретаемые языковыми единицами в художественном контексте. По словам В.Я. Задорновой, «различные элементы языка, оказываясь в сфере словесно-художественного творчества, преобразуются, выявляя объективно заложенные в них возможности эстетического выражения. Те или иные слова именно тогда становятся предметом лингвопоэтического анализа, когда в исследуемом произведении они подверглись эстетическому преобразованию в соответствии с замыслом автора [Задорнова 2005: 116]. Таким образом, лингвопоэтика изучает то, «какими языковыми средствами и приемами эксплицируются смыслы в художественном тексте и оказывается эмоционально-эстетическое воздействие на читателя» [Борисова 2012: 13].

Анализируя понятие художественного концепта, исследователи, как отмечает И.А. Тарасова, используют два основных подхода: одни характеризуют его как индивидуально авторское психическое образование, а другие – отмечают его связь с национальной художественной традицией, называют его компонентом национальной художественной картины мира [Тарасова 2010]. С точки зрения когнитологов, художественный концепт является единицей художественной интерпретации опыта, «представляет собой синтезированную структуру», единицу знания, сформированную «в результате установления межконцептуальных связей» [Маслова 2015: 227]. В лингвопоэтике художественный концепт рассматривается как «элемент вербально-образной картины мира, представляющий собой сложноорганизованный феномен, формирующийся в конкретном тексте или ряде произведений общего литературного направления как результат взаимодействия чувств и мыслительных операций автора (авторов) над языковыми знаками, вербализованный нетривиальным образом посредством эстетически преобразованных единиц национального языка» [Грязнова 2018: 219].

Художественный концепт NATURE представляет несомненный интерес с точки зрения изучения его эмотивного и эстетического потенциала и нередко становится объектом изучения лингвистов. В данной статье рассматривается его функционирование в романе современной британской писательницы Кейт Аткинсон “Human Croquet”¹. Роман насыщен колоритными персонажами и печальными размышлениями о сложных взаимоотношениях между людьми, оставленных детях, непростом периоде взросления, одиночестве, людских пороках. Природа вместе с тем в начале романа предстает как нечто живое и прекрасное. Так, например, Луна, которая в обычной жизни относится к неживой природе, в романе предстает как предвестник романтики и любви, о которых так мечтает героиня, 16-летняя Изабель:

¹ Примеры приводятся по [Atkinson K. Human Croquet. 1998. E-Book.]

“...” *the moon rises from behind the roof of Audrey’s house. Not any old moon, not the usual moon, but enormous white disc like a big Pan Drop, a cartoon moon almost, its lunar geography – seas and mountains – a luminescent grey, its chaste rays illuminating the streets of trees with a much kinder light than the streetlamps. We’re stopped in our tracks, half enchanted, half horrified by this magic moonrise* [Atkinson. “Human Croquet”].

Луна в данном фрагменте художественного текста – это не просто небесное тело, но нечто необычное и магическое (*Not any old moon, not the usual moon, but enormous white disc, a cartoon moon, magic moonrise*). Эстетическое и эмоциональное воздействие на читателя достигается путем использования лексем, описывающих чистоту, сияние и мягкость лунного света (*a luminescent grey, its chaste rays illuminating the streets of trees with a much kinder light than the streetlamps*), а также путем экспликации эмоций Изабель и ее подруг, зачарованно и испуганно воспринимающих восход небесного светила (*half enchanted, half horrified*).

По мере развития сюжета меланхолия и печаль девушки, ее одиночество и тоска по любви находят все большее выражение и часто переключаются в романе с состоянием природы:

I look out of the window at the bare black branches of the Lady Oak, scrimshawed against the ivory of a tea-time sky. Troops of crows are racing the twilight to reach the shelter of its branches “...” Soon it will be the years midnight and I can feel the solstice blues coming on me. And the rain it raineth every day. I should be out amongst the Christmas lights of Glebelands, sitting in the Three Js Coffee Bar – even a milky coffee and a Blue Riband with Eunice would be preferable to this melancholy. I am made of absence, darkness, death; things which are not [Atkinson. “Human Croquet”].

В представленном фрагменте романа выделенные словосочетания, описывающие природу в темное время суток в начале холодного сезона (*the bare black branches; troops of crows are racing the twilight; the years midnight*), а также интертекстуальное включение, фраза из пьесы Шекспира (*And the rain it raineth every day*), где дождь в контексте символизирует жизненные лишения, способствуют передаче эмоционального состояния героини (*the solstice blues coming on me; I am made of absence, darkness, death*). Таким образом, природа выступает как художественный концепт, вербальная репрезентация которого способствует экспликации автором эмотивного смысла.

Концептуальные области *NATURE* и *HUMAN* в тексте романа тесно взаимодействуют друг с другом. Так, при описании деревьев К.Аткинсон использует сонатизмы:

Trees that would give pleasure, that could be observed in bud and new leaf, unfurling their green fingers on the streets of houses, raising their sheltering leafy arms over the dwellers within [Atkinson. “Human Croquet”].

Процессы, происходящие в природе, автор описывает при помощи лексем, обычно актуализирующих действия человека, создавая тем самым особую эстетически маркированную атмосферу романа. Процесс фотосинтеза представлен как самозабвенный танец света и зелени, слившихся в объятии, а высыпавшие гурьбой звезды наделены способностью отправлять неразборчивые шифровки:

Light and green embrace, dancing a wild jig of excitement for a tiny fraction of time while the little molecule of light gives up its energy.

The stars are all out, sending their indecipherable messages [Atkinson. “Human Croquet”].

В то же время внешность, мысли и чувства человека нередко репрезентируются при помощи природной лексики. Так, говоря о своей внешности, героиня сравнивает себя с гигантским дубом, чудесные волосы своей подруги описывает как вулканический поток:

I am nearly two yards high in my bare feet. A gigantic English oak (quercus robustus). My body a trunk, my feet taproots, my toes probing like pale little moles through the dark soul. My head a crown of leaves growing towards the light. What if this keeps up? "..."

Audrey's lovely red-gold hair, hair that, let loose, flowed down her back like a rippling volcanic stream, a banner of flame, had to be roped into a big fat plait that hung almost to her waist [Atkinson. "Human Croquet"].

Эмоция печали в романе обладает запахом, который лозой окутывает героиню, а чувство одиночества передается через ее ощущение блуждания в бескрайнем темном лесу:

I fall asleep with the smell of woodsmoke in my hair and the scent of sadness coiled around me like a vine, and dream that I'm lost in an endless dark wood, alone and with no rescuer "... [Atkinson. "Human Croquet"].

Таким образом, в романе К. Аткинсон "Human Croquet" художественный концепт *NATURE* актуализируется в индивидуальном авторском стиле при помощи единиц языка, которые в конкретных контекстах эстетически преобразуются, транслируют эмотивные смыслы и оказывают воздействие на читателя.

Литература

Борисова Е.Б. Художественный образ в английской литературе XX века: типология-лингвопоэтика-перевод: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. Самара, 2010.

Грязнова А.Т. Лингвопоэтический анализ художественного текста: подходы и направления. М.: МПГУ, 2018.

Демьянков В.З. Языковые техники «трансфера знаний» // Лингвистика и семиотика культурных трансферов: Методы, принципы, технологии (коллективная монография). М.: Культурная революция, 2016. С. 61-85.

Задорнова В.Я. Слово в художественном тексте // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2005. Вып. 29. С. 115-125.

Зыкова И.В. Метаязык лингвокультурологии: КОНСТАНТЫ и ВАРИАНТЫ. М.: Гнозис, 2017.

Маслова Ж.Н. Творческое языковое сознание. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2015.

Тарасова И.А. Художественный концепт: диалог лингвистики и литературоведения // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 742-745.

*T.I. Petukhova (St. Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University*

LITERARY CONCEPT *NATURE* FROM THE PERSPECTIVE OF LINGUISTIC POETICS (BASED ON K. ATKINSON'S NOVEL "HUMAN CROQUET")

The article, based on the novel "Human Croquet" by K. Atkinson, deals with the actualization of the literary concept *NATURE* in the aspect of linguistic poetics as an interdisciplinary research area of literary creativity. The author analyzes linguistic means and techniques that implement the aesthetic potential of the concept in the fiction text and allow the author to express emotive meanings for the reader.

Key words: linguistic poetics, interdisciplinary studies, literary concept NATURE, emotive meaning, conceptual interaction.

Е.В. Политова (Москва, Россия)

*Институт экономики, управления и коммуникаций в сфере
строительства и недвижимости НИУ МГСУ*

el.politova@gmail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЖЕНСКОГО ОБРАЗА В РОССИЙСКОМ ДИСКУРСЕ МОДЫ 1920-Х ГГ.

Эпоха 1920-х гг. в России характеризуется зарождением новых ценностей, вытесняющих женские образы предыдущих годов. В статье представлен российский дискурс женской моды постреволюционной эпохи.

Ключевые слова: дискурс моды, образ женщины; 1920-е г., советская женская пресса, креолизованный текст.

Эпоха 1920-х гг. в России – это период слома, перехода в парадигму новых культурных ценностей. Глубокие перемены в социуме после революции 1917 г. способствовали преобразованию жизни на новый лад.

Актуальность исследования связана с тем, что мода, как социальный феномен, играет значительную роль в жизни общества. Она не только отражает определенную манеру одеваться, но и показывает глубинные трансформации, происходящие в жизни людей. Анализ дискурса моды как продукта определенной эпохи является важным для формирования актуальной оценки действительности в самых различных сферах деятельности человека – экономической, духовной, политической, социальной и др.

Целью исследования является выявление особенностей формирования женского образа в дискурсе моды на примере советской эпохи 1920-х гг.

Цель исследования определяет следующие задачи: 1) рассмотрение темы исследования с теоретической точки зрения; 2) на основе анализа составленного тематического корпуса рассмотреть особенности формирования женского образа в советском дискурсе анализируемого периода.

Основными методами нашего исследования являются исторический метод, метод контекстуального анализа дискурса и сравнительный метод. При помощи вышеупомянутой методологии возможно определить сферу деятельности дискурса, его участников, их социальные роли, связанные с принадлежностью к той или иной социальной группе по половому, профессиональному и др. признакам.

Модная индустрия имеет динамику к изменениям, поэтому вышеуказанные методы позволяют рассмотреть особенности развития дискурса моды в течение определенного периода.

Материал исследования. В анализируемом нами языковом корпусе представлены основные журналы советской женской прессы 1920-х годов. Исследуемая нами женская пресса 1920–х годов включает 6 советский изданий: «Работница» (с 1914 г. – по н/в), «Крестьянка» (с 1922 г. – по н/в), «Делегатка» (1923–1931), «Ателье» (1923), «Искусство одеваться» (1928–1929), «Четыре сезона» (1927–1929). Выбор статей из журналов для языкового анализа (общий объем языкового материала – 724 журнала) проводился на основании тематической выборки. В исследовательский корпус вошли

статьи, специализирующиеся на моде и манере одеваться. Финальная выборка составила 30 журналов, 65 статей, включающих 28 069 слов, 193 180 знаков.

В статье мы опирались на одно из классических определений, предложенных Н. Д. Арутюновой, дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» или «взятая в событийном аспекте» [Арутюнова 1990: 137].

Согласно определению М. С. Легкой, дискурс моды является «продуктом сознательной деятельности людей, которые принадлежат миру моды» [Легкая 2018: 3].

Путем изучения советского дискурса моды 1920-х гг. можно выявить сложные процессы, происходящие в России в период становления советского социалистического государства. Одновременно со сменой эпохи изменилась ситуация в области женской прессы. Большинство дореволюционных литературно-общественных журналов было закрыто за «безыдейность». В период с 1917 г. по 1928 гг. было положено начало формированию основных типов советской женской прессы.

Нужно сказать, что идея «нового советского человека» определила модный нарратив 1920-х г. Книга исследовательницы Дж. Бартлетт начинается с вопроса «способна ли мода – феномен, глубоко укорененный в культурной и исторической традиции западной цивилизации – однажды начаться заново, с нуля?» [Бартлетт 2011: 15].

Образ женщины радикально менялся, если сравнивать его с дореволюционным образом. Женщина начала советской эпохи – это женщина-мать, работница, равная мужчине в интеллектуальном плане, независимая, стремящаяся к активному образу жизни, физически сильная, скорее не использующая вредную для кожи косметику. Выполнение среди женщин мужской работы было в определенном плане знаком некой привилегии по сравнению с предыдущими временами. Следовательно, многие женщины в анализируемый период перестали чувствовать себя в определенном плане «зажатыми» по сравнению с мужчинами.

Стремление красиво и модно одеться чаще считалось признаком буржуазности и легкомысленности, однако все же оно уместно выражалось в поиске самобытной советской, отличной от западной идеи красоты, позволяющей женщине отображать «моральную чистоту», опрятность. Идея новой одежды основывалась, прежде всего, на функциональности и гигиеничности.

В моде сохранялись две тенденции: 1) поиск «своей» моды с опорой на русский национальный характер и искусство, возможность славянофильской стилизации одежды, отражающей современные реалии; 2) переосмысление «слепого» копирования западной моды и выработка характерного «советского костюма».

Одной из задач советской моды являлось разрушение иерархии, существовавшей в дореволюционном обществе и классового подхода к одежде.

В ходе исследования было показано, что требования моды после революции значительно снизились, чем до революции. Женщины в определенном плане чувствовали себя гораздо более раскрепощенными, чем до революции. Такой фактор очень сильно отразился на модной индустрии.

Образ кокетливой женственности, изнеженности, роскоши, существовавший в дореволюционное время, больше не отвечал запросам общества. Часто встречающиеся в текстах риторические высказывания, выражают возмущение, негодование и резко отрицательное отношение к западной моде.

Важно отметить, что некая зажатость женщин во время российской империи больше не отвечала запросам общества во время революционных изменений в

обществе. В изданиях транслировалась основная идея о том, что внимания заслуживает та мода, которая предназначена простой советской женщине-труженице.

В ходе исследования было установлено, что советский дискурс, в том числе советский дискурс моды, тесно связан с оценочностью и идеологией, поэтому дискурс советской моды следует рассматривать как ценностный дискурс, отражающий доминирующие идеи в советском обществе 1920-х гг., которые распространяются через женскую прессу.

Согласно Н. Гебли, анализ текстов моды «на риторическом уровне становится идеологическим» [Najat el Guebli 2009: 34] (здесь и далее перевод наш – *Е. П.*). «А действительности, одежда выражает фундаментальный элемент, описывающий индивидуальное поведение и социальные структуры. Кроме того, он позволяет идентифицировать ту или иную эпоху» [Najat el Guebli 2009: 38].

Таким образом, мы видим, что основные функции советской женской прессы изменились в связи с переменами, произошедшими с изменением роли женщины в обществе и событиями, произошедшими в самом обществе. Модная индустрия претерпела динамические изменения в 1920-е гг. Перемены в манере одеваться были связаны преимущественно с изменением ролевого поведения женщин. Наблюдается некое стремление к сглаживанию гендерных ролей в обществе. Анализ текстового корпуса указывает на ситуацию борьбы новообразованной советской моды с «буржуазной» модой Запада и модой дореволюционной эпохи в России, что непосредственно отразилось на формировании нового женского образа. Считаем тему исследования в связи с переосмыслением моды прошлого достаточно актуальной, в т.ч. при проведении для междисциплинарных исследований.

Литература

Арутюнова Н.Д. Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 136-137.

Бартлетт Дж. FashionEast : призрак, бродивший по Восточной Европе / пер. с англ. Е. Кардаш. М.: Новое литературное обозрение, 2011.

Легкая М.С. Дискурс моды как объект изучения в лингвистике // Проблемы науки. 2018. № 4 (145). С. 106-108.

Guebli N. el. Analyse sémio-linguistique de quelques vêtements de mode. Thèse de doctorat : Sciences du langage. Cergy-Pontoise, 2009.

E.V. Politova (Moscow, Russia)

*Institute of Economics, Management and Communication in Construction and Real Estate of
Moscow State University of Civil Engineering*

THE PECULIARITIES OF CONSTRUCTION OF FEMALE IMAGE IN RUSSIAN FASHION DISCOURSE IN 1920S

The period of the 1920s in Russia is characterized by the emergence of new values displacing the female images of previous years. The article presents Russian discourse of women's fashion of the post-revolutionary period.

Key words: fashion discourse; feminine image; the 1920s; soviet feminine press; creolized text.

Д.С. Скнарев (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
sknarev_ds@pfur.ru

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ХРАМА В КОНФЕССИОНАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ¹

Церковь как значимый общественный институт заинтересована в наибольшем охвате пользователей и продвижении религиозных ценностей через сайт храма. Автор проанализировал языковые средства создания рекламного образа, функционирующие на сайтах храмов Москвы. Выяснилось, что наиболее частотными и эффективными средствами привлечения внимания прихожан оказались эпитеты и фразеологизмы, с помощью которых можно создать уникальный образ храма, передать значимую маркетинговую информацию

Ключевые слова: рекламный образ, конфессиональная интернет-реклама, языковые средства.

Для Русской православной церкви Интернет выступает средством передачи информации, инструментом для общения со священнослужителями по электронной почте, а также для заказа молебнов. Многие священнослужители весьма успешно ведут блоги, страницы в соцсетях и др. [Макарова 2022].

Цель исследования – анализ специфики языковых средств создания образа в конфессиональной интернет-рекламе. Материалом для работы стали сайты православных храмов г. Москвы.

Религиозная коммуникация неоднократно становилась предметом различных исследований. К ней обращались отечественные (Е.В. Бобырева, И.В. Бугаева, А.С. Макарова и др.) и зарубежные (Н. Campbell, Р. Cheong и др.) авторы. Однако специфика религиозной интернет-коммуникации не изучена обстоятельно в современной науке.

Считаем сайт храма особой разновидностью рекламного текста, функционирующего в пространстве электронной массовой коммуникации и продвигающего религиозные ценности, информирующего прихожан о деятельности храма, его миссии, с последующим их привлечением в храм и вовлечением в эту деятельность.

Среди языковых средств создания образа храма продуктивны религиозные термины (литургия, причащение, тропарь, кондак, ставропигия, евхаристия и др.), обслуживающие важную сферу общественной жизни и человеческой деятельности, функционируя в узкоспециальной сфере – церковном обиходе и религиозной практике.

На анализируемых сайтах терминология конфессионального характера используется адаптивно и, как правило, не выходит на передний план. Т.к. потенциальной аудиторией в религиозной интернет-коммуникации выступает обширный и разнородный круг пользователей, на практике используется общеупотребительная лексика, широко применяемая в повседневном общении и понятная каждому носителю языка.

Метафоры, функционирующие в изучаемых интернет-текстах религиозной тематики, выступают значимым языковым средством создания образа храма в

¹ Публикация выполнена в рамках проекта №202802-2-000 Системы грантовой поддержки научных проектов РУДН им. П. Лумумбы.

сознании пользователей. Они рассчитаны на долговременное воздействие, т.к. обладают мощной экспрессией. Главенствующего положения в текстах они не занимают, но в целом отмечаем их частотность на сайтах храмов г. Москвы.

Например, *сердце духовной жизни православной России последних 70-ти лет* (Богоявленский кафедральный собор в Елохове), *величайший памятник стойкой державной силы русского народа, силы, укорененной в Российской Православии и питавшейся из этого возвышающего источника Веры* (Казанский собор на Красной площади), *воплощение торжества русского зодчества и вечной памяти погибших во славу нашего Отечества* (Храм всех Святых на Кулишках), *жемчужина верующей Москвы* (Храм Воскресения Словущего на Успенском вражке), *последнее прибежище в горе и отчаянии* (Храм Воскресения Словущего на Успенском вражке), *тихий островок среди житейского моря* (Никола-Перервинский монастырь) и др.

Как видно из примеров, используемые метафоры весьма образны и экспрессивны, вследствие чего обладают особой эмотивностью и воздействующей силой. Они позволяют сформулировать краткое утверждение о достоинствах храма и его достижениях, уникальности, престижности, социальной значимости, целительных свойствах святынь («чудесах»). В данном случае речь может идти и о формулировании позиционирования храма. Например, Покровская обитель – *место обретения силы и спокойствия духа* (Покровский женский монастырь святой Матроны в Москве).

Рассмотрим примеры эпитетов, функционирующих в интернет-текстах конфессиональной рекламы: *лаконичная архитектура памятника выразительна и монументальна* (храм архангела Михаила), *просторный и светлый храм* (храм архангела Михаила), *декор трапезной лаконичен и сдержан* (храм Ризоположения на Донской), на западной стороне столпа образ Архангела Михаила, написанный в *яркой выразительной манере* (храм Ризоположения на Донской), на службе царица *необыкновенно радостная и благодатная атмосфера* (Покровский женский монастырь), *необычная нарядная архитектура* (Храм Живоначальной Троицы на Шаболовке), *дивный образ* Божией Матери, *чудотворная икона* Пресвятой Богородицы «Взыскание погибших», *чтимый образ* с мощами Святителя Спиридона (Храм Воскресения Словущего на Успенском вражке) и др.

Эпитеты подчеркивают индивидуальность храма, называют его отличительные качества и уникальные свойства, акцентируя внимание пользователей на значимой информации, направленной на формирование духовных ценностей и представление православных святынь как уникальных памятников русской архитектуры и духовных очагов жизни россиян. По сути они выступают в роли своеобразного путеводителя для тех, кто выбирает храм для молитвы или собирается посетить церковь, чтобы полюбоваться ее красотой.

Во многих случаях употребления отмечается актуализированная оценочность и образность фразеологизмов, функционирующих в интернет-текстах религиозной направленности. Данные единицы репрезентируют особенности национального менталитета и российской православной культуры, популяризируют религиозные ценности.

Например, прихожане Трехсвятительской церкви *не теряют надежды* обрести храмовую святыню – икону Божией Матери «Прозрение очес» (храм Трех Святителей на Кулишках), желание никогда не покидать церковь, быть всегда вместе, участвовать *всем сердцем и всем сознанием* в Евхаристии – *такое счастье нам дал Господь* (храм Трех Святителей на Кулишках), с ней нужно быть всегда открытым, *говорить* только

от всего сердца и слушать внутренним оком (Покровский женский монастырь), каждый раз благодатная служба Владыки становится праздником, надолго остающимся в сердцах всех молящихся в этом храме (храм преподобного Пимена Великого), храм не прекращал своего молитвенного служения в очень тяжелые для всего русского народа годы, неся возложенную на него Промыслом Божиим духовную миссию – окормлять православных людей, объединенных под омофором Русской Православной Церкви, *утешать в земных скорбях и помогать найти дорогу на Небо* (Храм Воскресения Словущего на Успенском вражке) и др.

По результатам исследования выяснилось, что в создании образа храма наиболее продуктивны такие языковые средства, как эпитеты и фразеологизмы, репрезентирующие духовные ценности, подчеркивающие уникальность церкви как явления русской культуры. Экспрессивность, выразительность и образность данных единиц способствует возникновению интереса со стороны пользователей по отношению к информации, предлагаемой на сайте храма. Используемые в ходе интернет-коммуникации языковые средства создания образа способствуют умиротворению человека и выступают своеобразным путеводителем для всех тех, кто определяется с выбором церкви для молитвы или в туристических целях.

Литература

Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2007.

Бугаева И.В. Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития: автореф. дис. ... д. филол. наук. М., 2010.

Макарова А.С. Языковые и стилистические особенности православной медиапроповеди // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 1044-1061.

Campbell H. Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds. N.Y.: Routledge, 2013.

Cheong P., Ficser-Nielson P., Gelfgren S. Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practice and Futures. N.Y.: Peter Lang International, 2012.

D.S. Sknarev (Moscow, Russia)
RUDN University

LINGUISTIC MEANS OF CREATING AN IMAGE OF A CHURCH IN CONFESSIONAL INTERNET ADVERTISING

The church, as a significant public institution, is interested in the greatest coverage of parishioners and the promotion of religious values through the its website. The author analyzes the content of Moscow churches websites and linguistic means of creating an advertising image of a church. It turned out that the most frequent and effective means of attracting the attention of parishioners are epithets and phraseological units which create a unique image of the temple, and convey significant marketing information.

Key words: advertising image, confessional Internet advertising, linguistic means.

М.В. Стефанович (Новосибирск, Россия)
Новосибирский государственный педагогический университет
maria.stefanovich@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ИННЕКТИВНЫХ РЕМАРОК, ВЫРАЖЕННЫХ КАЧЕСТВЕННЫМИ НАРЕЧИЯМИ НА -LY С ЭМОТИВНО-ОЦЕНОЧНЫМ КОМПОНЕНТОМ, В ДРАМАТУРГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В данной статье предпринята попытка рассмотреть иннективные однословные ремарки, выраженные качественными наречиями на -ly с эмотивно-оценочным компонентом как особые коммуникативно ориентированные паратекстовые интеграции, которые характеризуют ракурс сценической интерпретации коммуникативной ситуации, описываемой репликой или ее частью.

Ключевые слова: драматургический дискурс, драматический текст, иннективная ремарка, качественные наречия, эмотивно-оценочный компонент.

Среди авторских или сценических ремарок исследовательский интерес представляет особая топологическая их разновидность – иннективные однословные ремарки, выраженные качественными наречиями на -ly с эмотивно-оценочным компонентом (*impatiently, triumphantly, coolly, indignantly, rather solemnly*). Такие ремарки, интегрируя диалогизированное или монологизированное взаимодействие персонажей в драматургический дискурс, могут участвовать в фиксированной трехкомпонентной структуре ИМЯ ПЕРСОНАЖА – РЕМАРКА НА -ly – РЕПЛИКА ПЕРСОНАЖА, предваряя реплику действующего лица (1) или характеризоваться межрепликовой локацией, разбивая элементы сценического диалога или монолога на микровысказывания (2). Обратимся к примерам:

1. HAZEL (*not crossly*): Don't be schoolmistressy, Madge.

2. CAROL (*severely*): Quite right, Kay. (Going up to ALAN.) And that's because we're very, very fond of you, Alan, though you are such a chump. You must smoke your pipe too – for coziness. (*Generally.*) Robin and Joan are courting in the dining room now. I can see they're going to be an awful nuisance.

Выделяют нескольких функциональных разновидностей иннективных ремарок, выраженных качественными наречиями на -ly с эмотивно-оценочным компонентом: интонационно-декламационные; модально-эмотивные; эмоциональные; просодические; интроспективные; коммуникативно-направленные; ремарки психологических состояний; персонификаторы, характеризующие психоэмоциональное состояние персонажа [Толчеева 2014: 127]. Все они ориентированы на аудиальное или визуальное восприятие, два важнейших источника получения знаний о мире, и описывают голосовые характеристики действующего лица или его психоэмоциональное проявление в момент произнесения реплики.

При этом эмотивно-оценочный компонент в семантике качественных наречий на -ly в значительной степени влияет на синтаксическую структуру ремарки. Например, в иннективных ремарках с фиксированной трехкомпонентной структурой, отобранных методом сплошной выборки в драме J.B. Priestley "Time and the Conways", номинативная плотность эмотивно-оценочных наречий на -ly оказывается высокой в случае, если такое наречие встраивается в структуру ремарки как самостоятельный, автономный элемент (60,6%), например:

3. CAROL (*triumphantly*): I knew it. I could see it in your eye, Madge.

Другие количественные показатели наблюдаются в ремарочной структуре, включающей эмотивно-оценочное наречие на -ly с уточняющими словами / фразами или в функции определения к другому элементу ремарки (20,2%, ср.: *not too rudely*; *very quietly*; *rather wearily*; *lightly*, but serious underneath; *sharply* for her; *accusingly* to her mother; *affectionately* amused; *terribly* alarmed now; *carefully* just; *condescendingly* gracious), а также в функции постпозитивного определения к акциональному глаголу (19,2%, ср.: *adds gloomily*; *cutting in sharply*; *facing them bravely*; *quotes quietly*, but with feeling). Например:

4. CAROL (rather *solemnly*): The great thing is – to dress up.

5. ALAN (grinning *shyly*): She is – a bit.

Способность эмотивно-оценочных наречий на -ly встраиваться в структуру иннективной однословной ремарки заложена в производном характере, который определяет их принадлежность к разряду предикатных языковых единиц. Это позволяет идентифицировать наречия на -ly как «скрытые предикаты»: они участвуют в структуре предложения в качестве другой предикативной единицы, которая, помимо распространения предложения, вводит еще одну, дополнительную пропозицию, трансформируя предложение в полипредикативное [Дюндик 2011: 43]. Ср.:

6. Carol said it *excitedly* to Hazel. → When Carol said it (1) she was in excited condition (2).

В этой связи в ремарке, которой свойственны эллипсис и компактность элементов [Хижняк 2006: 8], простое предложение с уточняющими элементами типа S – V – (O) – Adv in -ly в результате семантической свертки может редуцироваться без существенной потери смысловой нагрузки до эмотивно-оценочного наречия на -ly. Последнее хранит тесную связь с глаголом, имплицитно главную пропозицию свернутого предложения, например:

7. Carol (*excitedly*): I think I ought to be an actress. → Carol says *excitedly* to Hazel.

Тем самым, эмотивно-оценочное наречие на -ly, обособленное рамками иннективной ремарки, помещается в фокус внимания участников драматургического дискурса, становится коммуникативно более выпуклым и транслирует больший объяснительный потенциал, нежели тот, который предполагается его языковой формой. Это связано с тем, что переосмысление признаковой сущности более высокой степени абстракции (признака второго порядка) через другую признаковую сущность (статический признак) закрепляется как способ отражения и представления фрагмента действительности в семантике производного слова в свернутом, редуцированном, т.е. имплицитном виде [Кубрякова 1981: 55].

Поэтому наименования психоэмоционального проявления или голосовой модуляции ориентированы, прежде всего, на значение обобщающего характера, за которым выстраивается объемная смысловая структура, включающая экстралингвистические / энциклопедические знания и описывающая известные (неизменные, повторяющиеся) условия и обстоятельства, способные влиять на характер поведения и создавать те или иные отношения.

Свернутый способ хранения исходной информации об обозначаемом позволяет оперативно извлекать из памяти и оперировать большими массивами информации, ориентируясь на значение обобщающего характера, которое задает гетерогенному семантическому пространству эмотивно-оценочного наречия на -ly области распределения информации без указания на специфические особенности каждой. В этом, на наш взгляд, коренится возможность альтернативной интерпретации

иннективных однословных ремарок, выраженных эмотивно-оценочным наречием на -ly: в пространстве драматургического дискурса они разворачиваются адресатом (читателем) или адресантом (драматургом / актером) с опорой на последующую реплику и задают участникам драматургического дискурса экспликацию определенного ракурса обзора коммуникативной ситуации, описываемой репликой или ее частью, на которую распространяется сфера действия обобщающего значения эмотивно-оценочного наречия на -ly [Стефанович 2023: 548]. Последнее актуализируется с опорой на базовые знания природы психоэмоциональных проявлений и их причинно-следственных связей участниками драматургического дискурса.

Поскольку концептуальную основу качественных наречий на -ly с эмотивно-оценочным компонентом формирует обстоятельственная семантика образа или способа сценического действия [Закареишвили 1990: 11], можно говорить о том, что иннективные однословные ремарки, выраженные эмотивно-оценочным наречием на -ly, характеризуют ракурс сценической интерпретации описываемой коммуникативной ситуации, т.е. они содержательно приспособлены для описания способа существования актера на сцене в момент произнесения реплики: через голос, который, по меткому выражению Б. Дизраэли, является вернейшим зеркалом характера и через психоэмоциональное проявление. Эта особенность вместе со способностью эмотивно-оценочных наречий на -ly выступать в качестве свертки предиката, может объяснить востребованность и наибольшую репрезентативность эмотивно-оценочных наречий на -ly в структуре иннективных однословных ремарок в пространстве драматургического дискурса, где складывается конфликтная ситуация, т.е. столкновение интересов, взглядов, идеалов, обострение разногласий через высказывание / навязывание другого убеждения, т.е. другого чувства, другой оценки предлагаемых обстоятельств.

Драматургический дискурс создает благоприятные условия и способствует актуализации эмотивной оценки по своей коммуникативно-прагматической природе: релевантность приобретает не только интерпретация действующим лицом описываемой коммуникативной ситуации, но и информация об эмоциональном поведении действующего лица как о средстве реализации коммуникативной интенции. В этой связи иннективные однословные ремарки с эмотивно-оценочными наречиями на -ly можно охарактеризовать как коммуникативно ориентированные паратекстовые интеграции, являющиеся «своего рода невербальными коммуникативными скрепами, которые опосредованно соединяют как невербальное когнитивное средство цепочку реплик персонажа» [Уманская 2006: 9].

Литература

Дюндик Ю.Б. Наречие оценки и категоризация опыта: монография. Иркутск: ИГЛУ, 2011.

Закареишвили М.К. Семантика и форма сценической ремарки во французской пьесе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тбилиси, 1990.

Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: семантика производного слова. М.: URSS, 2008.

Стефанович М.В. Особенности интроспективных наречных ремарок с суффиксом -ly в драматургическом дискурсе // Когнитивные исследования языка. 2023. № 3-2(54). С. 546-550.

Толчеева К.В. Изучение драматургического паратекста в отечественной науке: проблемы типологии и взаимодействия с драматургическим диалогом // Вестник

Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 2. С. 125-129.

Уманская М.Б. Контексты функционирования и средства выражения акциональных модально-эмотивных авторских ремарок в англоязычной литературе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2006.

Хижняк А.В. Ремарка в драмах Ф. Шиллера: локально-структурный, функционально-семантический и переводческий аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Д., 2006.

Priestley J.B. Time and the Conways: A Play in Three Acts. London: William Heinemann LTD. 1937.

M.V. Stefanovich (Novosibirsk, Russia)
Novosibirsk State Pedagogical University

INNECTIVE REMARKS EXPRESSED BY QUALITATIVE ADVERBS IN -LY WITH EMOTIVE-EVALUATIVE COMPONENT IN DRAMA DISCOURSE

The research focuses on innective one-word remarks expressed by qualitative adverbs in -ly with emotive-evaluative component. Viewed as special communication oriented paratext integrations they characterize the perspective of stage interpretation in a communicative situation described by the dialogue line.

Key words: drama discourse, drama text, innective remark, qualitative adverbs, emotive-evaluative component.

Любовь Чжан (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
zlysbil922@gmail.com

ТОПОЛОГИЯ ИСТОЧНИКОВ МЕТАФОРИЧЕСКИХ ПРОЕКЦИЙ В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

На материале метафорических моделей в китайских и российских рекламных роликах, демонстрирующих три основных категории товара, разрабатывается процедура идентификации и систематизации источников метафорических проекций.

Ключевые слова: полимодальная метафора, метафорическая проекция, источник метафоры, метафора ТОВАР.

Концептуальная метафора, реализующаяся в метафорических моделях и их проекциях [Lakoff, Johnson 1980], в последние годы стала инструментом анализа полимодального дискурса [Forceville, Urios-Aparisi 2009]. В данной статье с помощью метода полимодальной метафоры, реализующейся в трех семиотических модальностях (языковой, визуальной и звуковой) в ряде метафорических проекций, исследуется состав источников проекций, представляющих ключевую для рекламного дискурса метафору ТОВАР / PRODUCT [Huang et al. 2020]. Как известно, товары традиционно подразделяются на три категории: а) товары повседневного спроса (товары с низкой ценой, которые обычно покупаются без особого планирования, например, хлеб, журналы), б) товары дополнительного выбора (товары, которые покупаются реже, требуют более тщательного планирования и могут быть найдены только в меньшем количестве торговых точек, например, бытовая техника, мебель и

одежда), в) особые товары (дорогостоящие товары, приобретаемые с ориентацией на бренд, например, бриллианты и автомобили). Предположительно метафорические модели, реализующие все три типа товаров, можно системно представить, ориентируясь не только на сами типы метафор [Lakoff, Johnson 1980], но и на общие типы источников представляющих их метафорических проекций.

В качестве методологического решения проблемы системного изучения источников проекций мы опираемся на топологическую концепцию четырех типов образ-схем Дж. Пустейовского, которая позволяет подвергать анализу любые типы референта (в нашем случае референтом выступает ТОВАР) на общих основаниях. Согласно данной концепции [Pustejovsky 1991], можно рассматривать четыре типа источников метафорических проекций: 1) ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ / FUNCTION, описывающие действие, производимое самим товаром (например, в метафорической проекции «движение товара есть движение чего-л.»), 2) ХАРАКТЕРИСТИКА / KIND, представляющие свойства товара (например, в проекции «сладость товара есть сладость чего-л.»), 3) ЧАСТЬ-ЦЕЛОЕ / PART-WHOLE, представляющие часть / компонент товара или группу товаров со включенным товаром (например, «вкус товара есть вкус чего-л.»), 4) ИСПОЛЬЗОВАНИЕ / LIFE HISTORY, описывающие «действие» над товаром (например, «выбор товара есть выбор чего-л.). Возможность применения данного инструментария для изучения полимодального дискурса была ранее продемонстрирована в [Киосе 2023].

Материалом анализа служат рекламные ролики, иллюстрирующие 3 основных категории товара (ролики шоколада как товара повседневного спроса, ролики косметики как товара дополнительного выбора, ролики автомобилей как товара особого спроса) китайских, российских брендов и брендов из других стран, ориентированных на китайский и российский рынок. Всего отобрано 60 роликов; их общая продолжительность составляет 60 мин. 03 сек. Для установления источника полимодальной метафорической проекции разработана процедура, в основании которой лежит методика выявления полимодальных метафор [Forceville, Urios-Aparisi 2009], дополненная с учетом необходимости идентификации не только метафорической модели, но и проекции. Приведем этапы идентификации сфер-источников: 1) установление ассоциаций области знания, в рамках которой конструируется демонстрируемый товар, с иными областями знания, 2) определение области знания, которая находится в ассоциативной связи с областью знания, представляющей продукт, 3) идентификация метафорической модели, включающей две ассоциируемые области знания как сферу-источник и сферу-цель, 4) установление метафорической проекции, реализуемой данной метафорической моделью, 5) определение типа источника метафорической проекции с опорой на четыре их типа (ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКА, ЧАСТЬ-ЦЕЛОЕ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ).

Как показал проведенный анализ, в рекламном дискурсе широко представлены все четыре источника метафорических проекций, что означает потенциальную возможность проведения сравнительного анализа их частотности. Продемонстрируем некоторые примеры. Так, на рисунках 1 и 2 представлена полимодальная реализация метафорических моделей ТОВАР (Косметика) есть СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРЕПЯТСТВИЙ и ТОВАР (Шоколад) есть ВОЗЛЮБЛЕННЫЙ в их метафорических проекциях.

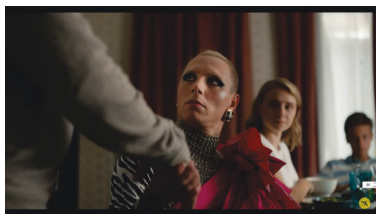


Рис. 1. Метафорическая проекция
«демонстрация косметики есть демонстрация
способа преодоления препятствий»



Рис. 2. Метафорическая проекция
«постоянство (присутствия) шоколада есть
постоянство возлюбленного»

На рисунке 1 в рекламе французского производства, ориентированной на российского покупателя и представляющей тушь для ресниц бренда Vivienne Sabo, показан процесс и результат использования товара (косметики, туши для ресниц), т.е. действия над товаром; таким образом, фиксируется реализация источника типа ИСПОЛЬЗОВАНИЕ. Сюжет рекламы организован вокруг семейной встречи, в которой впервые участвует бойфренд дочери, работающий танцором, что не приветствуется в данной семье. Бойфренд (после исполнения танца) демонстрирует лицо в профессиональном гриме (косметике), таким образом транслируя свой профессиональный статус и – через это действие – повышая уверенность в себе при коммуникации с главой семьи. Соответственно, информацию о функционировании товара мы получаем через демонстрацию товара в визуальной модальности, где использование косметики способно преодолеть препятствие (отрицательное отношение) и придать человеку уверенность в себе. Данную метафорическую проекцию, раскрывающую модель ТОВАР (Косметика) есть СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРЕПЯТСТВИЙ, можно обозначить как «демонстрация косметики есть демонстрация способа преодоления препятствий». Вторым распространенным типом источника стала ХАРАКТЕРИСТИКА, что определенно связано с тем, что создателям рекламы необходимо вывести на первый план некоторые уникальные свойства товара. Так, в рекламе американского производства, ориентированной на китайского покупателя и демонстрирующей подарочную коробку шоколада Dove, реализуется метафорическая модель ШОКОЛАД есть ВОЗЛЮБЛЕННЫЙ (Рис. 2). Данная модель формируется метафорическими проекциями в языковом и визуальном рядах. Для развития одной из них, «постоянство (присутствия) шоколада есть постоянство возлюбленного», в рекламе демонстрируется, что шоколад, который есть неотъемлемая часть Дня святого Валентина, «сопровождает» героиню каждый день, предлагает попробовать разные вкусы. Таким образом реклама транслирует определенную характеристику шоколада – его «постоянство» присутствия с героиней.

Представим более редкие источники проекций в рекламе (рис. 3 и рис. 4).



Рис. 3. Метафорическая проекция «ремень безопасности автомобиля есть близкий человек»



Рис. 4. Метафорическая проекция «достижение вершины есть достижение победы»

В рекламе шведского производства, ориентированной на российский рынок и демонстрирующей автомобиль Volvo, формируется метафорическая модель АВТОМОБИЛЬ есть СЕМЬЯ (рис. 3). Показана сцена, когда люди обнимают своих родственников, прощаясь и приветствуя их; она сменяется сценой пристегивания отцом ребенка ремнем безопасности в машине. В языковом ряду присутствуют реплики любящих людей (в том числе ребенка), обращенные друг к другу. В визуальном фокусе оказывается часть автомобиля, ремень безопасности, через который транслируются характеристики надежности и безопасности. Таким образом актуализируется источник ЧАСТЬ-ЦЕЛОЕ и реализуется метафорическая проекция «ремень безопасности автомобиля есть близкий человек». На рис. 4 показан фрагмент рекламы китайского производства, ориентированной на внутренний рынок и реализующей метафорическую модель АВТОМОБИЛЬ есть КУНГ-ФУ ПАНДА. В ролике демонстрируется, как автомобиль преодолевает препятствия, поднимаясь на вершину, при этом появляется изображение кунг-фу панды; в звуковом ряду также обнаруживаются характерные звуки, подкрепляющие формирование ассоциации автомобиля и кунг-фу панды. В данном случае сам автомобиль «совершает» действие, соответственно, источником метафорической проекции становится ФОРМИРОВАНИЕ в «достижение вершины есть достижение победы».

Проведенный анализ показал, что предложенная методика установления метафорических проекций позволяет определять их в полимодальном дискурсе, а также инвентаризировать их в составе единой топологической системы.

Литература

- Кюсе М.И. Полимодальный метод исследования языкового конструирования // Когнитивные исследования языка. 2023. № 3 (54). С. 631-636.
- Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago: Chicago University Press, 1980.
- Huang S., Carulli M., Hekker P., Schifferstein R., Bordegoni M. Designing Product Metaphor to promote sustainable behaviour: a proposed method // Proceedings of the Design Society DESIGN Conference, 2020. Vol. 1. P. 1921-1930.
- Forceville Ch.J., Urios-Aparisi E. *Multimodal Metaphor*. Berlin Berlin – NY: De Gruyter Mouton, 2009.
- Pustejovsky J. The syntax of event structure // *Cognition*. 1991. Vol. 41. P. 47-81.

TOPOLOGY OF SOURCE DOMAINS IN COMMERCIAL METAPHOR MAPPING MODELS

The study explores the metaphor models in Chinese and Russian commercials which feature three types of goods. It develops the identification procedure of source domains in metaphor mapping models.

Key words: multimodal metaphor, mapping model, source domain, metaphor PRODUCT.

С.А. Шейнак (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
shevpak_sa@pfur.ru

КУРСИВ: АВТОРСКАЯ СТРАТЕГИЯ В РОМАННОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена изучению использования курсива как наиболее распространенной формы мультимодальности в романе и особого семиотического модуса визуального ряда. С опорой на стратегический подход У. Эко и диалогическую модель М. М. Бахтина показано, что использование курсива становится диалогической стратегией автора, когда курсив служит источником смыслопорождения и читатель вынужден интерпретировать выделенные курсивом элементы. Читатель создает собственные значения, которые не навязаны текстом, но на необходимость поиска которых курсив ему указывает.

Ключевые слова: смыслопорождение, монологическая / диалогическая стратегия, индексальная / дискурсивная функция.

Семиотические ресурсы в литературном дискурсе привлекают внимание исследователей мультимодальности¹: Kress & Van Leeuwen [2001], Hallet [2009], Nørgaard [2009; 2010], Gibbons [2012]. Однако Nørgaard [2009: 142], цитируя Kress & Van Leeuwen, подчеркивает, что любой нарратив является мультимодальным благодаря типографической визуальности, даже если он не включает в себя широкий спектр невербальных репрезентаций. Курсив как конвенциональный типографский ресурс предполагает, согласно Gibbons, минимальный уровень включения мультимодальности в романый дискурс. При этом Nørgaard отмечает, что курсив не рассматривается литературной критикой как источник смыслопорождения. Когда типографика становится предметом исследований Levenston [1992], Gutjahr & Benton [2001], Armstrong [2007], Simonsen [2007], они не анализируют семантику курсива.

В статье курсив как семантический модус романного дискурса рассмотрен с опорой на стратегический подход У. Эко и диалогическую модель М. М. Бахтина. Цель анализа курсива как особого семиотического модуса – показать, как авторские стратегии неконвенционального использования курсива способствуют созданию смыслов, которые не предполагаются повествовательным контекстом. Такое смыслопорождение в романном дискурсе становится ответом читателя, приглашенного выбором автора² элементов для визуализации курсивом к интерпретативному сотрудничеству.

Курсив как элемент паратекста в литературном дискурсе

Курсив стал одним из наиболее конвенциональных элементов паратекста в романе. Появившись в эпоху Возрождения, как отмечает Morison [2009], курсив

использовался как вспомогательный шрифт. Сначала его выбор принадлежал типографам, но затем право его использовать перешло к автору. Simonsen [2007: 119] показывает, что поэты-романтики использовали курсив много, но без видимой причины. Согласно Levenston [1992: 100], в исследованных им американских романах XX в. курсив не являлся источником смыслопорождения: он использовался для пояснения смыслов, заложенных в текст, не для добавления или создания новых. Однако Levenston подчеркивает, что курсив в литературном дискурсе может быть семантическим ресурсом, если его чередование с регулярным шрифтом создает у читателя ощущение диалога при столкновении двух альтернативных мировоззрений, логических уровней или состояний сознания, воплощенных в одном тексте.

Курсив как особой семиотический модус

Исследования мультимодальности в литературном дискурсе, процитированные выше, рассматривая различные семиотические модусы, не уделяют внимания эффектам курсива, хотя есть как минимум три аргумента анализировать его в романе как особый модус.

Рассуждая о типографических ресурсах в мультимодальном романе, Nørgaard [Nørgaard 2010] выбирает его экспериментальные формы, превращающие читателей в «пользователей» визуальных ресурсов текста [Gibbons 2012: 431]. Курсив считается конвенциональной формой, далекой от экспериментов. Однако Maingueneau [2007: 107] утверждает, что сегодня авторы намеренно изобретают собственные правила выделения курсивом.

Вторая причина особой роли курсива в романе связана с функцией, типографики в мультимодальных романах Hallet [Hallet 2009] приписывает ей лишь структурирующую функцию, при этом значение типографических элементов извлекается из контекста. Курсив не предполагает контекстуализации и сталкивается с регулярным шрифтом без видимых оснований.

Наконец, Hallet [Hallet 2009: 148] подчеркивает, что визуальные формы в романе способствуют разворачиванию повествования: чтение текста и визуальное восприятие синхронизированы или последнее заменяет первое. Например, если роман завешается каллиграммой³. Напротив, выделенные курсивом текстовые элементы, привлекая внимание читателя, побуждают искать его смысл вне текста в причинах выбора элементов для визуальной репрезентации.

Курсив становится в повествовании особым семиотическим модусом: его наглядность требует от читателя ответного понимания, в основе которого готовность занять активную позицию в диалоге с курсивом [Bakhtin 2010].

Курсив как семантический модус

Nørgaard [Nørgaard 2009] выделяет у курсива индексальную и дискурсивную функции. Заставляя читателя замечать разрывы в непрерывности регулярного текста, курсив в романе выполняет индексальную функцию. Решение автора привлечь внимание читателя, выделив отдельные элементы текста, заставляет читателей искать ответ на вопрос о причинах их появления и порожденных этим смыслах. Такое вопрошание курсива соотносится с его дискурсивной функцией. Буквальное значение выделенных курсивом текстовых элементов должно быть переосмыслено читателями в общем контексте повествования, чтобы дать собственную интерпретацию авторскому выбору. Читатели могут расходиться в интерпретациях, порождая множественные значения. Eco [Eco 1984] подчеркивает, что семантическое пространство литературного дискурса создается посредством совместной деятельности, в которой читатель актуализирует текст, подчиняясь замыслу автора.

Авторский выбор курсива можно считать авторской стратегией, вовлекающей читателя в диалог, в интерпретативное сотрудничество.

Авторская стратегия использования курсива будет монологической, если она ограничивает интерпретационный выбор читателя: структура текста и контекст навязывают читателю понимание авторского выбора курсива. Ответное понимание читателя не создает новых значений в повествовании, а воспроизводит те, которые были подсказаны авторским выбором курсива. Монологический курсив обращен к *наивному* читателю, который, по мнению Есо, «использует произведение как семантический механизм и является жертвой стратегий автора, который мало-помалу будет вести его по заранее предписанному пути» [Есо 2005: 200].

Авторская стратегия обращения к курсиву будет диалогической, когда читатель вынужден дать собственный ответ на вопрос о семантике визуально выделенных элементов текста. В ответе читатель может дать лишь собственную интерпретацию авторского выбора курсива, исходя из своего опыта. Диалогический курсив предусматривает *критического* читателя, который «оценивает произведение как эстетический продукт» и «наслаждается серийностью серии» Есо [Есо 2005: 200]. Серия выделенных курсивом разрозненных элементов требует внимания читателя и ответной интерпретации.

Читателю предстоит реконструировать семантическую целостность повествования и преодолеть противоречие между структурной напряженностью курсива, разрушающего единство текста, и приписыванием ему значений, восстанавливающим смысловое единство текста. Только неявная, диалогическая стратегия использования автором курсива стимулирует творческую активность читателя в создании смыслов.

Примечания

¹ Значения термина мультимодальность анализируют В.В. Махова и О.Н. Занина [2021]. Мультимодальными Hallet [2009] называет романы, использующие различные семиотические ресурсы.

² В статье не различаются инстанции автора и нарратора, поскольку для курсива важно лишь наличие инстанции, принимающей решение о визуализации элементов текста.

³ Каллиграммой Э. Ле Теллье, участник группы экспериментальной литературы (*OULIPO*), заканчивает роман *Аномалия* (Гонкуровская премия 2020 г.), приглашая читателя восстанавливать утраченный смысл рассыпающегося и утрачивающего буквы текста.

Литература

Махова В.В., Занина О.Н. Мультимодальность как объект в зарубежных лингвистических исследованиях // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2021. Т. 11. № 3. С. 38-53.

Armstrong G. Paratexts and Their Functions in Seventeenth-Century English "Decamerons". The Modern Language Review. 2007. Vol.102, Issue. 1. P. 40-57.

Bakhtin M. Speech genres and other late essays. Austin: University of Texas Press, 2010.

Eco U. The role of the reader. Bloomington: Indiana University Press, 1984.

Eco U. Innovation and repetition: between modern and postmodern aesthetics. *Daedalus*. 2005. Vol. 134. № 4. P. 191-207.

Gibbons A. Multimodal literature and experimentation. In J. Bray, A. Gibbons and B. McHale [eds.], The Routledge companion to experimental literature. NY: Routledge, 2012. P. 420-434.

Gutjahr P.C., Benton M. Illuminating letters: Typography and literary interpretation. Amherst: Univ. of Massachusetts Press, 2001.

Hallet W. The Multimodal Novel: The Integration of Modes and Media in Novelistic Narration. In F. Jannidis, M. Martinez, J. Pier, W. Schmid [eds.], *Narratologia: Narratology in the Age of Cross-Disciplinary Narrative Research*. Berlin: Walter de Gruyter, 2009. P. 129-154.

Kress G.R., Van Leeuwen T. *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, 2001.

Levenston E.A. *The stuff of literature: Physical aspects of texts and their relation to literary meaning*. NY: SUNY Press, 1992.

Maingueneau D. *Linguistique pour le texte littéraire*. Paris: Armand Colin, 2007.

Morison S. *Selected Essays On the History of Letter-forms in Manuscript and Print*. Vol. 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

Nørgaard N. The semiotics of typography in literary texts. A multimodal approach. *Orbis litterarum*. 2009. Vol. 64. Issue 2. P. 141-160.

Nørgaard N. Multimodality and the Literary Text: Making Sense of Safran Foer's "Extremely Loud and Incredibly Close". In R. Page [ed.], *New Perspectives on Narrative and Multimodality*. NY: Routledge, 2010. P. 115-126.

Simonsen P. *Wordsworth and Word-Preserving Arts*. NY: Palgrave Macmillan UK, 2007.

S.A. Sheypak (Moscow, Russia)
RUDN University

ITALICIZING: AUTHORIAL STRATEGY OF THE NOVELISTIC DISCOURSE

The paper examines the use of italics as the most conventional form of multimodality in the novel and argues why italicizing should be analyzed as a particular semiotic. Based on the strategic approach of U. Eco and the dialogical model of M. M. Bakhtin, the paper concludes that the use of italics in novelistic discourse becomes a dialogical strategy, when italicizing is applied as a meaning-making narrative mood and the free reader's response to novelistic italicizing creates meanings which are not imposed by the text, but only suggested by the choice of italicizing.

Key words: meaning making, monologue/ dialogical strategy, indexical/ discursive import.

О.В. Шкуран (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
oksana.shkuran@mail.ru

САКРАЛЬНЫЙ, САКРАМЕНТАЛЬНЫЙ И ИХ ДЕРИВАТЫ КАК ЯДЕРНЫЕ ВЕРБАЛИЗАТОРЫ КОНЦЕПТА САКРАЛЬНОЕ¹

В статье рассматривается история функционирования и понятийный аспект семантики лексических единиц *сакральный*, *сакраментальный* и их дериватов как ядерных вербализаторов концепта САКРАЛЬНОЕ в русском литературном языке на материале лексикографических источников и употребления в письменной и устной речи конца XVII – начала XXI вв.

Ключевые слова: когнитивная семантика, концепт САКРАЛЬНОЕ, вербализация, русский язык.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект № 23-18-00252 «Библейское наследие восточнославянских языков в лингвокультурологической и лексикографической интерпретации (Большой русско-белорусско-украинско-русинский словарь библеизмов)» в рамках программы «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований отдельными научными группами».

Концепт САКРАЛЬНОЕ является одним из ключевых концептов не только концептосферы РЕЛИГИЯ, но и понятийно-образной картины мира в целом, поскольку в него включаются как религиозные смыслы, так и светское содержание, отражающее такие стороны социальной, культурной, духовной жизни, которые либо непосредственно связаны с религией, либо противопоставлены ей, либо копируют (моделируют) религиозное восприятие и осмысление мира.

Понятийное и образное содержание концепта САКРАЛЬНОЕ преимущественно обусловлено семантикой латинского *sacer* «1) посвященный; предназначенный; 2) священный, святой; внушающий благоговейное уважение, великий; 3) обреченный подземным богам, т.е. преданный проклятию, проклятый, гнусный; 4) магический, таинственный» [Дворецкий 1976: 891]. В толковании латинского *sacer* представлены весьма разнополные его понимания, что затрудняет вычленение ядерных смысловых компонентов концепта САКРАЛЬНОЕ. Тем не менее наиболее объективно определить наиболее существенные семантические признаки латинского *sacer* представляется возможным, если обратиться к его дериватам, которые заметно дифференцированы как по продуктивности, так и по мотивировке своих значений. Так, семантизации большинства дериватов латинского *sacer* содержат семы 'священный', 'святой', которые являются доминантными (обладают наибольшей значимостью, поэтому приводятся всегда первыми в толковании значений полисемантов), например, *sakro* 'освящать, объявлять неприкосновенным, священным, нерушимым; посвящать и др.'; *sacrum* 'священный предмет, священная утварь; священное творение; священный обряд, священнодействие, богослужение и др.'; *sakerdotium* 'первосвященник'; *sakrarium* 'святылище; помещение для хранения священной утвари'; *sakratio* 'посвящение'; *sakrator* 'освятивший'; *sakrifjer* 'везущий священные предметы' и т.д. [Дворецкий 1976: 891–892].

Именно «священный» и «святой» являются наиболее значимыми (актуальными) признаками понятийно-образного содержания концепта САКРАЛЬНОЕ, которые детерминируют лексическую избирательность и семантическую глубину его вербализаторов. Наиболее показательны особенности вербализации в русском литературном языке конца XVII – начала XXI века концепта САКРАЛЬНОЕ прослеживаются на примере функционирования таких его ядерных вербализаторов, как *сакральный* и *сакраментальный* (и их дериватов).

Лексема *сакральный* (и его дериваты *сакрализация*, *сакрализовать*, *сакрализованный*) появилась в русском языке как заимствованный термин в религиозноведческом, философском и научном дискурсах только в начале XX века. Впервые встречается в трактате Ф.Ф. Зелинского «История античной культуры» (1914) и более поздних его работах «Идея нравственного оправдания» (1916), «Древнегреческая религия» (1918), «Религия эллинизма» (1922), а также в сочинениях С.Н. Булгакова «Свет невечерний» (1916), П.А. Флоренского «Иконостас» (1922), Н.А. Бердяева «Размышления о русской революции» (1924), «Демократия, социализм и теократия» (1924) и др. Показательно, что субстантив *сакральность* впервые встречается только в начале 1970-х гг. в работе А.Я. Гуревича «Категории средневековой культуры» (1972).

Первая словарная фиксация *сакральный* появляется в 1949 г. в «Словаре иностранных слов» с объяснением «священный, относящийся к религиозному культу и ритуалу» [СИС 1949: 574]. В аналогичном значении «относящийся к религиозному культу; обрядовый, ритуальный» лексема *сакральный* зафиксирована в академических словарях русского языка [ССРЛЯ 1962: XIII: 57-58; СРЯ 1988: IV: 14].

В речевом употреблении вне религиозного, философского и научного дискурсов (как показал анализ ruscogroga.ru) понятийное содержание лексемы *сакральный* (и ее дериватов) существенно расширяется и трансформируется, во-первых, за счет семантической диффузии с понятийным содержанием лексических единиц семантического поля с общей гиперсемой 'сакральное' (*божественный, святой, конфессиональный, магический, таинственный* и др.), а во-вторых, под воздействием профанных интерпретаций понятий 'религиозный', 'священный', 'культовый', 'ритуальный', 'обрядовый' (и понятийного содержания соответствующих лексических единиц).

Лексема *сакральный* и ее дериваты достаточно широко используются в современном религиозном дискурсе (по данным анализа patriarchia.ru и других православных интернет-ресурсов, печатных изданий и СМИ), однако не входят в состав церковной лексики (и не отражаются в церковной лексикографии), т. е. как таковые не имеют сакральной значимости и не несут в себе собственно сакрального смысла (их понятийное содержание не является частью концептосферы православной картины мира). Это означает, что лексема *сакральный* и ее дериваты не являются частью сакрального языка, а ее понятийное содержание не может выступать предметом секуляризации общественного сознания (в отличие, например, от лексем *святой* и *священный*, которые во времена массового атеизма в СССР наполнялись социальным смыслом и преимущественно в нем употреблялись в речи). В то же время понятийное содержание лексемы *сакральный* и ее дериватов как часть понятийного содержания концепта САКРАЛЬНОЕ и подпадает процессам десакрализации и ресакрализации, а также профанизации.

Лексема *сакраментальный* (от новолатинского *sacramentalis* восходящего к *sacrum*) широко употребляется в русском языке с середины XIX века, например, «...слова правосудие и порядок заменили *сакраментальное* дотоле слово свобода» (Ф.Ф. Вигель, «Записки» 1850-1860), или «...в земле, в почве есть нечто *сакраментальное*» (Ф.М. Достоевский, «Дневник писателя», 1876). Вместе с тем дериват *сакрамент* встречается еще в петровскую эпоху, например, «Не токмо едино при отправлении порядочного духовного чина, но и при сообщении святых сакраментовъ, или таинствъ, и иныхъ дѣйствахъ церковныхъ...» («Письма и бумаги Петра Великаго») [Смирновъ 1910: 268], а впервые – в записках Патриаршего дворцового приказа 1623-1624 гг.

В словарях лексема *сакраментальный* фиксируется с начала XX в., впервые с 1905 г. в «Словаре иностранных слов и научных терминовъ» А.Е. Яновского в значении «священный» [Яновский 1905: 623]. При этом ранее в 1894 г. в «Объяснительном словаре иностранных слов» приводится субстантив *сакраменталии* «(лат.) священные обряды въ католической церкви, не принадлежащія къ семи таинствамъ, но по значению своему, связанные съ ними» [СОИС 1894: 519], а еще ранее субстантив *сокраментъ* «(лат.) высокая тайна, непостижимость; общее выражение семи церковныхъ таинствъ» встречается в 1865 г. в «Словаре иностранных слов» И.Ф. Бурдона [Бурдонъ 1865: 558] и впервые – в 1817 г. в «Церковном словаре» П. Алексеева *сакраментъ* «объщание или клятва Христіанская, каковая, напримѣръ, бываеъ при крещеніи, обязывающая быть воиномъ Христовымъ; таинство церковное, или священный обрядъ» [Алексѣевъ 1819: IV: 49].

Примечательно, что социально-политические катаклизмы и последующие кардинальные изменения в культурной жизни России после 1917 г. не оказали влияния ни на употребление в речи, ни на «словарную жизнь» лексемы

сакраментальный, которая приводится и толкуется и в «Новой политической энциклопедии» 1917 г. как «относящийся къ священнымъ обрядамъ; священный» [Звенигородцевъ 1917: 96], и в «Словаре иностранных слов» (1937) как «(ср.-лат. *Sacramentalis*) священный, обрядовый, требуемый обрядом» [СИС 1937: 504], и в «Словаре иностранных слов» (1949) как «священный, обрядовый» [СИС 1949: 574], и в «Толковом словаре» под редакцией Д.Н. Ушакова как «[новолатин. *sacramentalis* – священнодейственный] (книжн.) священный, заветный» [ТСУ 1940: IV: 25]. В академическом «Словаре русского языка» *сакраментальный* получает уже более широкое толкование, которое соответствует его употреблению в литературных текстах XIX – середины XX в., как «1) То же, что сакральный || Священный, заветный. 2) Ставший обычным, традиционный» [ССРЛЯ 1962: XIII: 58], с уточнениями в «Словаре русского языка» как «1. Относящийся к религиозному культу, обрядовый, ритуальный || Достойный поклонения, почитания, священный. 2. Ставший обычаем, традицией, освященный традицией» [МАС 1988: IV: 14]. В «Новом толково-словообразовательном словаре русского языка» Т.Ф. Ефремовой полисемант *сакраментальный* справедливо дополняется еще одним значением «имеющий магический смысл, звучащий как заклинание (о словах, выражениях, речи)» [Ефремова 2000].

Лексема *сакраментальный* (в отличие от *сакральный*) в своем основном значении входит в состав сакрального языка православия (в котором означает относящийся к таинственной, недоступной непосвященным сущности христианского культа, а также к церковным таинствам, с помощью которых человеку даруется благодать Святого Духа или спасительная сила Божия) и в этой связи вербализует ту часть понятийно-образного содержания концепта САКРАЛЬНОЕ, которая входит в концептосферу христианской картины мира.

В речевом употреблении вне языка церкви, религиозоведческого, философского и научного дискурсов (как показал анализ ruscorpora.ru) *сакраментальный* употребляется чаще в значении ‘обычный’ или ‘традиционный’, а также ‘имеющий особый смысл’ или ‘звучащий по-особенному’. Актуализация именно этого (профанного) компонента понятийной семантики *сакраментальный* позволило сохранить ее сакральный компонент и избежать его десакрализации.

Следует отметить, что такие ядерные вербализаторы концепта САКРАЛЬНОЕ в русском языке, как *сакральный* и *сакраментальный* (и их дериваты) функционально ограничены периодом XVII–XXI вв., демонстрируют невысокую употребительность (по данным ruscorpora.ru, соответственно, около 1200 и 500 случаев), мало продуктивны в деривационном плане, не отражают понятийную сферу сакрального языка и православной картины мира, употребляются преимущественно в десакрализованных или профанных смыслах и уступают в репрезентативности двум другим ядерным вербализаторам данного концепта – *священный* и *святой*.

Словари

Александръ П. Церковный словарь. Часть IV. СПб.: Въ Типографіи И. Глазунова, 1819.

Бурдон И.Ф. Объяснительный словарь 30000 иностранных словъ, вошедшихъ въ употребление въ русскій языкъ. М.: Въ Университетской типографіи, 1865.

Дворецкий И.Х. Латинско-русский словарь. 2-е изд. М.: Русский язык, 1976.

Звенигородцевъ П. Новая политическая энциклопедія и словарь иностранных словъ. М.: Народная мысль, 1917.

МАС – Словарь русского языка: в 4 т. Т. 4 / ред. А.П. Евгеньева. М.: Русский язык, 1988.

СОИС – *Новейший* полный словотолкователь и объяснитель 150 000 иностранных слов, вошедших в русский язык. М.: Типография И.Я. Полякова, 1894.

СИС – *Словарь* иностранных слов / ред. Ф.Н. Петров. М.: ОГИЗ РСФСР, 1937.

СИС – *Словарь* иностранных слов / ред. И.В. Лехин, Ф.Н. Петров. М.: Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1949.

ССРЛЯ – *Словарь* современного русского литературного языка: в 17 т. Т. 13. М., Л.: Изд-во АН СССР, 1962.

Смирновъ Н.А. Западное влияние на русский языкъ въ Петровскую эпоху. С.-Петербургъ: Типография Императорской Академіи Наукъ, 1910.

ТСУ – *Толковый* словарь русского языка: в 4 т. Т. 4 / ред. Д.Н. Ушаков. М.: Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1940.

Яновскій А.Е. Словарь иностранных словъ и научных терминовъ. С.-Петербургъ: Брокгаузъ-Ефронъ, 1905.

O.V. Shkuran (Moscow, Russia)

RUDN University

SACRED, SACRAMENTAL AND THEIR DERIVATIVES AS NUCLEAR VERBALIZERS OF THE CONCEPT SACRAL

The article examines the history of the functioning and conceptual aspect of the semantics of the lexical units *sacred*, *sacramental* and their derivatives as nuclear verbalizers of the concept “Sacral” in the Russian literary language based on lexicographic sources and use in written and oral speech of the late 17th – early 21st centuries.

Key words: cognitive semantics, concept “Sacred”, verbalization, Russian language.

*Д.Н. Адащик (Пятигорск, Россия)
Пятигорский государственный университет
dmitry.adaschik@ya.ru*

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ПАНДЕМИЙНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС В СОЦИОКОГНИТИВНЫХ КООРДИНАТАХ

Целью данной статьи является исследование англоязычного политического медиадискурса в период пандемии COVID. В частности, исследование посвящено анализу коммуникативных стратегий в официальных выступлениях премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона как инструмента формирования картины мира населения в кризисные периоды жизни британской общности.

Ключевые слова: политический медиадискурс, дискурс пандемии, коммуникативные стратегии, коронавирус, политическая коммуникация, социокогнитивистика.

В условиях интенсивного процесса медиатизации политический медиадискурс стал предметом изучения среди специалистов различных научных областей, таких как дискурсивные исследования, политическая лингвистика и медиалингвистика. На сегодняшний день существует множество подходов к определению политического медиадискурса, однако в данном исследовании мы будем следовать определению, предложенному Т.Г. Добросклонской, которая трактует политический медиадискурс как «функционально обусловленный тип дискурса, понимаемый как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере политических коммуникаций, актуализированных в средствах массовой информации, во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2014: 110]. Данный тип дискурса включает в себя обмен идеями, аргументами и мнениями, связанными с политикой, выборами и делами правительства. Отсюда следует, что политический медиадискурс может оказывать влияние на политическую повестку дня, а также реализовывать запланированное воздействие на самую широкую общественность, формируя необходимое правительству понимание реальности пандемии [Ширяева 2022: 78].

Пандемия COVID-19 значительно повлияла на политический медиадискурс, обусловив его динамическое развитие и содержательное наполнение. Острота ситуации повлекла за собой усиление политизации мер общественного здравоохранения, что привело к использованию различных языковых стратегий, применяемых политическими деятелями для трансляции собственных взглядов и политических программ. Исследование речевых стратегий в социокогнитивном аспекте позволяет установить, каким образом адресанту удастся повлиять на ценностные установки адресата и сформировать мировосприятие в рамках определенного социального контекста, в данном случае – в период пандемии COVID-19.

Целью исследования является выявление того, каким образом политическому адресанту удавалось реализовать речевое воздействие, под которым нами понимается «любое речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, целевой обусловленности, т.е. речевое общение, описанное с позиции одного из

коммуникантов, когда он рассматривает себя как субъект воздействия, а своего собеседника – как объект» [Тарасов 1990: 36] на британскую общественность с целью формирования, необходимого при внимательству, понимания реальности пандемии COVID-19. В рамках данного исследования был осуществлен анализ стратегической коммуникации премьер-министра Великобритании. Под коммуникативной стратегией, вслед за О.С. Иссерс, мы понимаем «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [Иссерс 1999: 54].

Нами было проанализировано 85 официальных речей британского премьер-министра Бориса Джонсона, включающих 2500 речевых фрагментов, опубликованных на официальном сайте представительства государства Великобритании (uk.com) в 2020-2022 гг., которые мы, в свою очередь, разделили на 4 основных периода: «Начало пандемии», «Локдаун», «Вакцинация» и «Омикрон». Полученные нами количественные результаты исследования демонстрируют следующие закономерности:

В рамках фазы «Начало пандемии» была выявлена следующая частотность использования коммуникативных стратегий: агитационная стратегия – 26%, аргументативная стратегия – 24%, информационно-интерпретационная стратегия – 22%, стратегии легитимации – 14% и самопрезентации – 14%. Пандемия COVID-19 в Великобритании вызвала масштабные социальные потрясения, из-за которых британская общественность столкнулась с резкими переменами и ограничениями, которые сказались на социальном взаимодействии и психическом здоровье людей, породив чувство страха и неопределенности среди населения страны [Сулопарова 2022: 147]. Именно поэтому, премьер-министру Великобритании Б. Джонсону использование агитационной коммуникативной стратегии было необходимо для воздействия на поступки массового адресата и формирования верных, по мнению политика, ценностных ориентиров в социуме, также снижения переживаний и чувства страха. С целью формирования общественного мнения в условиях возникающей опасности, политик использует различную модальность в своих выступлениях, которая выражается при помощи глаголов формы повелительного наклонения, а также модальных глаголов, выражающих долженствование: *should, must, have to, ought to*: – *You should not be meeting friends. If your friends ask you to meet, you should say No*. В данном случае Б. Джонсон призывает население оставаться дома и избегать встреч с друзьями и близкими. Использование модального глагола «*should*» указывает на настоятельную рекомендацию ограничить межличностное взаимодействие для сдерживания распространения коронавирусной инфекции.

Во вторую фазу пандемии «Локдаун» в речи премьер-министра Великобритании прослеживается следующая закономерность в использовании коммуникативных стратегий: аргументативная стратегия – 35%, агитационная стратегия – 22%, информационно-интерпретационная стратегия – 17%, самопрезентация – 17%, легитимация – 9%. Сдерживание распространения коронавируса привело к введению жестких ограничений в передвижении и применению мер социального дистанцирования. С целью регулирования общественного настроения в текущий сложный для социума период жизни, Борису Джонсону было необходимо обосновывать правильность действий, предпринимаемых государством в целом и им лично. В период «Локдаун» выступления премьер-министра Великобритании изобилуют иллюстрированием статистических данных и наглядных примеров: – *And*

sadly, of those tested positive for coronavirus, across all settings, **32,065 have now died. That's an increase of 210 fatalities since yesterday. This figure includes deaths in all settings not just in hospitals.** Так в данном случае Борис Джонсон сообщает о количестве смертей, связанных с пандемией коронавируса в Великобритании, наглядно демонстрируя статистические данные публично, а использование лексем “*fatalities*” и “*deaths*” призвано акцентировать внимание общественности на широкомасштабном влиянии пандемии на ее жизнь и серьезности сложившейся ситуации.

В третью фазу пандемии «Вакцинация» отмечается следующая тенденция в использовании коммуникативных стратегий: аргументативная стратегия – 32%, информационно-интерпретационная стратегия – 21%, агитационная стратегия – 20%, самопрезентация – 17%, легитимация – 13%. Период фазы «Вакцинация» в Великобритании начался в начале декабря 2020 г. Внедрение вакцинации в Великобритании было первой в мире программой массовой иммунизации от коронавирусной инфекции [Baraniuk 2021: 1]. С целью формирования необходимого доверия к проводимой в стране кампании по вакцинации премьер-министр Борис Джонсон прибегал к использованию аргументативной стратегии, реализуя ее при помощи апеллирования к фактам и статистическим данным: – *We have now vaccinated over 1.1 million people in England and over 1.3 million across the UK. And that includes more than 650,000 people over 80 which is 23 per cent of all the over 80s in England.* В приведенном высказывании Б. Джонсон, использует в своей речи числительные, репрезентирующие количественные данные и статистику, чтобы подчеркнуть прогресс, достигнутый в проводимой кампании по вакцинации британской общественности.

В четвертую фазу «Омикрон» была отмечена следующая закономерность в использовании коммуникативных стратегий: аргументативная стратегия – 32%, информационно-интерпретационная стратегия – 19%, легитимация – 18%, агитационная стратегия – 16% и самопрезентация – 15%. В декабре 2021 г. в Соединенном Королевстве было подтверждено массовое распространение нового штамма коронавирусной инфекции «Омикрон», что привело к повышенной тревожности британской общественности и неуверенности касательно эффективности вакцин [Cheng 2022: 45]. Правительство было вынуждено принять меры по противодействию новоявленному варианту вируса и стимулированию населения продолжать процесс вакцинации. Именно поэтому в рамках данной фазы Б. Джонсон прибегает к иллюстрированию данных, чтобы продемонстрировать адресату динамику реализации противовирусной кампании, используя лексемы, выражающие количественность (*per cent*) и лексику темпорального значения (*now*): – *Over 71 per cent of all adults are now boosted in England, including 93 per cent of those 70 and over, and together with the treatments and scientific understanding of the virus we have built up.* Коммуникативная цель, которую преследует премьер-министр Великобритании Борис Джонсон в данном примере, состоит в том, чтобы проинформировать общественность о позитивной динамике вакцинации в Великобритании и убедить ее в том, что страна достигла достаточного уровня иммунитета, чтобы перейти на передовой уровень в борьбе с новым штаммом коронавируса.

Таким образом, полученные нами результаты исследования демонстрируют, что используемые премьер-министром Великобритании Б. Джонсоном коммуникативные стратегии являются эффективным речевым инструментом для формирования представлений о кризисных ситуациях у британской общественности в англоязычном

политическом пандемийном медиадискурсе. Кроме того, нами было установлено, что доминантной коммуникативной стратегией выступает аргументативная стратегия, позволяющая адресанту наиболее эффективным способом воздействовать на ценностные ориентиры и общественное восприятие у адресата в период коронавирусной пандемии.

Литература

Добросклонская Т.Г. Политический медиадискурс в контексте дискурсивных исследований // *Язык и социальная динамика*. 2014. № 14 (1). С. 106-115.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск.: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999.

Суллопарова Е.А. Коронавирус в Европе: британский опыт // Редакционная коллегия. 2022.

Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория // *Оптимизация речевого воздействия*. / отв. ред. Р. Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. М.: Наука, 1990. С. 5-18.

Щиряева Т.А., Триус Л.И. Языковая репрезентация пандемии в социальных сетях государственных лидеров (на материале микроблогов в «Твиттере» Джо Байдена и Бориса Джонсона) // *Научная мысль Кавказа*. 2022. № 2 (110). С. 77-85.

Baraniuk C. Covid-19: How the UK vaccine rollout delivered success, so far // *Bmj*. 2021. Т. 372.

Cheng V. C. C. et al. Rapid spread of severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) Omicron subvariant BA. 2 in a single-source community outbreak // *Clinical Infectious Diseases*. 2022. Т. 75. № 1. С. 44-49.

D.N. Adaschik (Pyatigorsk, Russia)
Pyatigorsk State University

ENGLISH PANDEMIC POLITICAL MEDIA DISCOURSE: IN SOCIO-COGNITIVE COORDINATES

The purpose of this article is to study the English-language political media discourse during the COVID pandemic. In particular, the study is devoted to the analysis of communication strategies in the official speeches of British Prime Minister Boris Johnson, as a tool for forming a picture of the world of the population in times of crisis in the life of the British public.

Key words: political media discourse, pandemic discourse, communication strategies, coronavirus, political communication, sociocognitive science.

*Е.Д. Анисимова (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
kate.dk01@gmail.ru*

*В.Е. Анисимов (Москва, Россия)
Московский технический университет связи и информатики
Московский государственный институт международных отношений (университет)
МИД России
anisimov.vladislav.95@mail.ru*

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ КОНЦЕПТА МИГРАНТ/MIGRANT В ДИСКУРСЕ ФРАНЦУЗСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ПЕРИОД 2000-2023 ГГ.

Данная статья посвящена описанию динамики изменения семантического поля концепта МИГРАНТ/MIGRANT в дискурсе французской социальной рекламы в период с 2000 по 2023 гг. В статье рассматриваются основные изменения семантики представленного концепта в рамках дискурса социальной рекламы, а также проводятся параллели с современными французскими социополитическими событиями.

Ключевые слова: социальная реклама, мигрант, беженцы, концепт, французский язык.

Социальная реклама – отдельный вид рекламы, распространяемый на некоммерческой основе и служащий для привлечения внимания реципиента к актуальным проблемам общества. Социальная реклама обладает высокой степенью национальной специфичности, т.к. апеллирует к реалиям конкретной страны как национального объединения [Анисимов, Калининкова 2022]. В этой связи, концепты, функционирующие в рамках дискурса социальной рекламы также обладают национально-специфическими особенностями репрезентации на лингвистическом и экстралингвистическом уровнях.

Национальная специфичность социальной рекламы обусловлена социокультурными особенностями развития языка и общества. Так, французская социальная реклама развивается и функционирует в рамках европейской гуманистической парадигмы [Miller 2006]. Основными темами французской социальной рекламы становятся вопросы домашнего насилия над женщинами и детьми, вопросы гендерного равенства, безработицы, миграции, сохранения исторического и культурного наследия Франции [Александрова, Борисова, Калининкова 2021].

Вопрос миграции становится одним из важнейших аспектов внутренней политики Франции в связи с т.н. миграционным кризисом в Европе, начало которого датируется 2015 г. Ситуация с распределением потока мигрантов в Европе впервые обострилась в 2007-2008 гг. [Phung, Le, Nguyen 2022] вследствие роста количества мигрантов, в т.ч. прибывающих нелегально, в страны центральной Европы, одной из которых является Франция.

Функционирование концепта МИГРАНТ/MIGRANT во французской социальной рекламе обусловлено актуальной политикой государства в отношении данных лиц. Термин *migrant*, согласно словарю французской академии, имеет следующее определение: *Se dit d'un groupe humain ou d'une personne qui effectue une migration, des migrations / Это человек или группа людей, осуществляющих миграцию (перемещение/перемещения).* [Dictionnaire de l'Académie française, www]

В ходе исследования была проанализирована социальная реклама основных агентов социальной рекламы (Perce-neige, UnA DeV, Unicef, Pacte pour l'égalité, Santé Publique (République Française), CCFD) во Французской Республике в заданный период.

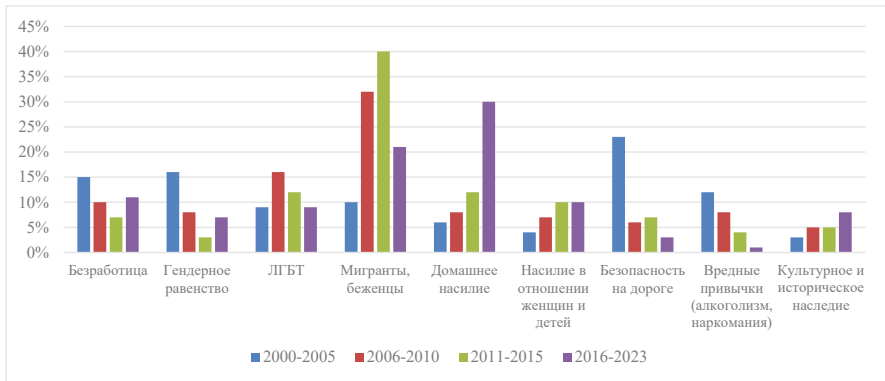


Рис. 1. Тематическое соотношение французской социальной рекламы, посвященной проблеме миграции, в 2000-2023 гг.

Таким образом, можно отметить тенденцию к увеличению количества социальной рекламы, посвященной проблемам миграции в период с 2005 по 2016 гг., и незначительное сокращение в последующий период. Согласно полученным данным, тематика миграции является одной из центральных тем современной французской социальной рекламы.

Репрезентация концепта МИГРАНТ/MIGRANT во французской социальной рекламе имеет ряд специфических лингвистических особенностей, свойственных различным временным периодам. Так, до 2007 г., французская социальная реклама позиционировала мигрантов как новых трудящихся, реальных или потенциальных членов общества (рис. 2), подчеркивая их созидательную, а не разрушительную роль для социума.



Рис. 2. Социальная реклама, посвященная вопросам миграции, 2006 г.

Семантически, содержание концепта МИГРАНТ/MIGRANT реализуется посредством лексем, которые представляется возможным представить в виде следующей дихотомии: освещающие положительные черты мигранта (*travailleur*,

talentueux, plein droit, bonhomme), и отрицающие стереотипные отрицательные (*délinquant...non, il n'est pas malfaiteur*). Таким образом, во французской социальной рекламе рассматриваемого периода прослеживаются призывы к изменению стереотипного представления о мигрантах.

В 2015-2016 гг. с развитием европейского миграционного кризиса содержание концепта МИГРАНТ/MIGRANT во французской социальной рекламе значительно изменяется. В семантическом поле концепта появляется лексема “*refugée*”, а также прослеживается связь с наплывом мигрантов и увеличением числа безработных, живущих на социальные пособия (рис. 3).



Рис. 3. Социальная реклама, посвященная вопросам миграции 2016 г.

Социальная реклама данного периода содержит более агрессивные коннотации, по сравнению с предыдущим этапом развития. Данная тенденция выражается в ряде лингвистических (использование восклицательных предложений, называющих лексем – *chômeur, immigré, illégal*, а также оценочных средств: *de trop, la longue attente, personnes déplacées*) и экстралингвистических (яркий фон, непривлекательное изображение палаточного лагеря, цветовое выделение текстовых компонентов) средств. Социальная реклама данного периода носит диаметрально противоположный характер: от необходимости помощи беженцам, до осуждения мигрантов и призывов к их выдворению из Франции. Данная тенденция отражает общественные настроения в различных французских регионах и отсутствие единой централизованной политики Франции в отношении большого числа мигрантов, в т.ч. прибывающих нелегально.

В современный период (2022-2023) социальная реклама, посвященная вопросам миграции и беженцев, претерпевает новые смысловые изменения (рис. 4).



Рис. 4. Социальная реклама, посвященная вопросам миграции 2023 г.

Ряд подобных изменений связан с ростом числа мигрантов второго и третьего поколений (родившихся и всю жизнь живущих во Франции), а также внутренней политики, направленной на устранение национальных разногласий между

гражданами Французской Республики. Показательным является слоган, отображенный на (рис. 4) (*Hélas pour il/elle \ il/elle n'est pas migrant/e*), основным семантическим содержанием которого становится приравнивание мигрантов к коренным французам и их преимущественное пользование мерами социальной поддержки населения. Аналогичное содержание можно отметить в постере: *Nos ancêtres n'étaient pas tous des Gaulois*, что является апелляцией к национально-прецедентной для французского общества фразе *Nos ancêtres les Gaulois*. Кроме того, современная французская социальная реклама направлена на изменение устоявшегося стереотипа относительно противозаконного поведения мигрантов. Так, в семантическом поле концепта МИГРАНТ/MIGRANT появляются такие лексемы как *voleur, taliban*, и отрицающие компоненты: *préjuger, ne doit pas* и т.д.

Таким образом, французская социальная реклама в отношении мигрантов и беженцев отражает как текущие социокультурные реалии, так и политические настроения французского общества, а также внутреннюю политику государства по рассматриваемому вопросу. За период с 2000 г. по 2023 г. содержание социальной рекламы по вопросам мигрантов и беженцев претерпело значительные изменения. Представляется возможным выделить три основных периода: докризисный, кризисный и современный, каждый из которых характеризуется появлением новых сем, характеризующих концепт МИГРАНТ/MIGRANT в дискурсе социальной рекламы.

Литература

Александрова О. И. Борисова А.С., Калининкова Е.Д. Феномен прецедентности во французской социальной рекламе и ее коммуникативно-прагматический потенциал // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14, № 1. С. 127-135. DOI: 10.30853/phil201003.

Анисимов В.Е., Калининкова Е.Д. Особенности перевода слоганов социальной рекламы в современном веб-пространстве // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. № 10 (865). С. 16-23.

Miller M.J. Conclusions – Towards A Renewed Humanistic Paradigm for the European University, Higher Education in Europe. 2006. № 31 (4). P. 457-469. DOI: [10.1080/03797720701304218](https://doi.org/10.1080/03797720701304218).

Phung Chi Kien, Le Minh Quang, Nguyen Lan Nguyen. Migration crisis in Europe and its lessons for the Asia-Pacific region // Demis. Demographic Research. 2022. 2 (1). P. 28-40.

Dictionnaire de l'Académie française, 9e édition (actuelle). URL: <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9M2125> (accessed: 28.08.2023).

E.D. Anisimova (Moscow, Russia)

RUDN University

V.E. Anisimov (Moscow, Russia)

Moscow Technical University of Communications and Informatics, MGIMO University

DYNAMICS OF CHANGES IN THE CONCEPT OF MIGRANT IN THE FRENCH SOCIAL ADVERTISING DISCOURSE IN THE PERIOD 2000-2023

This article is devoted to the description of the dynamics of changes in the concept MIGRANT semantic field in the French social advertising discourse from 2000 to 2023. The article examines the main changes in the presented concept semantics within the framework of the social advertising discourse, and draws parallels with modern French sociopolitical events.

Key words: social advertising, migrant, refugees, concept, French language.

В.Н. Бабаян (Ярославль, Россия)

*Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского
vladimirbabayan@rambler.ru*

К.А. Мельникова (Ярославль, Россия)

*Ярославский государственный технический университет
ledeja@yandex.ru*

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ВТОРИЧНОЙ НОМИНАЛИЗАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В данной статье явление эвфемизации рассматривается как частный случай концептуальной деривации. Выделяются основные способы реализации вторичной номинализации нейтрализованных языковых средств в медиадискурсе, в числе которых можно выделить метонимию, генерализацию и конкретизацию значений.

Ключевые слова: эвфемизация, концептуальная деривация, номинализация, нейтрализация, медиадискурс.

Развитие технологий позволяет осуществление коммуникации посредством сети Интернет. Данное обстоятельство привело к развитию медиадискурса, который, возможно, представляет собой один из наиболее распространенных видов дискурса [Бабаян 2022: 127]. Одной из характерных особенностей современного медиадискурса является прагматика нейтрализованных языковых средств, употребление которых вызвано социоэкономическими и социополитическими изменениями в обществе. Лингвопрагматическая нейтрализация представляет собой замену, редукцию или исключение из коммуникативного употребления лексем с негативным значением [Мельникова 2022: 355]. Нейтрализованные языковые средства довольно часто обладают образно-метафорическим значением. Также, основываясь на наших предыдущих исследованиях, следует отметить, что эвфемизация понятий является наиболее продуктивным способом образования нейтрализованных языковых средств [Мельникова 2022: 80].

Наиболее широко явление эвфемизации используется в медиадискурсе, в основном – для нейтрализации дискриминационно маркированных языковых средств. Главным образом, нейтрализованные посредством эвфемизации языковые средства служат инструментами осуществления языковой манипуляции и достижения определенного коммуникативного эффекта, являясь также средством формирования общественного мнения [Бабаян 2022: 130].

А. М. Кацев определяет эвфемию как «сложное многогранное языковое явление, имеющее три аспекта: социальный, психический и собственно лингвистический» [Кацев 1988: 4]. Необходимо отметить, что, «помимо выполнения непосредственно эвфемистической функции, данные слова и выражения, являясь одним из источников синонимии, приводят к лексико-семантическим изменениям в языке и могут служить одним из стилистических средств наряду с метафорой, метонимией и сравнением» [Реброва 2019: 172]. В данном качестве эвфемия определена процессами вторичной номинации, «предполагающими использование имеющихся языковых средств в новой для них функции наречения» [Телия 1977: 96]. Вторичная номинация обусловлена наличием «концептуальных связей, обеспечивающих взаимодействие исходного и производного концептов» [Болдырев 2010: 6]. Таким образом, лексическая единица, используемая во вторичном смысле, обретает дополнительный смысл, сохраняя тем не менее исходный концепт понятия.

С точки зрения изменения концептуального содержания понятия возможно выделить три основных способа образования эвфемизмов: нейтрализация негативно оценочных коннотативных компонентов концепта, снижение степени негативной оценки концепта и изменение отрицательного коннотативного компонента концепта на положительный.

Данные принципы характеризуются различными когнитивными основаниями, однако в рамках эвфемизации все они являются способами концептуальной деривации. Необходимо отметить, что довольно часто в процессе нейтрализации негативных характеристик исходного концепта происходит вторичная номинация концепта, что обуславливает взаимодействие двух концептов в процессе эвфемизации.

Нами был проанализирован корпус из 450 англоязычных медиатекстов, содержащих дискриминирующие концепты, нейтрализованные посредством эвфемизации. Согласно результатам анализа, реализация вторичной номинализации нейтрализованных языковых средств в медиадискурсе в основном происходит посредством метонимии, генерализации и конкретизации значений. Результаты нашего исследования представлены на (рис. 1).

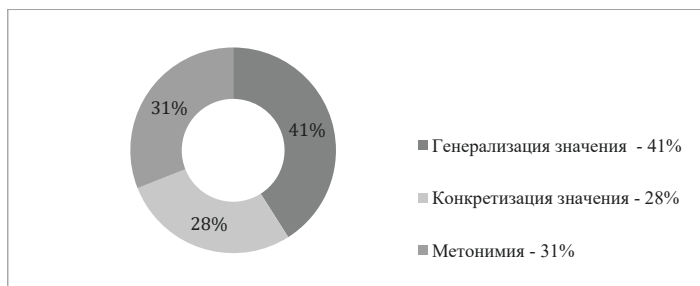


Рис. 1. Реализация вторичной номинализации нейтрализованных языковых средств в медиадискурсе

Проанализировав случаи реализации вторичной номинализации нейтрализованных языковых средств в медиадискурсе, можем отметить, что наиболее частотным является генерализация значения (41%); метонимия и конкретизация значения составляют 31% и 28%, соответственно. Таким образом, можем отметить, что генерализация значения является наиболее частотным с точки зрения реализации вторичной номинализации нейтрализованных языковых средств в современном медиадискурсе. Рассмотрим некоторые примеры. Например, *“There is this weight bias and negative attitudes towards individuals in a larger body,” said Goldman* [URL: <http://www.why.org>]. // *Существует предвзятое отношение к весу и негативное отношение к людям с более крупным телосложением*, - говорит Голдман. В приведенном примере концепт FAT представлен номинацией с широким семантическим значением – *a larger body*. Очевидно, что эвфемистическое переименование дискриминирующего концепта нейтрализует его посредством исключения оценочного коннотативного компонента, тем самым генерализуя значение вторичной номинации концепта. Межконцептуальная связь обеспечивается контекстом медиатекста и наличием такого его компонента, как *«предвзятое отношение к весу»*.

Обратным генерализации способом формирования эвфемистических номинаций является конкретизация значений. Например, *Raising the family in the socio-economically deprived area of Los Angeles, Compton, Richard started teaching his daughters when they were four-years-old on local tennis courts.* // Несмотря на проживание в экономически неблагополучном районе Лос-Анджелеса, Комптоне, Ричард начал обучать своих 4-х летних дочерей большому теннису на местных теннисных кортах [URL: <https://www.elle.com>]. В приведенном примере концепт POOR репрезентован номинацией *socio-economically deprived area*. Отметим, что эвфемистическое переименование дискриминирующего концепта нейтрализует его посредством противоположной генерализации конкретизацией значения, выделением специфических характеристик, позволяющих отвлечь внимание от дискриминирующих компонентов исходного концепта.

Нейтрализация дискриминирующих компонентов исходного концепта также может осуществляться посредством метонимии. Например: *This is the swelling population of shopping-bag ladies, those solitary, impoverished women toting bags, picking over trash near the Ninth Avenue food markets, dozing in doorways, huddled among their possessions in the Port Authority's dreary public rooms* [URL:<https://www.nytimes.com>] // Это дамы с сумками – одинокие, обедневшие женщины с сумками, перебирающие мусор возле продуктовых рынков на Девятой авеню, дремлющие в подъездах, ютящиеся среди своих вещей в унылых общественных помещениях Управления портового хозяйства. В данном примере концепт HOMELESS репрезентован эвфемизмом *shopping bag lady*, который образован путем метонимического переноса, т.е. определяет целое, указывая лишь на его часть. Согласно определению Collins Dictionary, a shopping bag lady – a woman who wanders city streets with all her possessions in shopping bags (Collins). Эвфемизация дискриминирующего концепта приводит к исключению негативного коннотативного компонента исходной номинации.

Таким образом, анализ языкового материала позволяет сделать вывод о том, что эвфемизация дискриминационно маркированных языковых средств представляет собой частный случай концептуальной деривации, которая позволяет осуществление вторичной номинации, что, в свою очередь, тем временем сопровождается полной или частичной нейтрализацией негативных характеристик концепта. Данная вторичная номинация приводит к формированию нового концепта. Основными средствами достижения мелиоративного эффекта в современном медиадискурсе являются такие когнитивные механизмы, как концептуальная метонимия, генерализация и конкретизация понятий.

Литература

- Бабаян В.Н. Способы реализации коммуникативного воздействия в медиадискурсе // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 2 (29). С. 126-132.
- Болдырев Н.Н. Когнитивный аспект эвфемизации (на материале английского языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 2. С. 5-11.
- Кацев А.М. Языковое табу и эвфемия. Л.: ЛГПИ, 1988.
- Мельникова К.А. Определение наиболее продуктивных способов нейтрализации дискриминационно маркированных лексических единиц в соответствии с принципом политкорректности в медиадискурсе // Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2022. № 4. С. 74-84.
- Мельникова К.А. Лингвопрагматическая нейтрализация дискриминационно маркированных языковых средств в российском медиадискурсе // Лингводидактика и

лингвистика в вузе: традиционные и инновационные подходы: Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции, Ярославль, 20–21 мая 2022 г. Ярославль: Ярославский гос. тех. ун-т, 2022. С. 354-358.

Реброва Н.Е. Способы описания эвфемизмов и их функциональной характеристики // Вестник Рыбинского государственного авиационного технического университета им. П. А. Соловьева. 2013. №1 (24). С. 160-165.

Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986.

Philadelphia News. URL: <http://www.whyy.org> (дата обращения 10.07.2023).

Elle: Fashion Magazine. URL: <https://www.elle.com> (дата обращения 15.07.2023).

New York Times. URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения 16.07.2023).

***B.N. Babayan** (Yaroslavl, Russia)*

Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky

***K.A. Melnikova** (Yaroslavl, Russia)*

Yaroslavl State Technical University

THE BASIC METHODS OF IMPLEMENTING SECONDARY NOMINALISATION IN MEDIA DISCOURSE

The paper considers the phenomenon of euphemisation as a special case of conceptual derivation. It also highlights the basic methods of implementing secondary nominalisation of neutralised lexemes in media discourse.

Key words: euphemisation, conceptual derivation, nominalisation, neutralization.

***Е.Г. Балан** (Москва, Россия)*

Российский университет дружбы народов

balan_el@mail.ru

ОСВЕЩЕНИЕ КОММЕМОРАТИВНЫХ ПРАКТИК В ИСПАНСКИХ СМИ: ПАМЯТЬ О ГАРСИЯ ЛОРКЕ

В статье анализируются публикации в испаноязычных СМИ на тему коммеморации Федерико Гарсия Лорка в контексте актов памяти жертв Гражданской войны в Испании (1936–1939 гг.) и диктатуры Ф. Франко. Определяются основные паттерны подобных публикаций, что позволяет изучить настоящий общественно-политический дискурс проблемы поминовения и сохранения памяти в Испании.

Ключевые слова: Федерико Гарсия Лорка, медиадискурс, историческая память, коммеморация, закон о Демократической памяти.

Обращение к прошлому как к элементу конструирования идентичности связано с исследованием памяти. Общность воспоминаний обеспечивают нематериальные символы, монументы, ритуалы и годовщины, которые упрочивают коммеморацию [Ассман 2014: 32]. Память в современной гуманитаристике рассматривается как свойство не исключительно индивида, но группы, вплоть до этнического сообщества. Интерпретация прошлого в современных исследованиях памяти требует междисциплинарного подхода, учитываются следующие области знания: филология, культурология, политология, социология, антропология.

Последние десятилетия характеризуются попытками преодолеть травматичные события в масштабе страны, например, память о преступлениях режимов Германии и Японии, военной хунте Аргентины (1976-1983 гг.), геноциде в Руанде (1994 г.).

Испания в этом плане не стала исключением: в 1990-е гг. в стране начинается процесс пересмотра памяти о прошлом XX в. Неправительственные организации берут на себя роль государства в вопросе поиска имен и мест захоронений в годы Гражданской войны (1936-1939 гг.) и диктатуры Ф. Франко (1939-1975 гг.). Подобный перенос частной памяти в пространство общественное способствует принятию в 2007 г. первого закона о памяти – закона об Исторической памяти, что обуславливает широкое освещение в СМИ тем, связанных с коммеморацией.

Цель работы – изучить особенности освещения в СМИ актов памяти в Испании на примере публикаций о поэте Федерико Гарсия Лорке. Акты памяти и практика коммеморации здесь рассматриваются как публично совершаемые действия для того, чтобы вспомнить и отдать дань уважения жертвам Гражданской войны и режима.

Материалом исследования выступили публикации по теме в испаноязычных СМИ.

Запрос общества на восстановление памяти приводит к тому, что насильственная смерть Гарсия Лорки и тот факт, что его останки не найдены и не идентифицированы, становится тождественной многим подобным личным трагедиям. В публикациях СМИ гибель поэта сравнивают с открытой раной: *“Federico García Lorca. Las heridas están abiertas”*, аргентинская газета *Página 12* от 19.07.2018, *“García Lorca: la herida abierta bajo el suelo de Granada”*, газета *La Vanguardia* от 18.08.2018, *“<...> es la herida aún abierta de la España de nuestros días”* (там же), *“82 años del fusilamiento de Lorca, una herida abierta”*, издание *Contrainformación* от 18.08.2018, *“Lorca, la herida abierta”* – ежедневный журнал *La voz de Granada* от 18.08.2022.

Уникальность феномена памяти в Испании обусловлена законодательной базой: вышеуказанный закон об Исторической памяти (2007 г.) и закон о Демократической памяти, принятый в 2022 г., призванный дополнить предыдущий. Разработка и содержание этих законов получает широкую огласку в испанских СМИ. Приведем несколько заголовков статей:

1. *“La Ley de Memoria Democrática no permite a las víctimas del franquismo el acceso a la justicia”*, издание *elDiario.es* от 03.09.2021.
2. *“Qué dice la Ley de Memoria Democrática y por qué genera tanta polémica”*, издание *Heraldo* от 09.07.2022
3. *“Sobre la Ley de Memoria Democrática, más allá del ruido político”*, издание *СТХТ* от 30.07.2022

Среди новых статей закона о Демократической памяти впервые судебные решения периода Ф. Франко по отношению к репрессированным определены как незаконные. В статье газеты *El País*: *“Traslado de restos de dirigentes franquistas, revocación de medallas y anulación de sentencias: las primeras medidas de la Ley de Memoria Democrática”* приводятся пояснения к новому закону. Реакция читателей на изложение новых пунктов – это 57 комментариев. Рассмотрим те, которые получили больше положительных оценок от других пользователей:

1. *“Al final los que ganaron la batalla del 36 pierden la guerra de las ideas. Lorca, Hernández, generación del 27, hermanos Machado son los vencedores”* – В конце концов, те, кто выигрывал сражения 1936 года, проиграли идеологическую битву. Лорка, Эрнандес (Мигель), Поколение 27 года, братья Мачадо – они победители.
2. *“Increíble que hayan tenido que pasar casi 50 años de la muerte del dictador para que esto ocurra <...>”* – Невероятно, что после смерти диктатора должно было пройти почти 50 лет, прежде чем это произошло.

3. “¡Ya era hora! Muchos familiares de los asesinados con la más absoluta vileza, ya no están o no han reclamado ni saben hacerlo <...>. Por eso el Estado tiene que hacer una investigación extra para encontrar, exhumar y enterrar dignamente a tantos y tantos olvidados” – Давно пора! Многие родственники тех, кто был подло убит, уже не живы, или не заявляли ранее, или не знают, как это сделать <...> Вот почему государство должно провести дополнительное расследование, чтобы найти, эксгумировать и достойно похоронить столько забытых людей.

Большинство правозащитников и исследователей критиковали закон еще на моменте публикации его проекта. Так, в статье “*La nueva Ley de Memoria no garantiza la Justicia a las víctimas de la Dictadura*” от 10.07.2022 г. отмечается расплывчатость формулировок. В отличие от Аргентины, где за государственные преступления понесла наказание в том числе и церковь, в новом законе нет ни слова о моральной ответственности католической церкви и ее сотрудничестве с режимом Франко.

В публикации “*El movimiento por la memoria denuncia (dos leyes después) que las víctimas del franquismo siguen sin justicia*” от 31.10.2022 г. Спустя полторы недели после принятия закона о Демократической памяти. Новый закон описывается как “*una fotocopia en color de la transición*” – *цветная фотография периода перехода к демократии*, когда транзит власти прошел без судебных процессов, хотя тогда были живы многие прямые родственники пропавших.

Парк Альфакар в провинции Гранада, где, как предполагается, захоронен Федерико Г. Лорка с другими жертвами, стал центром поминовения, и, согласно терминологии П. Нора, «местом памяти» [Нора 2005].

Далее рассмотрим, как испанские СМИ освещают коммеморативные практики, связанные с поминовением поэта, в том числе мероприятия, проходящие в парке Альфакар 18 августа – день гибели поэта.

Так, по запросу “*la fosa de garcia lorca*” в поисковике Google отображается примерно 142 тыс. результатов. Главным образом это материалы в СМИ и видео с раскопок захоронений. Ян Гибсон, биограф Ф.Г. Лорки, в интервью изданию LAVANGUARDIA отметил, что поэт – это самый известный пропавший без вести человек в мире (исп. *Lorca es el desaparecido más famoso del mundo*).

В статьях, посвященных поминовению Гарсия Лорки, подчеркивается, что Федерико Гарсия Лорка является одной из многочисленных жертв Гражданской войны: “*homenajea al universal poeta y dramaturgo y a todas las víctimas de la Guerra Civil*”, “*vamos a proteger la memoria de Lorca y de las víctimas*”, “*conmemorará <...>, así como a todas las víctimas del franquismo*”, “*motivo del aniversario de su asesinato, y al resto de víctimas del franquismo*”, “*el de hoy es un día para las víctimas*”, “*riden homenaje al poeta y a todas las víctimas del franquismo*”.

Тексты публикаций также содержат призывы не забывать о жертвах Гражданской войны и диктатуры и не останавливать работу над поисками пропавших в те годы: “*que trabajan junto a las asociaciones memorialistas, en la búsqueda de verdad, dignidad y justicia*”, “*el “deber” de las instituciones “es recordarlo y protegerlo”*”, “*protegeremos la memoria de Lorca y de las víctimas frente a los que quieren distorsionar la historia*”, “*<...> tan necesario recordar esta geografía del terror*”, “*<...> para proteger y recordar la memoria*”.

Как указывалось выше, в Испании существуют законы, которые регулируют отношение к пострадавшим в период Гражданской войны и диктатуры Ф. Франко. Память о Федерико Гарсии Лорка – это частный пример того, как поминуют, сохраняют и на протяжении многих лет ищут место и останки захоронения. В 2007 г.,

когда был принят первый закон об Исторической памяти, возлагались надежды, что данный закон упростит процедуру поиска: “*La ley de Memoria Histórica podría acelerar la exhumación de Federico García Lorca*”, однако же положение значительно не изменилось. Несмотря на законодательную базу все еще существуют препятствия на пути к исполнению принятых норм.

Так, в публикациях СМИ можно отметить, что без внимания не обходится ответственность властей в вопросе регулирования памяти, о чем заявляют и сами политики, и их избиратели: “*pese a la ola de negacionismo histórico, hay mucha gente protegiendo la memoria de Lorca y del resto de víctimas de la represión frente a los que han intentado distorsionar la historia*”, так высказался глава представительного органа Гранады Хосе Энтрена (*Испанская социалистическая рабочая партия, PSOE*) во время коммеморативных мероприятий в годовщину смерти поэта в 2022 г. Примечательно, что годом ранее глава администрации премьер-министра, министр по делам судов и исторической памяти Феликс Боланьос заявил следующее: “*Hoy Lorca es el PSOE, porque es lo que defendemos: la diversidad, la democracia y la libertad*”. Данное высказывание было сделано в защиту рассматриваемого на тот момент закона о Демократической памяти. В некоторых публикациях отмечается, что занимаясь проблемой поиска захоронения поэта следует демократическим институтам – “*<...> el hecho de que su cuerpo permanezca en paradero desconocido supone para muchos un pecado original que las instituciones democráticas deben trabajar por revertir*”. Фигура и обстоятельства гибели поэта с новой силой вызывает политическую дискуссию, когда в августе 2021 г. ультраправая партия Vox заявила, что Лорка проголосовал бы за их партию [Velasco Molpeceres, Domínguez-García, Pérez-Curiel 2022].

Распространенность публикаций в СМИ, где освещается вопрос поиска захоронения и коммеморации Федерико Гарсия Лорки, неизбежно отсылает к тысячам жертвам войны и диктатуры, поиски которых продолжаются. Общественные поминальные мероприятия каждый год проходят в Парке им. Гарсия Лорки 18 августа, где принимают участия политики и общественные деятели. Поминают не только поэта, но всех пропавших без вести и погибших. В Испании, где первые два поколения находились в атмосфере санкционированного государством забвения [Aguilar Fernández 2008], уже их родственники требуют широкого обсуждения трудного прошлого, которое слишком долго замалчивалось.

Литература

- Ассман А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / А. Ассман; пер. с нем. Б. Хлебникова. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 328 с.
- Нора П. Всемирное торжество памяти // Неприкосновенный запас. 2005. № 2-3 (40-41).
- Aguilar Fernández P. Políticas de la memoria y memorias de la política. Madrid: Alianza Editorial, 2008.
- Velasco Molpeceres A.M., Domínguez-García R., Pérez-Curiel C. Politización y desinformación en la Memoria Histórica. Percepción de las audiencias en Twitter ante la posición de Vox sobre Federico García Lorca June // Revista Mediterránea de Comunicación. 2022. 13 (2). P. 99-116.

COVERAGE OF MEMORIAL PRACTICES IN THE SPANISH MEDIA: THE MEMORY OF GARCÍA LORCA

The article analyzes publications in the Spanish-language media on the topic of the commemoration of Federico Garcia Lorca in the context of acts of remembrance of the victims of the Spanish Civil War (1936-1939) and the dictatorship of F. Franco. The main patterns of such publications are determined, which makes it possible to study the real socio-political discourse of the problem of commemoration and preservation of memory in Spain.

Key words: Federico Garcia Lorca, media discourse, historical memory, commemoration, the law of democratic memory.

*Н.Н. Белошицкая (Архангельск, Россия)
Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова
n.beloshickay@narfu.ru*

ДРАМАТУРГИЧЕСКАЯ ТОНАЛЬНОСТЬ ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО МЕДИАДИСКУРСА УНИВЕРСИТЕТА

Дискурсивный параметр «драматургическая тональность» рассматривается в статье как механизм конструирования презентационного медиaprостранства сайта университета. Определяются прототипические жанры, в которых данная модусная категория обеспечивает оценочную интерпретацию сообщения в запланированном субъектом дискурса ключе. Инвентарь основных концептуальных категорий исследования включает следующие: интерпретация, импликатура, стратегия.

Ключевые слова: драматургическая тональность, презентационный медиадискурс, интерпретация, демонстратив, консолидирующая импликатура.

Проблематика исследования механизма драматургической тональности отвечает современной тенденции междисциплинарного изучения естественного языка и разных типов дискурса с целью моделирования когнитивных процессов формирования смысла и интерпретации мира. В настоящей статье объектом исследовательского внимания становится презентационное медиaprостранство университета. Задача исследования состоит в выявлении средств реализации драматургической тональности.

В широкой панораме концепций социального взаимодействия выделим несколько объяснительных моделей коммуникативного поведения. Значительный интерес представляет социодраматический подход Ирвинга Гофмана [Гофман 2000, 2003]. Основная идея этого подхода – социальное взаимодействие, это спектакль, где люди исполняют свои партии, создают некий образ. Механизм драматургической тональности настраивает реципиента сообщения на интерпретирование сообщения и выступает как приспособительный механизм, обеспечивающий успешность коммуникативного поведения человека. Это позволяет рассматривать действие механизма драматургической тональности в рамках презентационной теории дискурса, разработанной А.В. Оляничем [Олянич 2004]. Автор теории полагает, что все концепты, вовлеченные в информационный процесс, подвергаются драматизации. Основная функция драматургической тональности – настройка сообщения таким образом, чтобы интерпретация смысла осуществлялась согласно вектору,

задуманному автором сообщения (субъектом дискурса). Коммуникативное поведение субъекта дискурса определяется, помимо прочих факторов, и вводом имплицитных допущений. Механизм действия драматургической тональности предполагает намеренное включение компонентов смысла – импликатур, которые должен вычислить слушающий. В.И. Карасик, в частности, определяет такие типы культурно обусловленного имплицитного выражения смысла: консолидирующий, агональный, поэтический, дидактический [Карасик 2021: 98]. Основным приемом экспликации действия механизма драматургической тональности служит интерпретация. В этой связи, безусловно, лексико-синтаксическая ткань наиболее открыта для анализа, т.к. «интерпретативные стратегии заложены в самом тексте» [Сулименко 2009: 36]. Однако в глобальном смысле интерпретация как реализация интерпретирующей функции языка есть проявление его антропоцентрической сущности [Болдырев 2015: 6]. Н.Н. Болдырев определяет три главные функции интерпретации: селекция, классификация и оценка [Болдырев 2015: 7]. Механизм драматургической тональности способствует осуществлению оценочной интерпретации сообщения. Такое понимание дискурсивной тональности поддерживается и исследователем PR-дискурса Л.В. Селезневой, которая отмечает связь тональности с аксиологией дискурса и категорией модальности: «оценка, основанная на реализации механизмов модальности, используется как дискурсивная категория, формирующая дискурсивную тональность текста [Селезнева 2018: 15]. Как модально-характеризующее измерение любой разновидности общения рассматривает тональность В.И. Карасик [Карасик 2021: 134]. Связь оценочности и драматургичности социального действия отмечается и в философских концепциях коммуникативной деятельности. Заслуживает внимания драматургическая модель действия и достижения консенсуса между участниками коммуникации Ю. Хабермаса [Хабермас 2022].

В качестве материала был использован дискурсивный корпус медиaprостранства ряда университетов. Анализ разножанровых презентационных текстов медиaprостранства университетов показал, что дискурс сайтов обладает выраженным отношением к действительности, объекту и к собственному сообщению. Метацелью презентационного медиадискурса университета служит формирование у адресата мотивационно-потребностной сферы, общих разделяемых с адресатом ценностных устремлений. Дискурсивное пространство сайта есть динамический конструкт, семиотически неоднородный. Корпоративный дискурс сайта ориентирован на широкую общественность и тесно коррелирует с регионально- и национально-культурным фоном. Это четко прослеживается в текстах жанра «миссия университета» и в обозначении целей университетов.

Пример 1: «Миссия университета – научное и кадровое обеспечение **защиты геополитических интересов России в Арктике (...)**» [<https://narfu.ru/university/about/mission/>].

Пример 2. «Миссия ПетрГУ как опорного университета: подготовка компетентных высокопрофессиональных специалистов (...) с целью устойчивого **социально-экономического развития Республики Карелия и СЗФО**» [<https://petrsu.ru/page/ptoday/university>].

В прагматической характеристике аксиологический компонент занимает ключевую позицию. Рассмотренные жанры включают так называемые метарефлексии – установки технических правил: брендбук (корпоративные цвета, логотип); гимн; комиссивы – цели, задачи, миссии и ценности университетов; непосредственно презентационные комплексные речевые жанры – демонстративы (термин

В.И. Карасика). К последним относим такие жанры, как «ключевые факты», «позиции в рейтингах и другие достижения», «университет в лицах», «СМИ о нас», «наши выпускники». Преобладание речевого жанра демонстратива с доминированием аттрактивной и эмоциогенной коммуникативных стратегий (термин В.И. Карасика) служит прагматическим маркером драматургической тональности в конструировании презентационного медиaprостранства сайта. Ярким проявлением этих стратегий в реализации драматургической тональности является дискурсивный корпус аксиологически маркированных текстов, профилирующих основные концепты университета. Проявлением действия механизма драматургической тональности рассматриваем жанровую когезию – дискурсивную развертку комиссионного заявления в тексте другой прагматической направленности – демонстративе. Примером реализации такого приема служит корреляция заявленной цели с подтверждением ее достижения. Так, освоение Арктики выступает доминантой ценностно-смысловой сферы дискурсивного пространства Северного (Арктического) федерального университета. В тексте «Стратегическая цель университета» (жанр комиссив) САФУ утверждается стремление «стать интеллектуальным центром **освоения Арктики** в международном пространстве». Иллюстративным подтверждением и демонстрацией процесса достижения цели служит подробное освещение ежегодной научно-исследовательской экспедиции Арктический плавучий университет (АПУ) в форме публицистического жанра путевых заметок – дневник АПУ. В свете прагматического подхода – это комплексный демонстратив. Детальное описание ключевого исследовательского проекта университета – является инсценированной дискурсивной разверткой в форме нарратива. Драматургичность построения этого сложного текста определяет приобретение им черт мифического дискурса.

Действие дискурсивного механизма драматургической тональности направлено на формирование позитивного имиджа университета. Привлекает внимание поликодовость, семиотическая неоднородность презентационного медиадискурса сайта университета – активное использование фото, аудио- и видео-материалов, визуализации. «Процесс коммуникации может быть представлен в виде разворачивающейся во времени и в пространстве последовательности презентем как сугубо семиотически (визуально), так и дискурсивно (преимущественно вербально)» [Олянич 2004: 213]. Дискурсивная многослойность также важная характеристика презентационного медиадискурса университета, например, газета (публицистика в прототипическом виде) внутри сайта. Косвенно презентационным является такой жанр, как интервью. Многочисленные интервью с учеными, студентами-исследователями, преподавателями реализуют драматургический замысел субъекта дискурса (глобальную интенцию) – трансляцию академических ценностей. Обращаясь к терминологии концепций драматургии коммуникации, наблюдаем, как разыгрываются «специфические роли, рассчитанные на виртуозную самоинсценировку» [Хабермас 2022: 115]. Популярность жанра интервью и как следствие многократное обращение к типажам ученого, молодого ученого, исследователя продвигают поведенческие ориентиры, драматизируют (представляют) смысловое содержание ценностей через закрепление образа в сознании целевого адресата – студентов, абитуриентов. Драматургическая тональность таких дискурсивных построений характеризуется чертами оптимистичного мировосприятия, семантикой положительного отношения и высокой вовлеченности в исследовательский процесс, подчеркиванием социальной значимости своей

деятельности. Дидактическая и консолидирующая имплицатуры доминируют в смыслообразовании.

Презентационная архитектура медиадискурса университетского сайта в траектории действия драматургической тональности обнаруживает ряд существенных характеристик. Оперирование фактами происходит в плоскости точного портретирования явлений, но интенция субъекта дискурса – привлечь, заворожить, создать и укрепить в сознании положительный многоаспектный образ университета – требует настройки с использованием зрелищности, информационной насыщенности и дискурсивной многослойности.

Литература

Болдырев Н.Н. Антропоцентрическая сущность языка в функциях, единицах и категориях // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 1. С. 5-12.

Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: пер. с англ., / под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2003.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. А.Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц, «Кучково поле», 2000.

Карасик В.И. Языковая пластика общения: монография. М.: Гнозис, 2021.

Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: монография. Волгоград: Парадигма, 2004.

Селезнева Л.В. Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология: дис. ... д-ра филол. наук. Тверь, 2018.

Сулименко Н.Е. Текст и аспекты его лексического анализа. М.: Флинта, 2009.

Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности / пер. с нем. А.К. Судакова. М.: «Весь мир», 2022.

*N.N. Beloshitskaya (Arkhangelsk, Russia)
Northern (Arctic) Federal University*

DRAMATURGICAL TONALITY OF THE UNIVERSITY PRESENTATION MEDIADISOURSE

The discourse parameter “dramaturgical tonality” is taken as a mechanism of a university site presentation media space construction. The author singles out prototypical genres, where this modus category secures evaluative interpretation the way it was designed by the discourse’s subject. The list of key conceptual categories of the research includes: interpretation, implicature, strategy.

Key words: dramaturgical tonality, presentation mediadiscourse, interpretation, demonstrative, consolidation implicature.

О.А. Блинова (Москва, Россия)

Российский государственный гуманитарный университет,

Московский государственный институт

международных отношений (университет)

o.blinova@my.mgimo.ru

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МУЛЬТИМОДАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ В СЕТЕВОМ МЕДИАДИСКУРСЕ¹

В статье рассматривается манипулятивный потенциал мультимодальной метафоры в сетевом медиадискурсе на примере цифровой обложки журнала, распространяемой в «новых медиа» в качестве анонса номера. Показано, что мультимодальный текст обладает значительным манипулятивным потенциалом за счет сочетания вербальной составляющей с визуальными компонентами, обеспечивающего фокусирование и дефокусирование на ключевых смыслах.

Ключевые слова: манипуляция, медиадискурс, метафора, мультимодальная метафора, мультимодальность.

Манипуляция представляет собой имплицитный процесс, в ходе которого с помощью языковых, паралингвистических и экстралингвистических средств на чувства, точку зрения или поведение реципиента оказывается воздействие [Блинова 2023]. Из этого вытекает манипулятивный характер медиадискурса, т.к. среди его функций, как отмечает В. И. Карасик – «воздействие, развлечение и информирование» [Карасик 2014: 204] – именно воздействие стоит на первом месте. Одним из распространенных и эффективных приемов воздействия на реципиента в сетевом медиадискурсе, особенно в так называемых «новых медиа», становится применение мультимодальных элементов. Такие жанры, как политические карикатуры, интернет-мемы, аудио- и видеоподкасты и др., органично сочетают в себе вербальные и невербальные составляющие и воздействуют на адресата одновременно через несколько каналов восприятия. Нередко подобное сочетание вербалики и невербалики по своей природе оказывается метафорично. Это наблюдение и определило объект настоящего исследования: мультимодальные метафоры в сетевом медиадискурсе. Предметом исследования стал характер манипулятивного воздействия данных мультимодальных метафор. В качестве материала исследования для иллюстрации в данной статье послужила цифровая обложка журнала *The Economist*, распространяемая в социальных сетях и платформах «новых медиа» в качестве анонса свежего номера. С жанровой точки зрения обложка представляет собой мультимодальный текст — политическую карикатуру, сочетающий вербальный и визуальный компоненты (рис. 1).

Согласно определению Ч. Форсвилла [Forceville 2009], метафорические проекции можно считать мультимодальными, если области цели и источника относятся к разным модальностям (например, вербальной и невербальной).

Визуальный компонент анализируемого мультимодального текста построен на метафоризации, в то время как вербальный выступает в роли подсказки для облегчения интерпретации. Реципиент безошибочно идентифицирует красную фигурку как Европу, а также локализует смысл мультимодального текста, отнеся его к определенному контексту (в данном случае — конкретной острой политической

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 22-18-00594)

проблеме и ее влиянию на жизнь европейцев). Анималистическая метафора представляет Россию как медведя, что декодируется за счет фоновых знаний.



Рис. 1.

Медведь в данном случае воспринимается как агрессивный зверь, что достигается за счет колористического ряда: темная фигура ассоциируется с угрозой, смертью, за счет контраста на более светлом фоне видны клыки в пасти, а на более темном фоне морды отчетливо выделены красные глаза. Также в фокусе визуального компонента – символизирующая Европу Красная Шапочка.

Помимо колористического ряда, декодирование сообщения происходит за счет несоответствия объема: медведь огромный, и его размер отождествляется с опасностью, которая столь же велика. Потенциальная жертва, Красная Шапочка, при этом маленькая и беззащитная. Таким образом, Европейский союз представлен как «маленький и беззащитный ребенок» по сравнению с «огромной и агрессивной» Россией, что и составляет манипуляцию. Причастие глагол движения (*coming*) и визуальное приближение медведя позволяет соотнести образ «надвигающейся на Европу России» и «надвигающегося медведя / опасности».

В рассматриваемом примере вербальная составляющая мультимодального текста призвана облегчить для реципиента процесс идентификации персонажей, представленных метафорически. Визуальный компонент, тем временем, позволяет, во-первых, фокусировать или дефокусировать внимание, обеспечивая выдвижение ключевых элементов. В результате за счет невербального компонента достигается эмоциональное воздействие: это попытка вызвать у реципиента страх к одному персонажу и жалость и симпатию к другому.

Литература

Блинова О.А. Манипулятивный потенциал мультимодального медиатекста (на материале американской политической карикатуры) // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 1 (37). С. 1-6.

Карасик В.И. Языковое проявление личности. Волгоград: Парадигма, 2014.

Forceville Ch. Multimodal Metaphor / Ed. By Ch. Forceville. Mouton de Gruyter, Berlin – NY, 2009. P. 19-40.

*O.A. Blinova (Moscow, Russia)
Russian State University for the Humanities,
Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University)*

THE MANIPULATIVE POTENTIAL OF MULTIMODAL METAPHORS IN ONLINE MEDIA DISCOURSE

The research paper explores how online media discourse employs multimodal metaphors to manipulate the target audience. The analysis of a digital cover of *The Economist* that is disseminated via social media to promote a new issue shows that focusing and defocusing becomes possible in multimodal metaphoric texts that combine the verbal and non-verbal (visual) components.

Key words: manipulation, media discourse, metaphor, multimodality, multimodal metaphor.

*Л.А. Борботько (Москва, Россия)
Московский городской университет
ludmilaborbotko@gmail.com*

КОГНИТИВНАЯ МАТРИЦА ТЕАТРАЛЬНОГО ДИСКУРСА КАК МЕДИА ФЕНОМЕН

В фокусе настоящего исследования находится театральный дискурс, характеризующийся ансамблевостью и синергичностью элементов, а также театральная программа как составляющая обозначенного типа дискурса. Выделены ключевые признаки программы, позволяющие ей функционировать одновременно в призме театрального и медиадискурса.

Ключевые слова: театральный дискурс, театральная программа, персуазивность, коммеморативность, метадискурсивность, поликодовость.

Театр как дискурсивная форма общественной практики [Викулова 2012] представляет собой систему мозаично выстроенных элементов, взаимообусловленных и иерархически организованных. Театральный дискурс – это единый ансамблевый комплекс [Киселев 2004: 188], все составляющие которого образуют синергию структуры. При этом каждый из отдельных элементов обладает характеристиками дискурсивного жанра, для которого свойственна индивидуальная структурность, многомерная соподчиненность составляющих, образующих единую систему [Там же]. Таким образом, совокупное рассмотрение системы отдельных звеньев цепи театрального дискурса способствует конструированию модели театральной коммуникации, позволяющей трактовать последнюю как «многовекторный интерпретативный процесс, который можно представить в виде совокупности взаимосвязанных этапов» [Огнева 2022: 37].

Центральное место в системе театрального дискурса занимают спектакль как инструмент, призванный оказать «максимальное воздействие на потенциального адресата (зрителя)» [Zheltukhina 2017: 86], а также зритель. Присутствие последнего обязательно для существования театрального дискурса, который характеризуется «внутримонологической диалогичностью» [Дускаева 2012: 16]: действие, разворачивающееся на сцене, формально и канонически отстранено от зрителя – пространства сцены и зрительного зала находятся в параллели, однако сама природа театра, театральная сущность заключена в ответственности.

Для реализации потенциала спектакля как инструмента воздействия на зрителя существует аппарат средств, сопровождающих театрално-коммуникативное событие на всех этапах его подготовки и воплощения, а также способствующих большему успеху постановки у аудитории, привлечению зрителя в театр. Одним из подобных инструментов, наряду с афишей, предвещающей выход спектакля, и рецензией, появляющейся после премьеры и сопровождающей показы, является театральная программа. Сам термин «состоит из греческих слов: *про* – прежде и *графо* – пишу. Прежде пишу о том, что должно быть исполнено в концерте, спектакле, балете» [Мягкова 2019]. Следовательно, театральная программа представляет собой инструмент ориентирования в пространстве театра в целом и определенного спектакля, в частности. В этом случае речь идет о социальной ориентации, позволяющей осознать окружающую действительность, оценить значимость явления, сформировать собственный взгляд на происходящее [Дускаева 2012].

В то же время театральная программа представляет собой составляющую медийного образа того или иного спектакля. В данном случае ориентирующий потенциал театральной программы предполагает не только непосредственную ориентацию в «мире событий и людей», но, скорее, ориентирование на определенные действия [Там же: 82] – побуждение посмотреть конкретный спектакль в определенном театре, приглашение увидеть другие спектакли из репертуара данного театра. Манипулятивный эффект театральной программы, функционирующей на границе пересечения театрального и медиадискурса, возможно, повысить благодаря корректному моделированию театральной программы.

Структура театральной программы предполагает включение в нее следующих структурных элементов: название театра и его эмблему, имя художественного руководителя, название спектакля и фамилию автора пьесы, которая легла в его основу, список действующих лиц (часто с пояснениями относительно их социального статуса, возраста, семейных взаимоотношений) и исполнителей, сопровождающийся титулами и званиями, имя режиссера, помощника режиссера, ответственного за проведение спектакля, имена постановочной группы (художника, композитора, сценографа и т.д.). Помимо вышеперечисленных сведений, в программе может быть указана дата премьерного показа, сведения о количестве действий и их продолжительности, факты из истории театра. В некоторых случаях (балетные спектакли или оперы) в программе представлено краткое содержание спектакля – либретто. Таким образом, композиция театральной программы позволяет реализовать ее прагматическую номинативную.

В то же время элементы театральной программы представляют собой систему знаков. Следовательно, структурно, композиционно и функционально программа характеризуется ансамблевостью элементов, соединенных в единое целое, и онтологически обусловленной поликодовостью, выраженную через «семиотические коды, сочетающиеся по принципу вербально-визуального единства» [Маркетинговая лингвистика 2020: 23]. В данном случае, речь идет не столько о гетерогенности текстов и сочетаемости текста и изображений (фото, эмблема театра), сколько о смене когнитивного фокуса в процессе конструирования смыслов, проявляющемся «в приоритете визуального ряда над вербальным» [Омельяненко, Ремчукова 2018: 68]. В случае театральной программы образом может выступать цветовая гамма оформления (цвет слоновой кости у программ к спектаклям Большого театра, оливковый цвет у МХТ им. А.П. Чехова). Следовательно, цвет программы выступает символом театра, определенной театральной школы и традиций, свойственных данному театру –

благодаря цветовой гамме программы становится возможным интерпретировать лингвистическую составляющую (напечатанный текст) «как когнитивный процесс» [Boldyrev 2020: 2] – через экран фоновых знаний реципиента.

Помимо символа театра, программа выступает и как символ конкретного спектакля: программа в виде бумажных кукол, которым можно подбирать одежду, к спектаклю «Кролик Эдвард» в РАМТе. В данном случае, кроме имеющейся темпоральной составляющей и фиксации информации о конкретном событии во времени и пространстве, программа выполняет «историческую, мемориальную функцию» [Захарьянц 2016]. Другими словами, театральная программа функционирует на пересечении дискурсов – театального и коммеморативного, сохраняющего, укрепляющего и «транслирующего индивидуальную и коллективную память о прошлом», участвуя в трансфере знаний [Беседина, Буркова 2023: 38]. Полиmodalный характер программы позволяет передать реципиенту не только фактологическую информацию о театре и спектакле, театре, но и выступать в качестве транслятора традиций, определенной художественной парадигмы, исторической перспективы. Подобный трансфер возможен при наличии у реципиента определенных фоновых знаний и «способствует их углублению» [Там же: 40].

Сигнальный аспект театральной программы позволяет рассматривать ее не только с позиции символа театра и спектакля, но и с точки зрения реализации маркетингового потенциала и «коммерциализации современных текстов, когда сам текст становится товаром» [Викулова, Макарова 2020]. В подобном ключе театральная программа позиционируется как продвигающий текст, характеризующийся, с одной стороны, информативностью, а с другой – манипулятивностью и персуазивностью. В частности, одним из инструментов реализации воздействующего потенциала театральной программы является применяемая метадискурсивная стратегия [Герасимова 2015] – использование метатекстовых единиц в виде дополнительных помет о действующих лицах и исполнителях, способствующих привлечению внимания аудитории, и служащую «целям эффективного воздействия на целевую аудиторию» [Маркетинговая лингвистика 2020: 49].

Таким образом, обратившись к одному из элементов театрального дискурса – театральной программе, справедливо выделить следующие признаки последней: 1) метадискурсивность, позволяющая трактовать программу как инструмент ориентирования аудитории; 2) информативность, обусловленная содержащейся в программе фактологической актуальной информацией; 3) коммеморативность, предполагающая трансфер знаний в процессе фиксации информации о событии во времени и рефлексии; 4) манипулятивность и персуазивность, делающие возможным причислить программу одновременно к театральному и медиадискурсу; 5) поликодовость и ансамблевость, являющиеся сущностными признаками театральной программы, делающими возможным реализацию всех вышеперечисленных аспектов.

В качестве вывода подчеркнем, что сопутствующая и вспомогательная роль театральной программы делает ее необходимым элементом для реализации театрального дискурса не только сиюминутно в процессе сценического воплощения, но и в исторической перспективе.

Литература

- Беседина Е.А., Буркова Т.В.* Коммеморативный дискурс в контексте трансфера знаний // Вопросы когнитивной лингвистики. 2023. № 2. С. 38-46.
- Викуллова Л.Г.* Издательский дискурс в системе общения «автор – издатель – читатель» // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2012. № 2s (18). С. 63-69.
- Герасимова С.А.* Учебно-дидактический текст в педагогической коммуникации: лингвопрагматический аспект: монография. М.: ТЕЗАУРУС, 2015.
- Дускаева Л.Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М.Н.Кожинной. СПбГУ: Филол. факультет, 2012.
- Захарьянц Е.О.* Театральная программа как вид документа // Культура: теория и практика. 2016. №5-6 (14-15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teatralnaya-programma-kak-vid-dokumenta> (дата обращения: 23.08.2023).
- Киселев В.С.* Метатекст как тип художественного целого (к постановке проблемы) // Вестник Томского государственного университета. 2004. № 282. С. 184-190.
- Маркетинговая лингвистика.* Закономерности продвигающего текста: коллективная монография / под ред. Е.Г. Борисовой, Л.Г. Видуловой. М.: ФЛИНТА, 2020.
- Мягкова Г.* Из истории театральной афиши в России (театральная афиша как исторический источник изучения театра) // Семейные ценности. 2019. URL: http://family-values.ru/istoricheskii_vzglyad/teatralnaya_afisha_3682.html (дата обращения: 23.08.2023).
- Огнева Е.А.* Концепция когнитивного моделирования текстового художественного пространства // Вопросы когнитивной лингвистики. 2022. № 2. С. 37-49.
- Омельяненко В.А., Ремчукова Е.Н.* Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности // Коммуникативные исследования. 2018. № 3 (17). С. 66-78.
- Boldyrev N.N.* The Interpretive Dominant in The Cognitive Theory of Language // Philological Readings, vol 83. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences 2020. European Publisher. P. 1-8.
- Zhelutkhina M., Vikulova L., Mikhaylova S., Borbotko L., Masalimova A.* (2017). Communicative theatre space in the linguistic and pragmatic paradigm // XLinguae. 2017. 10. P. 85-100.

*L.A. Borbotko (Moscow, Russia)
Moscow City University*

COGNITIVE MATRIX OF THEATRICAL DISCOURSE AS A MEDIA PHENOMENON

The research regards theatrical discourse with its constituents theatre programme being one of them ensembled and synergetically intertwined. The paper enlists the principal features of theatre programme that empower the latter to function within the frameworks of both theatrical and media discourse simultaneously.

Key words: theatrical discourse, theatre programme, persuasiveness, commemorative potential, metadiscourse potential, multimodality.

Ю.В. Букина (Пятигорск, Россия)
Пятигорский государственный университет
juliabukina@mail.ru

ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МОТИВАЦИОННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Статья посвящена рассмотрению понятия «когнитивная метафора», ее роли и видах в англоязычном мотивационном дискурсе. В фокусе внимания исследования находится медиадискурс видеолекций TED Talks. Автор описывает прагматические и когнитивные особенности, характерные для когнитивных метафор, выявленных в текстах видеолекций TED Talks на английском языке на тему «Motivation» («Мотивация»). В работе описан прагматический воздействующий потенциал когнитивных метафор в мотивационном дискурсе TED Talks, представлен анализ онтологической метафоры как основного продуктивного типа.

Ключевые слова: мотивационный дискурс, речевое воздействие, когнитивная метафора, онтологическая метафора.

Медиадискурс TED обладает полиинтенциональным характером, поскольку соединяет в себе черты научно-популярного и мотивационного типов дискурса, что делает его мощным средством воздействия на массовую аудиторию. Разнообразные коммуникативные стратегии, включая метафорические конструкции и риторические приемы, позволяют ораторам достичь различных целей, влияя на ее познавательный, эмоциональный и мотивационный аспекты.

Мотивационный дискурс – это особый вид дискурса, направленный на побуждение или мотивацию к осуществлению определенных действий или формированию определенного поведения у аудитории. Ученые определяют мотивационный дискурс как взаимодействие на вербальном уровне между источником и получателем с целью оказания положительного воздействия на эмоциональную, волевою и оперативную сферы последнего [Подольак 2016], воодушевления и координации деятельности человека определенным образом, а также для формирования желаемого отношения к чему-либо [Хутыз 2022].

Зарубежные исследователи утверждают, что мотивационный дискурс преимущественно базируется на реальных жизненных историях, способных вдохновить адресата на определенное поведение; для усиления эмоционального воздействия спикер использует вербальные и невербальные средства, такие как жестикация, интонация; при этом он сосредоточен на ограниченном количестве тем. В руководстве по составлению эффективных мотивационных речей, наряду с другими рекомендациями, отмечается, что «метафора и юмор неизменно отличают хорошую мотивационную речь, являясь ‘эмоциональной, экспрессивно-образной наживкой’ для слушателя» [Gemma 2023].

Учитывая существенный воздействующий потенциал, представляется важным изучить лингвистические механизмы конструирования мотивационного дискурса TED Talks: в какой форме они вербально формулируются и презентуются адресату. Материалом исследования послужили 11 текстов лекций на тему «Мотивация», вышедшие в 2018-2023 гг. в классическом традиционном формате TED конференции продолжительностью от 13 до 23 минут каждая. Примеры метафор, иллюстрирующие результаты исследования, взяты из 4 видеолекций. Данный факт обусловлен ограничением объема статьи.

Полагаем, что воздействующий потенциал мотивационного дискурса TED Talks заключен в его особой лингвориторической организации. Замечено, что речь лекторов TED изобилует такими изобразительно-выразительными средствами, как метафоры и метафорические конструкции. Когнитивный механизм действия метафоры заключается в том, что она переносит значение от одного понятия к другому, создавая ассоциации и связи между ними. Познавательная функция метафор воплощена в конструировании более доступной в восприятии аналогии абстрактным, сложным научно-популярным концепциям, делая дискурс лекций TED более образным и более понятным массовой аудитории. Кроме того, метафора активизирует уже существующие знания и опыт аудитории, облегчая восприятие и интеграцию новых знаний. Большая часть концептуальной системы мотивационного дискурса лекций TED Talks связана и подчинена его цели: вдохновить, мотивировать, переосмыслить или изменить поведение, ход мыслей, образ жизни. Метафоры, используемые мотивационными ораторами, демонстрируют необходимость двигаться вперед, преодолевать трудности, достигать высоких результатов, подчеркивая важность личного развития, постоянных усилий и терпения для достижения целей, сохранения решимости, веры и неперемного движения к цели.

Метафоры, отражая наиболее значимые качества и свойства объектов в соответствующем социуме и его языке, объединяют когнитивные модели, которые представляют собой стереотипные образы, участвующие в организации нашего опыта. Каждая когнитивная модель включает разнообразные лексические единицы, при этом метафорическое переосмысление связи между начальной и целевой понятийными областями способствует реализации определенной метафорической модели. Таким образом, метафора трактуется как «результат когнитивного процесса, сопоставляющего или противопоставляющего два или более референтов, что приводит к семантической (концептуальной) аномалии, результатом которой является эмоциональное воздействие» [Ширяева 2007: 30].

В когнитивной теории языка метафора исследуется как структура, в основе которой лежит механизм концептуализации опыта, с помощью которого осуществляется передача знаний из одной сферы в другую. Суть такого переноса заключается в наложении одной концептуальной области на другую, при которой множество концептов области-источника переносятся на соответствующие концепты области-цели [Лакофф и др., 2004]. Метафора обладает уникальным свойством объединять абстрактное и конкретное, т.е. логические структуры различных уровней, и сливать такие разнообразные элементы в новые концепты. В контексте медиадискурса TED Talks такой механизм делает возможным взаимодействие познавательных процессов, эмпирического опыта, культурного наследия общества и языковой компетенции индивида, с целью отразить в языковой форме абстрактные объекты, недоступные для чувственного восприятия, визуализировать образ мира, новые научные знания. Основой деления метафор по типу выступает классификация концептуальных (когнитивных) метафор Дж. Лакоффа и М. Джонсона [Лакофф и др., 2004], включающая когнитивные метафоры трех типов: онтологические, ориентационные и структурные. Учитывая тот факт, что онтологические метафоры, базирующиеся исключительно на данных человеческого опыта, связанных с физическими объектами, и помогающие осмыслить события, действия, эмоции и идеи как дискретные, чувственно воспринимаемые объекты и сущности, представляют большую часть выявленных метафор и метафорических конструкций (48%), сфокусируем наше внимание на их анализе. Онтологические метафоры, выявленные в

исследуемом материале, представлены следующими концептуальными категориями: процесс/действие (27,1%), объект/предмет (23,1%), живой организм (19,1%), путь/способ (18,9%), природа (11,8%). Как видно из количественных показателей, самыми продуктивными являются первые три. Хотим отметить, что рассмотреть и проанализировать все выявленные примеры в рамках данной статьи не представляется возможным, поэтому ограничимся описанием лишь тех метафор, которые репрезентируют три самые популярные модели: процесс/действие, объект/предмет, живой организм.

Метафорическая модель **процесс / действие** является самой продуктивной в англоязычном мотивационном дискурсе: 27,1 % всех выявленных нами живых и «оживших» в контексте метафор с референцией к концептам «действие, занятие, процесс, движение» построены по этой аналогии. Например, К. Прайс в своей лекции о том, как наполнить свою жизнь удовольствием неоднократно использует метафорическую аналогию «время-процесс / действие». Акцентируя бессмысленность траты времени на гаджеты, оратор использует следующие метафоры “[...] *but there’s also a lot of time that we just **fritter away** [...] if you are able to create boundaries with your devices, you’re going to end up with more free time that you can devote to **pursuing true fun**. [...] Build that into your schedule, **carve out the time** for it. [...] a **fun audit** can be a good thing to do if you’re feeling stuck. [...] scan through your leisure activities and figure out activities to **replace the time** that you were spending on **time-sucking fake fun** [...]*” [3].

Данный фрагмент лекции изобилует примерами, актуализирующими метафорические действия и процессы, связанные со временем – «тратить время впустую»: *‘to fritter away time’* (как деньги); «создавать, творить время»: *‘to carve out the time’* («создавать» его, подобно производству искусства); «контролировать/оценивать время»: *‘to audit fun’* (как контролируют финансовую деятельность). Процессуальная метафора присутствует в выражении *‘time-sucking fake fun’*, где автор сравнивает трату времени на ложные удовольствия (гаджеты) с выкачиванием (жидкости) из резервуара, опустошением запаса, имплицитно указывая на потерю времени. Данные метафоры заставляют адресата всерьез задуматься над ценностью времени, вызывают устойчивые отрицательные коннотации со временем, потраченным на бессмысленные и ложные удовольствия, что, несомненно, мотивирует слушателя пересмотреть свои взгляды на распорядок дня, разумную организацию времени.

Метафорическая модель **объект / предмет** занимает второе место по продуктивности – 23,1% и представлена метафорами с референцией к концептам: «предмет, вещь, объект». Например: “[...] *The message I received from home was: never **shrink yourself to fit into this world** [...] you are enough...**barrier breaking** is about not **staying in your lane** [...]*” [1]. В данном примере оратор использует метафору «мир-объект», которая акцентирует факт представления мира и стереотипов, навязываемых обществом в виде объекта, имеющего границы. Реализация смыслов, заложенных в такой метафорической модели, играет роль мотива-призыва не подстраиваться (*shrink*) под размеры окружающего мира (*to fit into this world*), сломать границы (*barrier breaking*), изменить привычную траекторию движения (*not stay in your lane*).

Метафоры, репрезентирующие модель **живой организм**, третья по популярности группа онтологических когнитивных метафор (19,1 %), включающая метафоры с референцией к концептам «живое существо, человек, животное». Например, в следующем фрагменте лекции оратор неоднократно прибегает к

метафорической аналогии «живой организм» применительно к концепту возраст. “[...] *You may not tell your age, but your hands and your neck will. [...] My mom was never afraid of her age, she was proud of it. [...] Make peace with ageing. [...] settling is insidious [...] you told the universe you weren't into working like that. [...] the universe is conspiring for you [...]*” [4]. Используя данные метафоры, лектор как бы призывает слушателя последовать ее опыту, избавиться от страха возраста, принять его как друга. Одновременно с возрастом оратор «очеловечивает» образ вселенной, наделяя ее такими человеческими качествами, как умение выслушать, внимательно наблюдать за успехом и неудачами человека, поддерживать в трудную минуту, вызывая у слушателя позитивные установки к миру и неизбежным возрастным изменениям.

Таким образом, онтологическая метафора является популярным и эффективным средством речевого воздействия в мотивационном медиадискурсе TED Talks, поскольку данные метафорические модели соответствуют процессу осмысления человеком своего опыта взаимодействия с окружающей средой и отражают методы когнитивной организации усвоенных знаний.

Литература

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

Подольяк Ж.И. К вопросу о выделении мотивационного дискурса // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 5. С. 63-64.

Хутыз И.П. Особенности конструирования англоязычного мотивационного дискурса: уровень грамматики // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2022. № 1 (45). С. 100-112.

Ширяева Т.А. Модель понимания метафоры в институциональном деловом дискурсе // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2007. № 35. С. 29-32.

Источники

Parker C. How to break down barriers and not accept limits. URL: https://www.ted.com/talks/candace_parker_how_to_break_down_barriers_and_not_accept_limits/c.

Edwards T. Stop being a bystander in your own life. URL: https://www.ted.com/talks/tracy_edwards_stop_being_a_bystander_in_your_own_life.

Price C. Why having fun is the secret to a healthier life. URL: https://www.ted.com/talks/catherine_price_why_having_fun_is_the_secret_to_a_healthier_life?language=en.

Smith B. How to discover your authentic self – at any age. URL: https://www.ted.com/talks/bevy_smith_how_to_discover_your_authentic_self_at_any_age?language=en.

*Y.V. Bukina (Pyatigorsk, Russia)
Pyatigorsk State University*

ONTOLOGICAL METAPHOR AS A MEANS OF INFLUENCE IN ENGLISH MOTIVATIONAL MEDIA DISCOURSE

The article is devoted to the consideration of the concept of "cognitive metaphor", its role and types in English-language motivational discourse. The focus of the study is the media discourse of TED Talks video lectures. The author describes the pragmatic and cognitive features, typical of cognitive metaphors identified in the texts of TED Talks video lectures on the topic "Motivation" in English. The paper describes the pragmatic influencing potential of cognitive metaphors in the

motivational discourse of TED Talks, presents the analysis of ontological metaphor as the main productive type.

Key words: motivational discourse, speech impact, cognitive metaphor, ontological metaphor.

*А.Д. Гавриш, Е.В. Гуляева, Л.Г. Компанеева (Волгоград, Россия)
Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
alesyagavrish@yandex.ru*

ЭМОЦИОНАЛЬНО-КОГНИТИВНЫЕ БЛОКИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

В статье раскрываются некоторые особенности проявлений эмоций и поднимается вопрос о возможности выделения особых эмоционально-когнитивных блоков в информационном потоке в медиапространстве, под которыми авторы понимают целостное сочетание эмоциональных и когнитивных составляющих, актуализированное, вербально и невербально оформленное, имеющее целеполагание, стабильное, но потенциально трансформируемое.

Ключевые слова: медиадискурс, информационный поток, эмоция, когниция, эмоционально-когнитивный блок.

Вербальные и невербальные проявления эмоций вот уже несколько десятилетий исследуются учеными-лингвистами преимущественно с позиций лингвокультурологии и психолингвистики [Фирсова 2004; Шаховский 2009]. Эмоция представляет собой «реакцию человека в виде субъективно окрашенного переживания, чувства, отражающая значимость для него воздействующего раздражителя» [Никифоров 2010]. На наш взгляд, именно эмоция придает процессу познания значимость и аксиологичность, направляет и ограничивает его. Эмоция достоверно регистрируется как информационно значимый феномен, сопутствующий процессу чувственного восприятия. Не исключено, что эмоции являются необходимым элементом точной идентификации информации и инструментом ее закрепления в памяти субъекта. Современные исследования в области нейрофизиологии инструментально доказали, что эмоции неотделимы от когниции, а эмоциональное состояние мозга порой является более значимым, чем иные параметры его состояния [Бехтерева 2014: 84-85, 184, 186, 187, 327]. В.И. Шаховский также отмечает, что все когнитивные процессы сопровождаются эмоциями и сопряжены с ними, т.к. когниция вызывает эмоции, а эмоции могут влиять на когницию, т.к. вмешиваются во все уровни мыслительных процессов [Шаховский 2009: 17].

Психолог Пол Экман, который занимался изучением эмоций и интерпретацией невербальных эмоциональных проявлений, является одним из широко известных специалистов в области психологии эмоций. Совместно с У. Фризенем они разработали особую систему для измерения выражений лица “*Facial action coding system*”, считая, что возможно выделить доминирующую эмоцию, взаимодействующую с ситуацией, ее породившей [Friesen 1978]. При этом полагаем, что ситуация могла рассматриваться ими как совокупность всех значимых составляющих процесса проявления эмоции. Одним из результатов анализа эмоциональных проявлений должна была стать возможность реконструкции когнитивной составляющей эмоциональных проявлений. Однако, на наш взгляд, на момент разработки системы, достичь такого результата было практически невозможно. Позднее П. Экманом было

разработано еще несколько инструментов анализа эмоциональных невербальных проявлений, в том числе мимики, к примеру программы “*Micro Expressions Training Tool*” и “*Subtle Expression Training Tool*”, позволяющие распознавать непроизвольные движения и незаметные, даже скрываемые признаки эмоций [University at Buffalo 2006]. На сегодняшний день компьютерные технологии позволяют анализировать невербальные проявления эмоций уже в динамике, существуют программы, которые позволяют выделить эмоциональные составляющие при анализе видеоряда [Savchenko 2022]. Несмотря на новейшие достижения в этой сфере, полагаем, что полного корректного выделения и реконструкции когнитивных составляющих по внешним невербальным эмоциональным проявлениям осуществить практически невозможно. Также необходимо принимать во внимание неустраняемый вероятностный характер таких реконструкций, связанный как со спецификой анализа, так и с чрезвычайной вариативностью индивидуальных проявлений эмоций. Учитывая все вышесказанное, считаем, что исследователям в рамках гуманитарных научных дисциплин для описания коммуникативных процессов можно было бы использовать понятие «эмоционально-когнитивный блок». Это понятие основано на неразрывности эмоции и когниции и возможности частичного выделения в их взаимодействии как эмоциональных, так и когнитивных составляющих. Эмоционально-когнитивный блок, на наш взгляд, это целостное сочетание эмоциональных и когнитивных составляющих, актуализированное, вербально и невербально оформленное, имеющее целеполагание, стабильное, но потенциально трансформируемое. Эмоционально-когнитивный блок имеет актуальную временную протяженность, которая может ограничиваться как адресантом, так и потребностями аудитории. В большинстве эмоционально-когнитивных блоков именно эмоциональная составляющая является доминирующей и опирается на некоторую личностно-значимую для аудитории фактологию, активно взаимодействуя с этой фактологией. Целеполагание эмоционально-когнитивного блока – стимуляция повторяющихся реакций аудитории на раздражители, схожие с задействованными в этом блоке.

Продемонстрируем, как можно использовать данное понятие при анализе коммуникативных актов в медиaprостранстве. Членение информационного потока на единицы, доступные восприятию, является обязательным общераспространенным физиологическим процессом. Оно связано с закономерностями функционирования человеческой психики и с наличием определенных физиологических ритмов, задающих такое структурирование информационного потока, которое воспринимаемое как естественное. Информационный поток в медиасреде членится на относительно компактные части, вызывающие при их трансляции у большинства аудитории ожидаемые желательные поведенческие реакции. Дискретность медиапотока способствует возможным изменениям вектора направления движения эмоционального реагирования аудитории. В таком членении можно выделить эмоционально-когнитивный блок в качестве единицы анализа.

К примеру, рассмотрим, как в американском медиадискурсе презентуется медийная фигура Илона Маска. При распространении информации о нем создается и поддерживается особая эмоционально-когнитивная составляющая, основанная на мифологизации и идеализации его личностных качеств. В СМИ он представлен, в том числе, как: 1) талантливый бизнесмен “*Musk is the biggest shareholder of the privately-held SpaceX*” [Marquardt 2022]; 2) прогрессивно мыслящий лидер “*He’s extremely successful, is endlessly innovative and acts as a case study for creative leadership*” [Fayad 2022]; 3) покоритель космоса “*Elon Musk has revealed his grand plan for establishing a*

human settlement on Mars” [Drake 2016]; 4) влиятельная политическая фигура, способная участвовать в глобальных событиях, даже таких как военные действия “ ‘*If I had agreed to their request, then SpaceX would be explicitly complicit in a major act of war and conflict escalation*’, Musk wrote” [Darcy 2023]. Эмоционально-когнитивный блок в этом случае опирается на создание и закрепление у аудитории положительного реагирования на медийную фигуру И. Маска и распространение подобного реагирования на меняющиеся потребности адресанта. Позитивный образ как эмоциональная составляющая этого блока может потенциально сочетаться и с иными когнитивными составляющими. Предполагаем, что в дальнейшем И. Маск может: 1) быть транслятором альтернативных политических точек зрения; 2) влиять на потребности аудитории в научно-популярной информации, затрагивающей тематику космоса; 3) оказывать локальное влияние на большие экономические рыночные механизмы (к примеру, в сфере продажи автомобилей). Схожим образом эмоционально-когнитивный блок, созданный еще в 1980-е годы при Рональде Рейгане, заключающийся в активной эксплуатации слогана “*Let’s Make America great again*” [Morgan 2019], бытует до сих пор, и его эмоциональную составляющую с новым когнитивным наполнением использует Дональд Трамп. В своих предвыборных речах в 2016 г. он использовал различные вариации на тему данного лозунга, предлагая сделать Америку снова сильной и безопасной: “*Make America Strong Again*”; “*Make America Safe Again*” [Trump 2016].

Таким образом, считаем, что в медиасреде возможно выявить эмоционально-когнитивные блоки, вступающие в сложные взаимодействия между собой и трансформирующиеся под меняющиеся потребности аудитории. С помощью эксплуатации эмоционально-когнитивных блоков можно сгладить противоречивость подачи информации в медиапоток, сделать ее более предсказуемой с точки зрения потенциальной реакции массовой аудитории. Эмоционально-когнитивные блоки можно выделять в разных частях информационного потока, в том числе, в художественных фильмах, новостных сюжетах, а также в информации, бытующей в социальных сетях.

Литература

- Бехтерева Н.П.* Магия мозга и лабиринты жизни. М.: АСТ, 2014.
- Никифоров А.С.* Неврология. Полный толковый словарь. М.: Эксмо, 2010.
- Фирсова Н.М.* Отражение национальных особенностей эмоций испаноязычных и англоязычных народов в вербальных средствах коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2004. № 6. С. 71-79.
- Шаховский В. И.* Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии: учебное пособие. Волгоград: Перемена, 2009.
- Darcy O.* An explosive Elon Musk biography is just hitting shelves. Новость от 12.09.2023 // Сайт телеканала «CNN». URL: <https://edition.cnn.com/2023/09/11/media/walter-isacson-elon-musk-reliable-sources/index.html> (дата обращения 12.09.2023)
- Drake N.* Elon Musk: A Million Humans Could Live on Mars By the 2060s. Новость от 28.09.2016 // National Geographic Society. URL: <https://www.nationalgeographic.com/science/article/elon-musk-spacex-exploring-mars-planets-space-science> (дата обращения 01.09.2023)
- Fayad A.* 5 Leadership Lessons From Elon Musk. Новость от 27.07.2022 // Сайт журнала Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2022/07/27/5-leadership-lessons-from-elon-musk/?sh=3793f85132aa> (дата обращения 01.09.2023)
- Friesen W., Ekman P.* Facial action coding system: A technique for the measurement of facial movement // Consulting psychologists press, Palo Alto, 1978.

Marquardt A. Musk's SpaceX says it can no longer pay for critical satellite services in Ukraine, asks Pentagon to pick up the tab. *Новость* от 14.10.2022 // Сайт телеканала «CNN». URL: <https://edition.cnn.com/2022/10/13/politics/elon-musk-spacex-starlink-ukraine/index.html> (дата обращения 01.09.2023)

Morgan I. Make America great again: Ronald Reagan and Donald Trump // *The Trump Presidency: From Campaign Trail to world stage* (ed. by Oliva, M. Shanahan). London: Palgrave Macmillan, 2019. Pp. 59-82.

Trump D. Речь от 09.11.2016 // Сайт газеты «The New York Times». URL: <https://www.nytimes.com/-2016/11/10/us/politics/trump-speech-transcript.htm> (дата обращения 10.08.2023).

University at Buffalo. Lying Is Exposed by Micro-expressions We Can't Control // *ScienceDaily*, May 5, 2006.

Savchenko A.V., Savchenko L.V., Makarov I. Classifying Emotions and Engagement in Online Learning Based on a Single Facial Expression Recognition Neural Network // *IEEE Transactions on Affective Computing*. 2022. Vol. 13. № 4. P. 2132-2143. DOI: 10.1109/TAFFC.2022.3188390.

A.D. Gavrish, E.V. Gulyaeva, L.G. Kompaneeva (Volgograd, Russia)
Volgograd Institute of Management – branch of RANEPA

EMOTIONAL COGNITIVE UNITS IN MODERN MEDIASPACE

The article reveals some peculiarities of expressions of emotions and raises the question of the possibility of separation of emotional-cognitive units in the mediaspace. By emotional-cognitive unit authors mean a holistic combination of emotional and cognitive components, actualized, verbally and non-verbally shaped, having a goal setting, stable, but potentially transformable.

Key words: mediadiscourse, information flow, emotion, cognition, emotional-cognitive unit.

Л.А. Егорова, М.Э. Рябова (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
ryabovame@mail.ru; legorova@mail.ru

КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСУАЗИВНОЙ ИНТЕНЦИИ В РЕКЛАМНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Актуализируется исследование персуазивной интенции в рекламном медиадискурсе сквозь призму когнитивной лингвистики. Целью статьи является выявление когнитивных механизмов и описание когнитивных стратегий воздействия на субъекта персуазивной коммуникации. Сделан вывод о комплексной реализации персуазивной интенции в рекламном медиадискурсе.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, персуазивная коммуникация, рекламный медиадискурс, поликодовость.

Когнитивные аспекты персуазивной интенции в связи с мощным эмоциональным воздействием рекламного сообщения на реципиента в медиадискурсе представляются актуальным и мало исследованным направлением в когнитивной лингвистике. Отправной точкой наших размышлений выступают, во-первых, рациональные коммуникативные техники, позволяющие обосновывать положительное отношение автора текста к рекламируемому им продукту. Во-вторых, стоит отметить эмоциональные частные персуазивные стратегии, оказывающие воздействие

непосредственно на эмоционально-чувственную сферу реципиента и усиливающие положительные эмоции. В-третьих, когнитивные механизмы пересекаются в точке такого вида стратегий, как интенционально-волевые. Они направлены на прямое побуждение адресата к покупке товара или услуги и именно по этой причине часто выражаются эксплицитно. Кроме того, не прямое воздействие на реципиента оказывают и манипулятивные стратегии, которые обращаются к подсознанию целевой аудитории, таким образом лишая получателя рекламного сообщения возможности делать осознанные выводы о необходимости покупки продукта. Поскольку персуазивные стратегии эффективны только при их комплексной реализации, апеллирующей к установлению тождественности когнитивных систем участников персуазивной коммуникации, одни и те же вербальные и невербальные средства могут выполнять функцию активизации сразу нескольких частных коммуникативных стратегий. Сказанное обуславливает цель исследования, заключающуюся в рефлексии персуазивности как имманентной характеристики рекламного медиадискурса в ее когнитивной перспективе. Особое внимание стоит уделить анализу невербальных средств убеждения. Согласно исследованиям зарубежных исследователей, визуализированная специфика медиадискурса включает в себя два вида участников: *represented participants and interactive participants* «представленные участники и интерактивные участники» [Vahid 2012: 251]. Первая группа состоит из участников визуального контента рекламного сообщения, в то время как вторая группа лиц является авторами и получателями сообщения. Отношения между участниками визуального медиадискурса обусловлены рядом социокультурных особенностей определенного сообщества и определяют содержание невербальных компонентов коммуникации. Важно отметить невозможность успешного завершения акта общения без наличия тех или иных невербальных средств. В рамках рекламного медиадискурса воздействие на адресата также недостижимо без обращения авторов рекламных сообщений к поликодовому тексту. Как правило, использование таких невербальных компонентов персуазивной интенции, как фото и видео, разнообразие шрифтов и форматирования текста, применение эмоджи-реакций может быть соотнесено с когнитивными маркерами, поскольку они служат для осуществления эмоциональной стратегии убеждения. Диапазон невербального воздействия на сознание аудитории увеличивается благодаря обращению к поликодовости. Так, хроматический код на протяжении нескольких столетий служит средством привлечения внимания к определенному сообщению, а также может считаться инструментом повышения узнаваемости бренда благодаря созданию когнитивной ассоциативной связи компании с конкретным цветовым набором.

Правильное цветовое решение определяет первое впечатление потенциального клиента о рекламируемых товарах или услугах. Согласно результатам исследования А.И. Ильченко, вероятность решения о дальнейшем знакомстве с продвигаемым продуктом после прочтения текста на 60% зависит от выбранного рекламистами цветового сочетания. Кроме того, корректный выбор цветовой репрезентации товара или услуги «способен на 40% улучшить восприятие рекламы» [Ильченко 2017: 6716]. При выборе цвета рекламистам необходимо учитывать ассоциативную связь определенного цвета с представлением потребителя о его традиционном использовании в рамках мировой и национальной культуры. В качестве ключевых способов структурирования рекламного текста с целью реализации персуазивной интенции важно выделить использование заглавных букв для написания заголовков

или приоритетных компонентов сообщения, применение курсива и полужирного шрифта разделения информации на более важную и менее важную, а также деление на абзацы в соответствии с количеством идей, которые необходимо донести до адресата.

Поскольку основной задачей рекламных текстов является воздействие на адресата, персуазивная интенция представляется одной из основополагающих составляющих когнитивно-прагматической стратегии текста. Важно отметить ситуативность эффективности тех или иных персуазивных средств, зависящую от фактора их сочетаемости с другими элементами текстовой структуры, в также с компонентами экстралингвистической информации. Например, удачный выбор стиля повышает эффективность речевого взаимодействия [Стрижкова 2009].

При составлении рекламного сообщения адресант ориентируется на массового потребителя, усредненного реципиента. Его ключевые особенности определяются с помощью набора гендерных, возрастных, географических и социокультурных признаков. В пространстве рекламного медиадискурса целевой адресат является субъектом коммуникации, на которого направлено определенное действие, чаще всего подразумевающее влияние на его сознание. Автор рекламного сообщения, базируясь на перечисленных выше характеристиках, выбирает способ презентации информации в тексте, а также средства воздействия на читателя. Основные характеристики, на которые опираются адресанты персуазивных текстов, – это потребности, интересы, моральные и ценностные принципы, привычные модели поведения. С позиции иерархической организации стратегии реализации персуазивной интенции можно представить в виде трехуровневой структуры. Фундаментом для этой структуры служит общая коммуникативная стратегия, которая определяется коммуникативным намерением адресанта. Следующий уровень представляет собой частные коммуникативные стратегии, позволяющие детализировать замысел адресата. Последний уровень иерархической структуры занимают частные персуазивные техники, которые могут быть речевыми, экстралингвистическими и комбинированными. Коммуникативное намерение адресанта персуазивной коммуникации в рамках рекламного дискурса сводится к побуждению адресата к покупке товара или услуги [Хартунг 2020]. Частные коммуникативные стратегии носят вспомогательный характер и выполняют функцию информирования и преодоления помех в ходе коммуникативного акта. Согласно исследованиям Ю. К. Пироговой, коммуникативные техники, реализующие персуазивную интенцию, можно разделить на «позиционирующие и оптимизирующие» [Пирогова 2001]. Первый тип частных стратегий убеждения формирует в сознании реципиента положительный образ рекламируемого продукта или услуги. Позиционирующие стратегии можно разделить на несколько подтипов. Так, существуют стратегии дифференциации, позволяющие уделить внимание отличительным особенностям конкретного объекта и выделить его из числа подобных объектов. Значительную роль играют и ценностно-ориентированные стратегии, которые соотносят рекламируемый продукт с системой ценностей адресанта и увеличивают лояльность целевой аудитории по отношению к качеству и незаменимости продукта. Для закрепления сформированности положительного образа продукта или услуги могут быть использованы стратегии присвоения оценочных знаний.

Оптимизирующие стратегии направлены на работу с неблагоприятными условиями коммуникации. Так, среди оптимизирующих стратегий важное место занимает стратегия согласования языка и картин мира коммуникантов, что особенно

необходимо при распространении рекламных сообщений на международном уровне. Использование культурного кода позволяет провести таргетизацию рекламного сообщения на определенную аудиторию. Например, в социальной сети ВКонтакте культурный код зачастую используется в виде «мемов». Кроме того, оптимизирующими являются и стратегии повышения узнаваемости рекламы и повышения притягательной силы сообщения, осуществляемая с помощью привлечения широко известных и авторитетных личностей, интертекстуальности и гипертекстуальности рекламного сообщения, культурных референций. Оптимизирующие стратегии также включают в себя мнемонические стратегии, позволяющие запоминание рекламного сообщения в рамках большой информационной нагрузки на реципиента. Для реализации мнемонической персуазивной техники также могут комбинироваться геометрический и текстовый коды. Например, в рекламном сообщении бренда косметики Burt's Bees представлено сочетание математических символов «+», «=», а также изображения компонентов рекламируемого товара для реализации стратегии дифференциации товара. В качестве инструмента оптимизации рекламного сообщения может быть применена и стратегия фильтрации информации на более и менее значительную для адресата [Хартунг 2020]. Важную роль в эффективности рекламного сообщения играет стратегия вуалирования персуазивной интенции, реализуемая посредством вербальных и невербальных средств отвлечения внимания адресата от истинного коммуникативного намерения отправителя сообщения, среди которых можно выделить технику персонализации, направленную на создание персонализированного образа бренда, технику диалогизации общения, отвечающую за обеспечение безопасного коммуникативного пространства для доверительного общения бренда и клиентов. Кроме того, вуалирование персуазивной интенции достигается с помощью формирования положительного имиджа продукта, возможно при условии эмоционального аргументирования и упоминания положительных имиджевых характеристик, зачастую преувеличенных. Необходимо отметить и роль техники апелляции к авторитету, позволяющей оправдать цель персуазивной коммуникации и повышающей лояльность аудитории [Наволока 2017]. Сказанное подводит к выводу, что стратегии могут выражаться как имплицитно, так и эксплицитно одновременно, однако, существуют определенные техники реализации персуазивной интенции, которые тяготеют к одному из способов выражения.

Литература

Ильченко А.И. Особенности влияния цвета в рекламе // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова. Белгород: БГТУ. 2017. С. 6715-6718.

Наволока Ю.С. Языковые способы воздействия на аудиторию в социальной сети Instagram (на примере использования хэштегов) // Медиалингвистика : мат. II Междун. науч.-практ. конф. СПб: СПбГУ. 2017. С. 271-273.

Пирогова Ю.К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Диалог: труды международного семинара. Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/digest/2001/articles/pirogoва> (дата обращения 21.07.2023)

Стрижкова О.В. Стратегия персуазивности как одна из основных стратегий рекламного дискурса // Альманах современной науки и образования. 2009. № 8. С. 189-193.

Хартунг В.Ю. Тематически детерминированная вариабельность персуазивных стратегий и тактик в англоязычных рекламных объявлениях // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 2. С. 418-420.

Vahid H., Saeedeh E. The Power behind Images: Advertisement Discourse in Focus // International Journal of Linguistics. 2012. № 4. P. 36-51. <https://doi.org/10.5296/ijl.v4i4.2658>

COGNITIVE ASPECTS OF REALIZATION OF PERSUASIVE INTENTION IN ADVERTISING MEDIA DISCOURSE

The study of persuasive intention in advertising media discourse through the prism of cognitive linguistics is updated. The purpose of the article is to identify cognitive mechanisms and describe cognitive strategies for influencing the subject of persuasive communication. The conclusion is made about the complex implementation of the persuasive intention in the advertising media discourse.

Key words: cognitive linguistics, persuasive communication, advertising media discourse, polycode.

Т.Н. Ефименко (Тамбов, Россия)

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
tefimenko@mail.ru*

КОГНИТИВНЫЕ ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ БЕСКОНФЛИКТНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ¹

В данной статье рассматривается проблема конструирования бесконфликтного общения в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы. На материале медиатекстов изучаются способы организации бесконфликтной интерпретации, к которым относятся использование когнитивного контекста, конкретизация, фокусирование, номинация с пояснением. Пояснение сужают границы возможных интерпретаций событий в медиатексте и способствуют более точному толкованию информации.

Ключевые слова: бесконфликтная коммуникация, медиадискурс, интерпретация.

В настоящее время такие понятия, как медиасреда, информационное пространство, медиадискурс, процесс массовой коммуникации, все чаще становятся объектом изучения. В рамках данной статьи внимание акцентируется на интерпретационном аспекте медиадискурса, поскольку предполагается, что именно адекватная интерпретация знания, транслируемого посредством медийного сообщения, является залогом бесконфликтного общения.

Медиадискурс рассматривается как устный или письменный связный текст в его совокупности с экстралингвистическими факторами, представленный в средствах массовой информации в его событийном аспекте и нацеленный на социокультурное и концептуальное взаимодействие автора и целевой аудитории [Болдырев, Ефименко 2022: 357].

Совершенно очевидно, что жизнь современного человека опосредована средствами массовой информации в силу того, что последние сопровождают человека в процессе его жизнедеятельности и влияют на его мировоззрение и поведение через медийные сообщения. Основная задача любого медиасообщения независимо от жанра состоит в том, чтобы не только донести информацию до аудитории, но и добиться от аудитории правильного восприятия, т.е. интерпретации. Для этого необходимо чтобы информация, поступающая к человеку через медиатекст получила единообразную форму ментальной и языковой репрезентации в концептуальной системе человека.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22-18-00067).

Языковая репрезентация демонстрирует то, как человек познает, воспринимает и анализирует окружающий мир на концептуальном и языковом уровнях, интерпретируя его в разных аспектах. Все объекты и события окружающего мира запечатлеваются в сознании человека, т. е. в его концептуальной системе, появляются новые языковые знаки, новые концепты, новые смыслы, концептуальные структуры. Вместе с тем происходит и трансформация имеющегося у человека знания, в результате чего, уже известные объекты и события интерпретируются по-новому, приобретают иную характеристику. Как отмечает С. Пинкер, «мозг вводит в действие целый набор конкурирующих фреймов, которые способны структурировать даже самые непримечательные повседневные события более чем одним способом» [Пинкер 2016: 69], т.е. осмыслить и структурировать (интерпретировать), оценивать эти объекты и события в зависимости от того, на чем (на какой доминанте) человек фокусирует свое внимание.

Любая репрезентация знаний и вербальная коммуникация неразрывно связаны с интерпретацией, поскольку человек в процессе своей познавательной (когнитивной) деятельности всегда выделяет, обозначает и анализирует (оценивает) объекты окружающего мира намеренно, т.е. восприятие и толкование информации зависит от интенций участников медиадискурса. В результате медийный текст «обретает ровно столько речевых смыслов (авторских и перцептивных), сколько коммуникантов формирует и интерпретирует текст» [Иванова 1986: 7]. Это подтверждает идею о существовании коллективной и индивидуальной (субъективной) языковой интерпретации [Болдырев 2016: 13].

Интерпретация медиасообщения предполагает использование как коллективного знания, опыта взаимодействия с окружающим миром, так и индивидуального, которое основывается на коллективном. Именно коллективное знание, разделяемое большинством участников медиакommunikации, задает те ориентиры, в соответствии с которыми автор медиатекста «придает последнему определенную структуру» [Залевская 2005: 33]. Развивая данную мысль, можно предположить, что автор медиасообщения использует систему координат, задает параметры интерпретации смысла сообщения, что ведет к адекватному толкованию информации и, следовательно, к бесконфликтной коммуникации.

Бесконфликтная коммуникация в медиадискурсе предполагает наличие у субъекта определенного объема и структуры знаний об окружающем мире, опыта практического взаимодействия с ним, а также знаний языка для их передачи (обмена) представителям сообщества, в данном случае – аудитории. Другими словами, предполагается взаимная активация соответствующих структур знания, взаимообмен единицами знания между коммуникантами в виде сформированных на основе различных типов знания смыслов.

Отметим, что существует ряд факторов, негативно влияющих на бесконфликтное общение в медиадискурсе. К таким факторам можно отнести: 1) использование языковых единиц, допускающих неоднозначное толкование, например: *They come on the heels of scorching temperature; the World Cup took women's football to another level* [The Guardian, August, 9, 2023]; 2) фокусирование внимание участников коммуникации на разных элементах высказывания, например: *... Так ты и маму можешь поднять? - Мама не шотекка, ее надо носить, а не поднимать* (телевизионная реклама компании 1ДСК); 3) злоупотребление абстрактными формулировками, непонятными массовой аудитории; 4) использование аббревиатур без пояснения; 5) использование профессионализмов, жаргонизмов, узких терминов

без пояснения, например: *М. Захарова сравнила поездку Нуланд в Нигер с «печеньками» на Майдане* [news.mail.ru, August, 8, 2023]. В примере речь идет о визите и.о. первого госсекретаря США Виктории Нуланд в Нигер, который напоминает ее визит на Майдан в Киеве в 2013г, когда она раздавала людям печенье и булочки. В случае отсутствия какого-либо пояснения в тексте и невладения аудиторией знаниями об этом событии коммуникация будет нарушена.

Таким образом, эффективная интерпретация информации в медиатексте обусловлена рядом определенных когнитивных инструментов, которые помогают аудитории сфокусироваться на конкретном событии, определенной ситуации. При создании медийного сообщения с целью достичь адекватного толкования смысла сообщения, автор опирается на определенные когнитивные доминанты, нормы, ценности, разделяемые в данном социуме. При этом, выбирая определенный когнитивный и социокультурный контекст, в рамках которого предоставляется информация, и учитывая определенные знания массового адресата, авторы создают некую матрицу, сквозь призму которой и формируется образ описываемого объекта или события. Такая матрица выступает системой параметров, которые «помогают» массовой аудитории интерпретировать и оценивать объекты и события, освещаемые в медиатексте, задают определенный вектор интерпретации, что приводит в конечном счете к бесконфликтной коммуникации.

В качестве такой матрицы может выступать *когнитивный контекст*, который дает дополнительное пояснение: *Уоллис перед уходом с поста министра обороны Британии спровоцировал скандал с США... (и далее пояснение) – пытался отменить заказ американских вертолетов Chinook* [Коммерсантъ от 02.09.2023]. *It's not fair: student housing in London costs 150% times maximum maintenance loan...* [The NYT, August, 4, 2023]. Таким образом, используя когнитивный контекст (знания, которыми, как предполагается, владеет аудитория), авторы медиасообщения активизируют определенные структуры знания данного события, подводя аудиторию к нужной интерпретации, тем самым создают правильное бесконфликтное понимание.

Кроме того, к подобного рода матрице можно отнести и *номинацию* с пояснением: *Медиаволонтеры – это городские волшебники, которые дарят добрые воспоминания* (реклама в московском метро). Данное пояснение не только трактует смысл понятия «медиаволонтеры» (классифицирующая интерпретация), но и способствует формированию положительной оценки – *добрые волшебники* (оценочная интерпретация). Следующий пример также демонстрирует использование номинации с объяснением: *С.В. Лавров, министр иностранных дел РФ получил международное прозвище «Мистер-Скажи-Нет»* - подчеркнул китайский журналист, поскольку он (С. Лавров) неоднократно говорил «нет» различным гегемонистическим моделям поведения Запада [Народные новости, январь, 21, 2023].

Еще одним, не менее эффективным способом конструирования «правильной» интерпретации, является *конкретизация* ситуации, например: *Говорят, что дедолларизация – это своего рода цель различных организаций или некоторых стран. Но это не так. Это не цель. Это просто реальность.* [finance.mail.ru, September, 3, 2023]. *Фокусирование* внимания аудитории на определенных языковых единицах (а следовательно, на определенной структуре знания) в медиасообщениях также «ведет» читателя к бесконфликтной интерпретации информации и может выступать в качестве матрицы, параметров толкования смысла, например: - *А они мне как всем.*

Мне! Как всем! – А давайте посмотрим на это с другой стороны. Не Вам как всем, а всем как Вам (телевизионная реклама).

Таким образом, использование знаний категориальных значений, когнитивных и языковых механизмов их реализации (в данном случае использование разных форм пояснений) способствует активизации значимых с точки зрения автора медиасообщения компонентов и дефокусировки других смыслов. Пояснения в медиатексте обеспечивают более точное толкование информации, поскольку они сужают границы возможных интерпретаций событий, фокусируя внимание на наиболее значимых с точки зрения человека признаках в рамках его собственного опыта, и, следовательно, снижают риск возникновения конфликта в понимании и коммуникации в целом.

Литература

Болдырев Н. Н. Когнитивные схемы языковой интерпретации // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 4. С. 10-20.

Болдырев Н.Н. Вторичная интерпретация научного знания в дискурсе СМИ / Н.Н. Болдырев, Т.Н. Ефименко // Медиалингвистика. 2022. Т.9. №4. С. 355-368.

Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст. Избранные труды. М.: Гнозис, 2005.

Иванова О.В. Структура информационных сообщений: на материале французской газеты. автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1986.

Пинкер С. Субстанция мышления: Язык как окно в человеческую природу. М.: УРСС. 2016. 560 с.

Коммерсантъ URL: <https://www.kommersant.ru/daily> (дата обращения 02.09.2023).

The Guardian URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения 09.08.2023).

The New York Times (NYT) URL: <http://www.nytdirect@nytimes.com> (дата обращения: 04.08.2023).

*T.N. Efimenko (Tambov, Russia)
Derzhavin Tambov State University*

COGNITIVE BASIS OF CONFLICT-FREE COMMUNICATION CONSTRUCTION IN MEDIA DISCOURSE

The article handles a problem of conflict-free communication construction in terms of cognitive and discourse paradigm. The methods for implementation of conflict-free interpretation based on media texts are under consideration. Among these are usage of cognitive context, concretization, focusing and nomination with clarification. Clarification narrows down interpretation of events covered in media texts and provides interpretation that is more literal.

Key words: conflict-free communication, media discourse, interpretation.

А.В. Игнатенко, Д.В. Вавиленкова (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
ignatenko-av@rudn.ru

СТРАТЕГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ В РЕПЛИКАХ ТЕЛЕВЕДУЩИХ КИТАЙСКИХ ТОК-ШОУ

Статья посвящена анализу способов реализации стратегии привлечения внимания в приветственных репликах китайских телеведущих на примере китайского ток-шоу «Неформальная беседа» (非正式会谈, 2015–2022 гг.). Работа носит междисциплинарный характер и может стать отправной точкой для более масштабного изучения персуазивной коммуникации в развлекательных телепередачах жанра ток-шоу.

Ключевые слова: персуазивная коммуникация, воздействующий потенциал, стратегия привлечения внимания.

Стратегия привлечения внимания относится к персуазивной коммуникации. Так, А.В. Голоднов рассматривает ее функционирование в рамках рекламного дискурса: в большинстве приводимых им примеров воздействие на аудиторию выражается, как правило, посредством графических средств и отдельных текстовых фрагментов [Голоднов 2002: 115].

В рекламном дискурсе задача стратегии привлечения внимания к рекламируемому продукту заключается в акцентировании внимания на определенных фрагментах текста, включающих в себя персуазивно- релевантную информацию, обладающих персуазивным потенциалом и взаимосвязанных с языковыми средствами реализации положительного имиджа продукта [Егошкина 2018]. В рассматриваемых нами эпизодах ток-шоу «Неформальная беседа» у ведущих и участников нет цели побудить аудиторию купить какой-либо продукт (исключение – реклама спонсорских товаров в самом начале каждого выпуска), поэтому функционирование данной стратегии в рамках ток-шоу рассматривается нами с учетом данного факта.

Тактики привлечения внимания, используемые в дискурсе ток-шоу, имеют обусловленную жанровыми особенностями цель, а именно пробуждение интереса заинтересованной аудитории к говорящим или к анонсируемой ими информации. Часто именно тактики привлечения и удержания внимания в рамках речевого воздействия используются для вовлечения публики в обсуждаемые темы и помогают в реализации персуазивного воздействия на зрительскую аудиторию [Сунь, Калинин, Игнатенко 2021: 250-277].

Цель данной работы – определить основные способы реализации стратегии привлечения внимания в рамках ток-шоу в формате беседы на китайском языке. Исследование проводится на материале вступительных фрагментов нескольких выпусков передачи «Неформальная беседа».

Формат ток-шоу относится к медиадискурсу, основной направленностью которого является информирование и развлечение аудитории. Поэтому к особенностям данного жанра можно отнести опору на мнение аудитории в формировании наполнения телепередач и одновременно последующее поддержание интереса у публики. Указанные процессы взаимосвязаны и взаимообусловлены. Отчасти поэтому одной из первостепенных задач медиадискурса, как правило, выделяют привлечение и удержание интереса зрительской публики.

В.А. Егошкина определяет шесть тактик реализации стратегии привлечения и удержания внимания аудитории в ситуациях устного публичного общения. К ним

относятся тактики адресации, анонсирования, установления контакта, контроля над темой, имитации дружеского общения и эмоционально-настраивающая тактика [Егошкина 2018]. Рассмотрим функционирование данных тактик в речи ведущих и участников одного из самых популярных молодежных ток-шоу на китайском языке.

Лингвопрагматические особенности фрагментов приветствия аудитории в ток-шоу «Неформальная беседа» обусловлены разговорной направленностью данного жанра, в котором особая роль отводится ведущему. Отметим наличие целой команды ведущих в рассматриваемом ток-шоу. Ведущие отвечают за установление контакта с аудиторией, ее расположение к участникам и выносимые на обсуждение темы с первых секунд эфира.

Проанализируем фрагменты приветствия аудитории в нескольких выпусках рассматриваемой телепередачи:

(1) “大家好。我是拥有无数缺点，所以绝不当完美主义的会长大。”[Всем привет. Я обладаю множеством недостатков (букв. «бесчисленным количеством»), а потому не имею шансов стать перфекционистским председателем собрания.] (Перевод здесь и далее наш – А.И., Д.В.).

(2) “大家好，我是总是能把自己的缺点变成别人笑点的副会长杨迪，喜欢自嘲，拿自己开玩笑——高级的幽默。” [Всем привет. Я заместитель председателя собрания, умеющий превращать собственные недостатки в повод для смеха для других людей. Люблю самоиронию. Умение посмеяться над собой – высшая степень в юморе.]

(3) “大家好。我是总能将缺点解读成优点的秘书长陈铭。” [Всем привет. Я секретарь собрания, который умеет интерпретировать недостатки как достоинства.]

Данный выпуск начался с применения ведущими одновременно нескольких тактик. Очевидно использование ведущим тактики адресации, открыто реализуется тактика установления контакта с участниками шоу и аудиторией (прямые обращения). Можно говорить о том, что следующие за приветствием фразы напрямую нацелены на привлечение внимания аудитории посредством трансляции предстоящей темы для обсуждения, что можно отнести к тактике анонсирования. При этом на уровне построения предложений отметим параллелизм, направленный на усиление воздействующего потенциала вступительных фраз. Среди средств реализации тактики адресации в первом примере также встречается гипербола – «бесчисленное количество недостатков», самоирония («столько недостатков, что никогда не смогу стать председателем-перфекционистом»). Использование тропов и стилистических приемов, как правило, реализуют эмоционально-настраивающую тактику [Игнатенко 2022: 507-523], которая в формате данного ток-шоу подкрепляется ироничным подтекстом. Не менее явно в данных репликах считается иная персуазивная стратегия – стратегия самопрезентации, что еще раз подчеркивает возможность комплексного использования сразу нескольких стратегий персуазивной коммуникации.

В другом выпуске шоу среди основных способов реализации стратегии привлечения внимания встречается также игра слов:

(4) “朋友们，这个世界有五季：春季，夏季，秋季，冬季还有本会长主特的非正第七季。” [Друзья, в этом мире есть 5 сезонов: весна, лето, осень, зима, а еще есть седьмой сезон неформальных собраний, созываемых председателем] – Слово 季 (букв. «сезон») – относится в данном случае не только к временам года, но и к новой коллекции выпусков данной телепередачи.

(5) “这个世界有五种场：广场，市场，菜场，会场，还有本副会长的闪亮登场。” [В этом мире есть пять «площадок»: городская площадь, базар, овощной рынок, площадки для собраний, а еще есть эта площадка для блестящего выхода на сцену заместителя председателя собрания].

(6) “这个世界有五种心：爱心，开心，放心，安心，还有本秘书长的不忘初心。” [В этом мире есть 5 понятий, включающих в себя «сердце» (心) : «любовь/сердечность», «радоваться», «успокаиваться», «успокоение», а еще у секретаря собрания есть понятие «оставаться верным первоначальной цели».]

Отметим, что обращение *朋友们* (друзья) является одним из основных маркеров использования тактик имитации дружеского общения и установления контакта, наряду с использованием местоимения *我们* (мы) в отношении самих ведущих, участников ток-шоу и аудитории. В данном отрывке при реализации тактик адресации и анонсирования также прослеживается параллелизм в построении реплик, что можно назвать характерной стилистической чертой данного шоу. Стратегию самопрезентации также возможно рассматривать с позиции персуазивных тактик.

В приветственной части выпусков данной телепередачи тактика контроля над темой фигурирует только косвенно, т.к. тезис для обсуждения выносится после приветствия, однако уже с первых фраз можно понять имплицитно-транслируемую тему. Тактику контроля над темой, как правило, используют ведущие, реже – участники ток-шоу.

Таким образом, в приветственной части программы для привлечения внимания аудитории чаще всего используются тактики адресации, анонсирования, установления контакта и тактика имитации дружеского общения. Эмоционально-настраивающая тактика находит менее явное выражение в рассмотренных репликах, однако ее наличие в данном фрагменте считается на прагматическом уровне. Как правило, в рамках телепередач данного жанра общение между ведущими / участниками ограничивается определенной темой, форматом программы, временем эфира и т.д. Именно поэтому, на наш взгляд, отсутствует настоящая непринужденность, а ораторы вынуждены прибегать к использованию различных тактик имитации дружеской атмосферы в рамках передачи. Тактика контроля над темой достаточно редко используется открыто в развлекательной телепередаче в формате беседы, особенно в исследуемых нами вступительных фрагментах выпусков. Т.к. упомянутые ранее тактики привлечения внимания направлены на создание комфортной дружеской атмосферы, тактика контроля над темой, наоборот, может спровоцировать ситуацию доминирования ведущего или кого-либо из участников. Именно поэтому игнорирование данной тактики или ее скрытое использование мы считаем достаточно логичным и уместным в рассматриваемом нами ток-шоу, формат которого предполагает свободу общения между участниками и фатический характер коммуникации.

Литература

Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы): автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2003.

Голоднов А.В. Лингвостилистическая интерпретация коммуникативных стратегий персуазивности в текстах коммерческой рекламы // *Studia Linguistica* – П. Проблемы когнитивной семантики. СПб.: Изд-во РШУ, 2002. С. 114-119.

Голоднов А.В. Персуазивная коммуникация: стратегии и тактики воздействия (на материале современной немецкоязычной рекламы). СПб.: Астерион, 2010.

Егошкина В.А. Речевые стратегии привлечения и удержания внимания адресата в развлекательном радиодискурсе // Коммуникативные исследования. 2018. № 2 (16).

Игнатенко А. В. Особенности языковой игры в прозе Лю Чжэньюня на примере романа «Я не Пань Цзиньлянь» // Вестник Санкт-Петербургского университета. Востоковедение и африканистика. 2022. Т. 14. №3. С. 507-523. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu13.2022.308>

Сунь Ю., Калинин О.И., Игнатенко А.В. Использование индексов метафоричности для анализа речевого воздействия метафоры в текстах публичных выступлений политиков // Russian Journal of Linguistics. 2021. Т. 25. № 1. С. 250-277. DOI: <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277>.

非正式会谈. Китай, 2015-2022. URL: https://www.bilibili.com/bangumi/play/ep334530?source=aidu_aladdin (дата обращения: 03.09.2023).

*A.V. Ignatenko, D.V. Vavilenkova (Moscow, Russia)
RUDN University*

ATTRACTING ATTENTION PERSUASIVE STRATEGY USED BY CHINESE TALK SHOW TV HOSTS

This study is devoted to the analysis of ways to implement the strategy of attracting attention in the greeting remarks of Chinese TV speakers. The research is based on the example of the Chinese talk show "Informal Conversation" (非正式会谈, 2015–2022). One of the main features of this work is its interdisciplinary nature. It could also become a starting point for a larger study of persuasive communication in entertainment TV talk shows.

Key words: persuasive communication, influencing potential, strategy of attracting attention.

*С.В. Канашина (Москва, Россия)
Московский государственный
институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации
svetlanakanashina@yandex.ru*

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ РЕПЛИКАТИВНЫЙ МЕДИАДИСКУРС: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

В статье рассматривается англоязычный репликативный медиадискурс. Были выявлены такие лингвокогнитивные характеристики данного вида дискурса, как реплицируемость, вирусный и серийный характер распространения, лингвосомиотичность, трансформация структурного и семантического ряда, интертекстуальность, постмодернистская стилистика.

Ключевые слова: репликация, медиадискурс, интернет-мем, интертекстуальность, вирусность, лингвознак, эмотикон.

Появление вирусных знаков англоязычной медиакommunikации, которые распространяются путем репликации, т.е. активного тиражирования и воспроизведения, вызывает повышенный интерес лингвистов, поскольку функционирование данных единиц отличается от дискурсивного поведения традиционных текстов.

Учитывая всеохватывающий процесс репликации в англоязычном медиакommunikативном пространстве и экспансию репликативных единиц, представляется актуальным и научно значимым проанализировать репликативные знаки с точки зрения теории дискурсологии и выявить их основополагающие лингвокогнитивные характеристики. Обращение к неизученному вопросу дискурсивной репликации обуславливает новизну данного исследования.

Материалом исследования послужили 500 репликативных медиадискурсивных лингвознаков, среди которых интернет-мемы, фейк-новости, эмодиконы, новостные репликативные сообщения и т.д. В качестве методов исследования использовались метод мультимодального дискурса-анализа, метод концептуальной интеграции, метод семантического и лингвосемиотического анализа.

Опираясь на современные работы в области интернет-лингвистики и дискурсоведения, в которых постулируется тезис о многообразии и функциональной направленности дискурсов в рамках интернет-коммуникации [Machin, Van Leeuwen 2007], представляется оправданным выделить англоязычный репликативный медиадискурс как самостоятельный, оформившийся вид дискурса.

Англоязычный репликативный медиадискурс понимается как дискурсивное образование, в основе которого лежит репликативный механизм распространения в медиапространстве.

Анализ эмпирического материала позволил выявить такие лингвокогнитивные характеристики данного вида дискурса, как реплицируемость, вирусность, серийность, лингвосемиотичный вектор развития, установка на трансформацию структурного и семантического компонентов, интертекстуальность, постмодернистская направленность.

Рассмотрим подробнее наиболее значимые лингвокогнитивные особенности репликативного медиадискурса. Ключевыми свойствами данного вида дискурса выступают реплицируемость и вирусность. Реплицируемость определяется как способность к воспроизведению или «размножению» дискурсивных единиц путем активного тиражирования в интернет-пространстве [Проскурин 2015]. Реплицируемость достигается с помощью копирования медиадискурсивных единиц, в результате образуются многочисленные серии однотипных знаков.

Серийность репликативного медиадискурса реализуется как ориентированность на генерирование шаблонных и стереотипизированных единиц, обнаруживающих сходство с прототипом и в то же время склонных к варьированию структурного и семантического компонентов. За счет трансформации репликативного медиадискурса в процессе порождения новых элементов определенной серии происходит обновление и неустаревание фонда лингвознаков, а также наблюдается высокая адаптивность данного вида дискурса к меняющимся запросам реципиента. Таким образом, востребованность данного вида дискурса у реципиентов обеспечивается также благодаря своевременной актуализации контента в недавно сгенерированных элементах серии. Примером могут служить разнообразие серии репликативных интернет-мемов, в которых новые единицы отражают актуальные фрагменты повестки дня и встраиваются в меняющийся экстралингвистический контекст [Трошенкова 2021].

Понятие вирусности тесно связано с реплицируемостью, однако акцент смещается на неконтролируемый, массивный характер распространения лингвознаков [Кобенко 2018]. Механизм вирусного функционирования репликативного медиадискурса можно сравнить с активностью компьютерных

вирусов, которые, как известно, стремятся к обширному распространению вредоносного материала. Вирусность репликативного медиадискурса реализуется в «экспансии» знаков, что приводит к перенасыщенности нежелательным контентом. В качестве примера можно привести вирусные фотофейки, спам, вирусную рекламу и т.д.

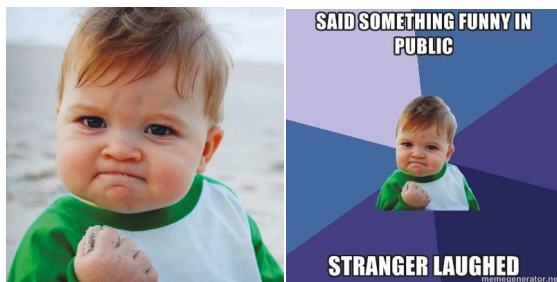


Рис. 1. Интернет-мем 1 Рис. 2. Интернет-мем 2

Рассмотрим примеры на (рис. 1) и (рис. 2). На (рис. 1) представлена фотография ребенка, ставшая прототипом и прецедентной базой для интернет-мемов серии *Success Kid* (англ. Успешный ребенок). Для данной серии характерна юмористическая репрезентация успеха и триумфа в бытовых тривиальных ситуациях. Данные примеры отражают вирусную и репликативную природу рассматриваемого дискурса, а также серийность и способность к вариативности семантических и структурных компонентов лингвознака.

Что касается лингвосемиотичности репликативного медиадискурса, необходимо отметить преимущественно полимодальный характер, тенденцию к визуализированности и девербализации (свертыванию вербального кода), иконичность, а также опору на параграфемные средства. Ярким примером лингвосемиотичного репликативного знака является эмодикон, в котором наблюдается иконичность и визуализированность, привлечение параграфемных средств (знаков препинания, математических символов и т.д.), отсутствие вербальных компонентов. Репликация эмодиконов упрощается благодаря минимализму формы, примитивной семантике, вовлечению в неформальные коммуникативные практики.

Еще одной важной особенностью англоязычного репликативного медиадискурса является интертекстуальный характер, который воплощается как соотносительность медиадискурса с другими дискурсивными единицами с помощью интертекстуальных связей в рамках глобального коммуникативного пространства интернета. Интертекстуальное взаимодействие репликативного медиадискурса с иными элементами интернет-коммуникации обеспечивает динамизм и открытость данного вида дискурса, поскольку наблюдается упрощенная и удобная для реципиента интертекстуальная модель поиска, обмена и распространения репликативных единиц. Интертекстуальными инструментами связи между репликативными лингвознаками служат ссылки, гиперссылки, а также элементы интерактивного поведения коммуникантов (лайки, дизлайки, репосты и т.д.).

Наконец, стоит отметить постмодернистскую направленность репликативного медиадискурса, которая манифестируется в таких признаках, как алогизм, эклектика, неконгруэнтность, стилевая гибридность, минимализм формы. Поскольку

репликативный медиадискурс возник сравнительно недавно, данный вид дискурса неизбежно вошел в постмодернистскую культурную парадигму, характеризующуюся гротескностью, иронией, установкой на вымысел и т.д. Ярким примером постмодернистски ориентированного медиадискурса выступает интернет-мем, в котором отмечаются такие свойства, как межстилевые контаминации, гибридность на семиотическом и жанровом уровнях, минимализм формы, нацеленность на создание когнитивного диссонанса у реципиента.

Обобщая вышесказанное, можно заключить, что англоязычный репликативный медиадискурс является качественно новым, дискурсивно оформившимся образованием с ярко выраженной лингвокогнитивной спецификой. Базовой характеристикой данного вида дискурса является репликативный механизм воспроизведения.

Литература

Кобенко Ю. В. Язык и культура в русле средового подхода // Язык и культура. 2018. № 41. С. 139-152.

Проскурин С. Г. Принципы репликации культурной информации // Критика и семиотика. 2015. № 2. С. 51-64.

Троценкова Е.В. Осмысление общественно-политической роли мемов в медиа дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2021. № 3. С. 21-31

Machin D., Van Leeuwen T. Global media discourse: A critical introduction. NY: Routledge, 2007.

S.V. Kanashina (Moscow, Russia)

Moscow State Institute of International

Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation

THE DEFINITION AND LINGUISTIC AND COGNITIVE FEATURES OF ENGLISH REPLICATIVE MEDIADISDISCOURSE

The article looks at the English replicative mediadiscourse. Such linguistic and cognitive characteristics of this discourse as replicability, virality, seriality, linguosemiotics, transformation of structural and semantic components, intertextuality and postmodernist stylistics were revealed.

Key words: replicability, mediadiscourse, internet meme, intertextuality, virality, linguistic unit, emoji.

Д.А. Киричук, А.Б. Ромашкина (Москва, Россия)

*Российский университет дружбы народов
kirichuk-da@rudn.ru; romashkina-ab@rudn.ru*

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ КОММУНИКАЦИЙ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ¹

Интенсивное развитие и совершенствование цифровых технологий коммуникаций меняют социальную среду и пространство медиадискурса. Политическая коммуникация в

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке ЭИСИ, Министерства науки и высшего образования РФ, РАН в рамках научного проекта FSSF-2023-0044 «Цифровой суверенитет и идентичность: обеспечение безопасности ценностно-смыслового пространства государства в условиях глобального информационного противостояния»

таких условиях также трансформируется. У политических институтов, цифровой элиты и иных акторов появляются новые возможности воздействия на сознание и поведение людей на основе различных форм онлайн-коммуникации в цифровом пространстве.

Ключевые слова: политический дискурс, цифровое пространство коммуникации, цифровая элита, политическое кодирование, алгоритмы, фейковая информация.

В условиях интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий меняются принципы формирования различных социально-политических событий, которые формируются на основе дискурсивных практик как в традиционных СМИ, так и в цифровом пространстве социальных медиа.

Современное цифровое коммуникационное пространство способствует тому, что формирование, управление и контроль над дискурсом могут осуществлять не только те субъекты, которые обладают властью в обществе, но и те, которые имеют технические возможности влиять на эти процессы. «Цифровая элита» – заказчики алгоритмов, владельцы различных цифровых платформ, разработчики программ и интерфейсов, модераторы онлайн-сообществ – становится субъектом управления коммуникацией в обществе, а потому начинает концентрировать один из важнейших ресурсов власти – информацию и каналы ее передачи, а также контекст и производство дискурса. «Если дискурс управляет сознанием, а сознание управляет действиями, то для властных групп важным является контролировать в первую очередь дискурс» [Дейк ван 2015: 28].

Важной составляющей коммуникационного процесса и производства дискурса является не только трансляция информации, но и ее интерпретация, формирование смыслов – процессы кодирования и декодирования сообщений. Политическое кодирование включает в себя закрепление особой политической действительности в общественном сознании через специальные политико-коммуникационные коды. Более того, предпринимается попытка интерпретировать политическую реальность в массовом сознании. Кроме того, существует «политическое перекодирование – процесс изменения, дискредитации и уничтожения влиятельными группами прежней общепризнанной интерпретации политического универсума, а для осмысления этих технологий требуется политическое декодирование – процесс расшифровки, распознавания оптик кодирования и перекодирования политических процессов, явлений для реконструкции реального образа, прототипа интерпретации политики» [Федорченко 2017: 47].

Обладание ресурсами, которые позволяют осуществлять кодирование, декодирование и перекодирование информации, становится важной составляющей для различных политических акторов, стремящихся к завоеванию, удержанию и использованию власти. Процессы легитимизации и делегитимизации политических решений, субъектов государственной власти, политических лидеров происходят в коммуникационном пространстве. Но, если раньше институты и представители власти имели ресурсы для контроля над дискурсом и политическим кодированием на основе вертикальной коммуникации в традиционных СМИ (пресса, радио, телевидение), то в современном онлайн-пространстве осуществляется массовая самокоммуникация пользователей на основе горизонтальных связей [Кастельс 2017: 112]. Эта форма взаимодействия является персонифицированной и таргетированной, т.е. ее параметры зависят от индивидуальных характеристик и психотипа каждого пользователя, выявляемых с помощью технологий “больших данных” [Volodenkov, Fedorchenko, Artamonova 2022: 361]. Такие условия формирования коммуникационного сетевого пространства позволяет новым политическим акторам

расширять свое влияние на сознание пользователей, а потому управлять поведением людей в реальной жизни. Убеждающее воздействие в интернете выстраивается с учетом ценностных ориентаций, особенностей восприятия информации, мировоззрения каждого пользователя, что дает возможность эффективно использовать различные формы дискурсивных практик.

Политический дискурс как особый тип коммуникации характеризуется высоким манипулятивным потенциалом. Интенсивное и стремительное развитие средств массовой информации, которые активно используют различные цифровые платформы для своей работы, предоставляет политическим институтам и иным акторам новые площадки и форматы для воздействия на общественное сознание. Развитие алгоритмизированных форм управления коммуникацией в цифровом пространстве создает условие, когда социальная среда и социальные связи в интернете не позволяют человеку мыслить критически, анализировать события и явления реальной действительности, поскольку он находится в так называемой “эхо-камере” без доступа к альтернативным точкам зрения и интерпретации информации [Beznosov, Golikov 2022: 503].

Политический дискурс, и без того наводненный дезинформацией различных акторов, создает благодатную почву для роста фейковых новостей. Маскируя «фейки» под достоверные факты, политические лидеры и иные акторы используют их в своих интересах и «при этом, чем активнее в политический дискурс включают вместо фактов “фейки”, тем успешнее и достовернее кажутся продвигаемые политиками заявления и утверждения» [Котова, Дусян 2018: 131].

Повторяя ошибки достаточное количество раз и подкрепляя их фейковыми новостями, недостоверная информация может сохраняться в сети на долгое время. Для этого используются взаимодействия в социальных сетях и алгоритмы для распространения контента среди определенных идеологических групп.

Сфабрикованные истории распространяются вирусным путем социальными ботами, автоматизированным программным обеспечением, которое копирует сообщения, маскируясь под человека, что не дает пользователю возможность понять, кто находится по ту сторону экрана – такой же человек, как и он, или обученная машина. Общественности становится трудно отличить актуальные новости о важных политических вопросах от постороннего шума, распространяемого с помощью различных программ. Трансляция ложной информации такими алгоритмами усиливает эффект фейковых новостей, что может использоваться различными акторами при проведении информационно-когнитивных воздействий на целевые аудитории.

Таким образом, современная цифровая медиареальность оказывает значительное влияние на политические отношения и политический дискурс. Меняется форма управления общественным и индивидуальным сознанием с помощью горизонтальных форм коммуникации, персонификация и таргетированность трансляции контента усиливает манипулятивные технологии воздействия на человека, институты политической власти утрачивают возможность управления дискурсом из-за укрепления роли цифровых элит. Все это трансформирует социально-ценностное пространство современных государств, а значит, становится механизмом влияния на мировоззрение, сознание и поведения как отдельного человека, так и социальных групп и общества в целом.

Литература

Дейк ван Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. с англ. Изд. 2-е. М.: УРСС: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2015.

Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н.М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.

Котова Н.С., Дулян С.С. Феномен "фейка" в политическом дискурсе эпохи "постправды" // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. №2. С. 130-135.

Федорченко С.Н. Политическое кодирование: постановка проблемы и компаративистика коммуникационных технологий управления массовым сознанием // Журнал политических исследований. 2017. № 3. С. 44-78.

Beznosov M.A., Golikov A.S. Digital echo chambers as phenomenon of political space // Вестник Российского университета дружба народов. Серия: Политология. 2022. Т. 24. № 3. С. 499-516.

Volodenkov S.V., Fedorchenko S.N., Artamonova Yu.D. Contemporary state in the context of digital technological transformations: Political opportunities, risks, challenges // Вестник Российского университета дружба народов. Серия: Политология. 2022. Т. 24. № 3. С. 351-366.

*D.A. Kirichuk, A.B. Romashkina (Moscow, Russia)
RUDN University*

POLITICAL DISCOURSE IN THE DIGITAL SPACE OF COMMUNICATIONS: ACTUAL PROBLEMS

Intensive development and improvement of digital communication technologies are changing the social environment and the media discourse space. Political communication is also transformed in such conditions. Political institutions, the digital elite and other factors have new opportunities to influence people's consciousness and behavior based on various forms of online communication in the digital space.

Key words: political discourse, digital communication space, digital elite, political coding, algorithms, fake information.

*Ю.Е. Кочнева (Челябинск, Россия)
Челябинский государственный университет
Julia_kochneva@list.ru*

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В УНИВЕРСИТЕТСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА «ЧЕЛГУ/ЧЕЛЯБИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»)¹

Статья, материалом которой послужили 400 постов Телеграм-канала Челябинского государственного университета, посвящена изучению невербальных способов воздействия на реципиента в университетском дискурсе. Автор заключает, что все невербальные средства призваны привлечь внимание аудитории, обладают оригинальностью и позволяют создать положительный имидж университета.

Ключевые слова: пост, телеграм-канал, Челябинский государственный университет, невербальные средства коммуникации, оригинальность.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2023 г.

Сегодня, в глобальную эпоху цифровизации, интернет-дискурс является одной из тем, которым посвящено большое количество статей в рамках медиаисследования, компьютерной безопасности, вирусологии и т.д. Изучаются специфика стиля и языкового оформления. В связи с большим объемом информации, содержащейся в сети, часто обновляемыми ресурсами и растущей аудиторией, исследования представляют собой особую актуальность. Данная статья посвящена исследованию отдельного вида интернет-дискурса – университетского дискурса. Одной из главных причин его популярности связана с большой целевой аудиторией, – это не только студенты, обучающиеся в вузе и профессорско-преподавательский состав, но и абитуриенты, которые только планируют поступление, школьники среднего звена, которые уже задумываются о будущей профессии, их родители, учителя, руководители предприятий, заинтересованные в квалифицированных кадрах и другие категории. Еще одной причиной растущего интереса к университетскому дискурсу является контентная информация, которая содержится в его ресурсах.

Поскольку любой университет заинтересован в привлечении абитуриентов, на отдельных страницах в интернете, социальных сетях и в Телеграм-каналах размещается информация о тех мероприятиях, в которых могут принимать участие школьники (например, олимпиады разного уровня, конкурсы, курсы, праздничные события и т.д.), об условиях поступления, о профессорско-преподавательском составе, об особенностях обучения в стенах конкретного ВУЗа, о перспективах дальнейшего трудоустройства и другого рода информация, которая также может представлять интерес и для студентов.

В основном для привлечения внимания используются такие лингвостилистические приемы, как метафоры, эпитеты, сравнения, гиперболы и т.д. Однако немаловажную роль играют и невербальные средства. Так, А.П. Садохин утверждает, что помимо слов языком являются «другие системы символов – рисунки, знаки, эмблемы, материальные предметы, обряды и ритуалы» [Садохин 2012: 19]. Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов отмечают, что сегодня виртуальное коммуникативное пространство представляет собой креолизованный текст, который включает в себя две составляющие: «вербальную (языковую / речевую) и невербальную (принадлежащую к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов 1990: 10].

Данная статья посвящена изучению невербальных средств на примере Телеграм-канала Челябинского государственного университета [ЧелГУ / Челябинский университет, t.me/csu76]. Всего в рамках исследования были проанализированы 400 постов за период с марта по июль 2023 г.

В результате анализа постов телеграм-канала Челябинского государственного университета было установлено, что большинство невербальных средств представлены в виде картинок-реакций (35%) и фотографий, включая мемы (40%). Такое большое число обусловлено тем, что так называемые стикеры-реакции присутствуют во всех постах, поскольку они выступают в качестве «проводника» между пользователями телеграмм-канала и преподавателями и руководящим составом, позволяя понять, какие именно учебные и внеучебные события и конкурсные мероприятия представляют наибольший или наименьший интерес. Что касается фотографий, они позволяют создать эффект вовлеченности со стороны пользователей, позволяя увидеть людей и место событий, речь о которых идет в сообщениях.

Так, на (рис. 1) мы видим фото с места заключения договоров между Челябинским государственным университетом и спортивными клубами, что помогает нам понять, где именно проходила встреча, сколько человек принимали участие в переговорах, «прочувствовать» атмосферу события. Ниже, под сообщением, присутствуют картинки-реакции, благодаря которым видно, что все те, кто ознакомился с новостью, поддерживают заключение договора и связывают с ним большие надежды.



Серию подписаний договоров со спортивными клубами сегодня продолжили хоккеисты «Трактора» и волейболисты «Динамо-Метар».

Подробности – завтра на сайте и в ВК.



Рис. 1



👉 Сегодня, 17 июля, отмечаем день этнографа! Мало кто знает о тонкостях профессии, поэтому мы дадим вам пару фактов об этнографии, а вы загибайте пальцы, если знали их:

- 🔍 этнографы изучают народы-этносы, их происхождение, состав и культурно-бытовые особенности
- 👉 они храбрые ребята, так как часто проводят исследования в отдалённых и экзотических местах, пробуя, например, специфические местные блюда
- 👉 этнографы наблюдают и иногда участвуют в обрядах и ритуалах различных народов.

Рис. 2

На (рис. 2), помимо фотографии женщин, одетых в традиционные этнические костюмы, что напрямую «подкрепляет» тему сообщения, можно увидеть небольшие картинки, сопровождающие каждую микро-новость в посте. В данном случае это праздничный салют, игральные кости, гусеница и кость.

Картинки-сопровождение являются своего рода образами-ассоциациями, которые позволяют в сжатом виде передать суть сообщения.

14% невербальных средств представлены в виде символического образа – суслика, закреплённого разными зрительно-графическим способами. Например, на рисунках 3-5 можно увидеть фотографию суслика, ростовой талисман и нарезку из фотографий, изображающих любопытного грызуна. Большинству жителей города известно, что на территории Челябинского государственного университета обитают суслики, которые уже давно являются прямой ассоциацией с данным учебным заведением.



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5

11% невербальных средств закреплены графически, например, в виде особого шрифта, расположения заголовка или текста сообщения и т.д. Подобные приемы придают оригинальность посту (рис. 6).

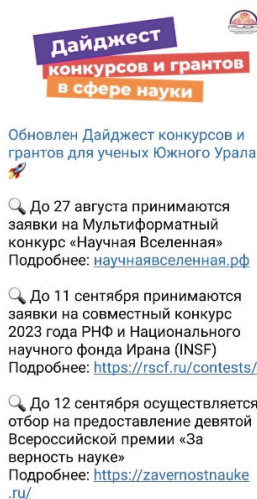


Рис. 6

Таким образом, невербальные средства передачи информации, представленные в университетском дискурсе в виде ярких фотографий, картинок и образов, являются притягательными для читателя любого возраста. Именно на них взгляд фокусируется в первую очередь и, зачастую, именно они привлекают внимание к посту, вызывая желание прочесть сообщение.

Литература

- Садохин А.П. Культурология: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2012.
- Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990.

ЧелГУ – Челябинский университет: телеграмм-канал. URL: t.me/csu76 (дата обращения 08.08.2023).

*I.E. Kochneva (Chelyabinsk, Russia)
Chelyabinsk State University*

**NON-VERBAL MEANS OF IMPACT IN UNIVERSITY DISCOURSE
(BASED ON TELEGRAM-CHANNEL “CHELГУ/CHELYABINSK UNIVERSITY”)**

The article is dedicated to the study of non-verbal means of impact on the recipients in university discourse. The research is based on 400 posts of the Telegram Channel of Chelyabinsk State University. The author concludes that all means help to attract the attention of the audience, have originality and serve to create a positive image of the university.

Key words: post, telegram-channel, Chelyabinsk State University, non-verbal means of communication, originality.

*А.М. Куприянова (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
kupriyanova-am@rudn.ru*

**COVID-19: ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ПОЛИКОДОВОГО ТЕКСТА
В МЕДИАДИСКУРСЕ**

Рассматриваются особенности дискурса социальной рекламы в России и США в период пандемии. Изучается взаимодействие вербальных и невербальных компонентов поликодового текста, его языковые средства и речевые стратегии, жанровое разнообразие, а также лингвокультурные особенности. Исследуемый материал характеризуется наличием этнокультурной специфики, несмотря на то, что здоровье и безопасность являются общими ценностями и составляют ядро функционально-прагматической цели социальной рекламы.

Ключевые слова: поликодовый текст, медиадискурс, коронавирус, коммуникативные стратегии, жанровое разнообразие.

Эпоха пандемии привела к необычайному всплеску и развитию социальной рекламы во всех странах мира. Объем рекламного дискурса приобрел грандиозные масштабы, поскольку возникла острая необходимость оповещения населения о мерах предосторожности (впоследствии – пропаганды вакцинации), чтобы замедлить распространение COVID-19. Исследователям различных областей еще предстоит изучить феномен коронавируса и его последствия: тема обширна, носит междисциплинарный характер и требует отстраненности и осмысления. С целью описания и анализа общих и специфических черт поликодового текста социальной рекламы о коронавирусе мы провели наше исследование.

Объектом данной работы является поликодовый текст социальной рекламы о коронавирусе в США и России, предметом – его структурно-композиционные, лексико-грамматические, семиотические и лингвокультурные характеристики. Цель исследования заключалась в том, чтобы выявить общие и отличительные черты рекламных текстов. Ввиду ограниченности объема данной статьи остановимся лишь на нескольких темах: призывы к регламентированному поведению в условиях пандемии (например, носить маски, оставаться дома) и пропаганда вакцинации.

Материалом исследования послужили рекламные постеры, размещенные на улицах, в общественных местах, а также на сайте Роспотребнадзора, «Стокоронавирус.рф», CDC.gov, covid.org. Всего было проанализировано 40 текстов, 20 на английском и 20 русском языке.

По С.И. Кирееву, «рекламный дискурс служит средством социального регулирования и оказания воздействия, побуждает граждан к совершению общественно-полезных действий и не имеет коммерческого интереса» [Киреев 2008: 6-7]. В социальной рекламе наблюдается «совпадение адресанта (государство), адресата (граждане страны) и целей рекламного дискурса (в данном случае – убедить население принять меры предосторожности)» [там же]. Как показало наше исследование, эти параметры варьируются в зависимости от страны.

Вслед за В.И. Карасиком, определим дискурс социальной рекламы как «особый подтип институционального дискурса, главной чертой которого является наличие статусно-ориентированного общения» [Карасик 2002: 203]. Реализация такого социокультурного параметра, как дистанция власти (государство – население), в условиях коронавируса вызвала волну протестов среди американцев, принадлежащих к индивидуалистическому типу культуры. Призывы к вакцинации и ношению масок воспринимались гражданами США как посягательство на личную свободу и нарушение Конституции. Весь период пандемии (особенно 2021 г.) сопровождался демонстрациями протеста, митингами и забастовками в г. Вашингтоне и южных штатах США. Решение местных органов самоуправления не допускать граждан к работе без справки о вакцинации (и увольнять их в случае отказа от прививки) встретило яростное сопротивление среди американцев. Нередки случаи судебных разбирательств, самым громким из которых является дело «Daily Wire против Соединенных Штатов», в результате чего появился прецедент отказа частных компаний следовать правительственным директивам. Таким образом, сама по себе реакция общества на подобную социальную рекламу обладает яркой национальной спецификой.

Рассматривая жанровую палитру медиадискурса в сопоставляемых языках, отметим следующие жанровые сходства: лозунги-призывы, лозунги-констатации, лозунги-патетики, устрашающие информационные сообщения, памятки, приказы, требования, советы (использована жанровая классификация Т.В.Анисимовой – см.: [Анисимова 2018: 163]). Отдельно выделим наличие разнообразных инструкций в американском материале. Как справедливо отмечают исследователи, многословность является неотъемлемой характеристикой американской культуры низкоконтекстного типа [Нефедова, Сотникова 2022: 26]. Спустя три месяца с начала пандемии были выпущены инструкции-образцы беседы медперсонала с пациентами, учителей со школьниками и родителями, преподавателей вузов со студентами, работников социально-реабилитационных учреждений (дома престарелых, приюты и т.д.) со своими подопечными.

При анализе лингвистического компонента текстов с призывами носить маски и оставаться дома (*wear masks, stay home*) мы отмечаем предсказуемое однообразие (побудительные и повествовательные высказывания с преобладанием императивов) в большинстве случаев, однако выделим примеры, обладающие лингвокультурными особенностями: *Один в поле воин / дома лучше / there's no place like home to slow the spread of the coronavirus / gather small, celebrate big*. Представленная часть устойчивых единиц легко восстанавливается благодаря пресуппозитивным знаниям русских и американцев и подчеркивает наличие этнокультурных особенностей в

медиадискурсе. В примере *Gather small, celebrate big* легко угадывается идиома *play big* (играй по-крупному).

Невозможно обойти вниманием появление провокативных рекламных текстов с полной креолизацией, т.е. спаянностью иконического и вербального компонентов [Анисимова 2003: 15]. Рекламный постер, оформленный в виде надгробия с надписью: *Не нравится носить маску? Твоим близким понравится кутья*, вызывает эмоциональный шок. Невербальный компонент, представленный в виде манекена в маске и традиционного блюда, которое едят на поминках, усиливает стратегию запугивания, демонстрирует реализм смерти и характеризуется присутствием жестокого сарказма. Также отметим плакат, выполненный в стилистике 20-х гг. советского периода, полностью копирующий агитационную рекламу, созданную В.В. Маяковским. Переделанный текст звучит как: *чтоб в живых остаться, гнида, прививайся от ковида!* Здесь также присутствуют стратегия запугивания, угрозы и сарказм, а общую тональность высказывания мы определяем как эпатирующую.

Согласно Н.Н. Оломской, предлагающей классификацию рекламного дискурса, вышеуказанные примеры дифференцируются по способам воздействия и средствам выражения [Оломская 2013: 254], а при учете множества информационных каналов, через которые реализовывалась рассматриваемая социальная реклама, не приходится сомневаться в ее жанровом разнообразии.

При анализе вербального компонента выделим наличие прецедентных текстов в обоих языках: *roses are red, COVID cases levels are too* (трансформация известного стихотворения *roses are red, violets are blue*) / *I've got you covered* (лексический прием языковой игры: «ты в безопасности, я тебя прикрою»; двойная семантика высказывания: прикрою лицо маской, прикрою на войне или в случае опасности) / *Sharing is caring. Unless it's COVID* (также использована двойная семантика слова *sharing* – раздавать, делиться) / *В чем сила, медбрат? В вакцине!* (аллюзия на культовый фильм) / *Сделай прививку, пионер! Всем показывай пример!* (трансформация лозунга *Пионер – всем ребятам пример!*).

По словам М.Р. Желтухиной, выступающий в жанрах пропаганды медиадискурс соотносится с педагогическим дискурсом (основная цель – побуждение адресата к определенной линии поведения), тогда как по функции внушения, «т.е. навязывания действий и состояний, медиадискурс функционально сближается с религиозным, рекламным и политическим дискурсами» [Желтухина 2016: 294]. Как видно из примеров, случаи слияния различных видов дискурса нередки.

При анализе невербального компонента в материале на английском языке выделяется преобладание синего цвета, символизирующего спокойствие и «общее впечатление стабильности ситуации, исключения паники» [Нефедова, Сотникова 2022: 23]. Показательно, что рекламные постеры, выпущенные к Рождеству в США, имели традиционные праздничные цвета – красный и зеленый. Примечательным является рекламный плакат, выпущенный в форме американского флага, где красные полосы соотносятся с количеством заболевших, умерших и выздоровевших людей. Такой же прием с полосками активно использовался компанией CNN на протяжении всего периода пандемии. Креативность с использованием патриотической символики вызывает к чувствам единения как нации и служит самостоятельным средством оказания воздействия на граждан страны.

Среди текстов на русском языке преобладают синий и красный. В русском языковом и коммуникативном сознаниях красный цвет закреплен как часть советского наследия, т.е., наряду с традиционными ассоциациями огня, здоровья,

любви, агрессии, по справедливому утверждению Цзоу Хуацзин, семиотический код красного цвета расширяется целым рядом ассоциативных связей: это патриотизм, отвага и доблесть россиян [Цзоу 2021: 94].

В нашем материале встречались также плакаты желтого (ассоциации – радость, тепло), белого (покой, чистота) и зеленого (жизнь, мир) цветов, однако особое место занимает черный цвет, ранее традиционно используемый в социальной рекламе как символ депрессии, боязни и страдания, а в нашем случае – смерти. Вспомним еще раз семантически близкий плакат в форме надгробия, а из материала на английском языке – постеры, призывающие носить маску: *Nurses do for 12 hr. You can for 12 min. / Grandpa fought for us. Let's fight for him.*

Как показал проанализированный материал, социальная реклама о коронавирусе разнообразна по жанрам, композиционным, лексико-грамматическим, семиотическим и лингвокультурным характеристикам. Однако побуждение к действию является ядром функционально-прагматической цели поликодового текста в сопоставляемых языках. Здоровье и безопасность граждан отражают общие ценности, и, возможно, именно это определит дальнейший вектор развития медиадискурса в недалеком будущем.

Литература

Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. ин. яз. вузов. М.: Издательский центр “Академия”, 2003.

Анисимова Т.В. Жанры социальной рекламы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2018. Т.17. № 1. С.160-171.

Желтухина М.П. Медиадискурс // ДИСКУРС-ПИ. 2016. №3-4 (24-25). С. 292-296

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.

Киреев С.И. Дискурс и концептосфера социальной рекламы: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008.

Нефедова Л.А., Сотникова Е.С. COVID-19: рекламное противостояние в разных странах // Quaestio Rossica. 2022. Т.10. № 1. С. 19-34.

Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. 2013. № 5 (17): Филология. С. 250-259.

Цзоу Хуацзин Поликодовый текст современной китайской и русской рекламы: дис. ... канд. филол. наук. М., 2021.

A.M. Kupriyanova (Moscow, Russia)
RUDN University

COVID-19: GENRE DIVERSITY OF POLYCODE TEXT IN MEDIA DISCOURSE

The article considers features of social advertising discourse in Russia and the United States during the pandemic. The interaction of verbal and non-verbal components of a polycode text, its linguistic means and speech strategies, genre diversity, as well as linguistic and cultural features are studied. The reviewed material is characterized by the presence of ethno-cultural specifics, however, health and safety are common values and form the core of the functional-pragmatic goal of social advertising.

Key words: polycode text, media discourse, coronavirus, communication strategies, genre diversity.

ФРЕЙМ-АНАЛИЗ ОСВЕЩЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ОППОНЕНТА: ПРЕЗИДЕНТСКАЯ КАМПАНИЯ Д. ТРАМПА ГЛАЗАМИ НОВОСТНОГО КАНАЛА MSNBC

Статья основана на фрейм-анализе политических ток-шоу канала MSNBC, освещающих президентскую кампанию республиканца Д. Трампа. Рассмотренные субфреймы направлены на негативизацию не только самого кандидата, в данном случае – Д. Трампа, но и его однопартийцев и сторонников. Выявленные субфреймы и вершинные узлы могут быть использованы в дальнейшем для построения универсальной фрейм-структуры освещения кампании политического оппонента в американском общественно-политическом дискурсе.

Ключевые слова: американский общественно-политический дискурс, масс-медиа, фрейм-анализ, фрейм и субфрейм, президентская кампания, пресуппозиция, импликатура.

Данная статья основана на исследовании американского одного из жанров общественно-политического дискурса – новостных ток-шоу, идеологически связанных с Демократической партией, и освещающих президентскую кампанию лидирующего республиканского кандидата Д. Трампа, бывшего президента США в 2017-2021 гг., а также все новостные события, связанные с ним. По статистике начала 2020-х гг., именно MSNBC считается рупором Демократической партии, а FoxNews – Республиканской (www.statista.com), выбор между данными медиа определяется партийной и идеологической направленностью зрителя. Материалом для данного исследования послужили пять политических передач канала MSNBC: Morning Joe, All in with Chris Hayes, The Sunday Show with J. Caphart и т.д., выложенные на платформе YouTube летом 2023 г., до начала дебатов праймериз, всего 43 мин. 40 сек. звучания. Целью работы является выявление основных субфреймов и субординантных узлов, используемых MSNBC для структурирования информации о предвыборной кампании политического оппонента, интерпретации новостных событий и формирования «правильной» картины мира у своей аудитории.

Понятие фрейма появилось в антропологии и социологии в 1970-е гг. в работах Г. Бейтсона и И. Гофмана, после чего оно было заимствовано многими другими дисциплинами. В своем исследовании повседневности И. Гофман определяет фрейм как некий круг понятий, связанный со структурированием реальности [Батыгин 2004: 42].

Одно из направлений фрейм-анализа разрабатывалось в русле исследований коммуникаций и массмедиа в 1980-90-е гг. в США. Медиафреймы, по Т. Гитлину, не проговариваются и не осознаются как журналистами, так и их аудиторией, однако благодаря им медиа обрабатывают огромное количество информации и категоризируют ее как для самих себя, так и для своей аудитории [Gitlin 2003: 7]. Р. Энтман пишет, что фреймы бывают двух уровней. Во-первых, это некие ментальные принципы или репрезентации, помогающие человеку структурировать и интерпретировать получаемую информацию. Во-вторых, фреймы – макроструктура новостного дискурса, реализуемая с помощью визуальных и вербальных средств. Эти два вида фреймов взаимно влияют друг на друга [Entman 1991: 7].

Еще одно направление фрейм-анализа, распространившееся в когнитивной лингвистике и культурологии, восходит к работам М. Минского, специалиста по искусственному интеллекту. Он определяет фрейм как иерархическую структуру из смысловых узлов, слотов и связей между ними, направленную на представление стереотипной ситуации [Гусельникова 2010: 138-139].

В ходе исследования было выявлено, что основным фреймом, который прослеживается во всех рассмотренных передачах MSNBC, является негативное позиционирование президентской кампании политического оппонента, в данном случае – Д. Трампа. Этот фрейм многосоставен, однако в данной статье рассмотрим только два субфрейма, проявившихся во всех рассмотренных передачах: негативизация самого кандидата, а также – его однопартийцев и сторонников. При этом первый субфрейм можно разделить на следующие смысловые узлы: законопослушность, политкорректность или соответствие идеологии woke, политический и профессиональный успех, взаимодействие с публикой, соответствие американским политическим ценностям и уважение к демократии. Д. Трамп позиционируется как преступник, расист и сексист, неудачник, проигравший выборы, создатель своего культа личности, а также как угроза американской демократии, т.е. как чуждая для США политическая фигура, стремящаяся к авторитарности. Что касается второго субфрейма, то его узлы таковы: негативное позиционирование однопартийцев и партийного руководства, а также простых сторонников кандидата в президенты, в данном случае – как попустителей или злонамеренных пособников.

Рассмотрим некоторые примеры актуализации первого субфрейма.

– Д. Трамп – диктатор, «чужого», заграничного типа, угроза для традиционной американской демократии и ее институтов (активизируется в 100% рассмотренных передач MSNBC): *What Donald Trump is talking about is something that is out of the playbook of dictatorships of Europe.* (Michael Beschloss, 2) *You really have to look abroad at dictators to compare Trump to, authoritarian figures...* (Douglas Brinkley, 3)

– Д. Трамп – вне закона (80%): *Trump really is a gangster. He is like a mafioso... These guys were shameless, reckless. You know, there was no law they wouldn't try to circumvent, they always denied everything. So, Trump's of that ilk... Trump really reflects this outlaw tradition in America.* (Douglas Brinkley, 3)

– Д. Трамп – неудачник (80%): *And for what, Mika? To lose again. I know they're looking at polls. No, he loses. He loses every single year. And he has since 2017.* (Joe Scarborough, 4)

– Д. Трамп – расист, сексист и антисемит (40%): *... there is a reason that hate crimes of all types, anti-black, anti-asian, anti-semitic, all skyrocketed during Donald Trump's presidency, because he gave out the message that he rewarded lawlessness, that he appreciated lawlessness...* (Ruth Ben-Ghiat, 1)

– Д. Трамп – создатель собственного культа личности (40%): *He is a cult leader, Jonathan, I think you know, I feel he's a cult leader, he's not a conventional politician.* (Ruth Ben-Ghiat, 1)

Субфрейм, направленный на критику группы поддержки кандидата:

– Негативизация однопартийцев и руководства Республиканской партии, в данном случае – за повторство или непротивление человеку, представляющему угрозу демократии США (60%): *Joe, this is where Republican leaders are so needed and they are so not present for the truth, for reality. We need 100 McCain moments 100 times over.* (Mika Brzezinski, 5)

– Негативизация простых сторонников либо как недалеких людей, либо как злонамеренных вредителей, которые так или иначе ведут страну к катастрофе (80%): *You know, what does it say, Michael, that given everything you just said and what the New York Times reports, that Donald Trump has significant support among the American people, should we take from that that the American people would be fine with junking American democracy as we've always known it, for that presidential dictatorship you are just talking about.* (Jonathan Capehart, 2)

Как нам кажется, элементы прагмалингвистического анализа способны обогатить фрейм-анализ. Приведенные выше обвинения и пугающие прогнозы вполне эксплицитны и доступны для критического осмысления аудиторией. Однако наше внимание привлекает использование ведущими и гостями имплицитных средств, направленных на подачу дискредитирующей информации или оценки как неоспоримой истины. Такими средствами являются пресуппозиция, остающаяся неизменной при отрицании пропозиции, и импликатура в грайсовском понимании, которая зависит от контекста и может быть «отменена», т.к. только подразумевается, но не проговаривается напрямую [Yule 1996: 26-27; Grice 1991: 25-39].

Так, в нижеследующем названии выложенного в интернет отрывка передачи Morning Joe пресуппозиция такова: Республиканская партия (The Grand Old Party), несомненно, отказывается от демократии ради Трампа, вопрос только, почему: *Joe: What is so important about Trump the GOP is willing to throw away democracy to defend him?* (Joe Scarborough, 4)

Пример коммуникативной имплицатуры приведен ниже. Приглашенный историк намекает на то, что Трамп не патриот, т.к., в отличие от Никсона, не хочет уйти из политики добровольно, чтобы спасти престиж своей партии и страны: *Nixon had a patriotic side to him. He served in WWII, he did a lot of good things as president... I don't want to rehabilitate Richard Nixon but Nixon did the right thing. He resigned, he recognized that if he stayed and fought... impeachment, it would destroy the Republican Party for a generation, it would do damage to the United States.* (Douglas Brinkley, 3)

Таким образом, в результате проведенного фрейм-анализа с элементами прагмалингвистического анализа политических ток-шоу MSNBC, мы выявили и описали два субфрейма, составляющие фрейм освещения президентской кампании политического оппонента, а именно: позиционирование самого кандидата как недостойного и потенциально опасного политика для страны, а также негативизация его однопартийцев и сторонников. Фрейм актуализируется как с помощью эксплицитных обвинений, ярких негативных ярлыков, так и с помощью имплицитной подачи информации или оценки, дискредитирующей как бывшего президента, так и его сторонников. В дальнейшем мы планируем сравнить полученные результаты исследования с тем, как освещается президентская кампания демократического президента Джо Байдена в крайне-правом СМИ, а именно: Fox News.

Источники

The Saturday Show with Jonathan Capehart: Trump's moves are right out of the authoritarian playbook. Jun 17, 2023.

The Sunday Show with Jonathan Capehart: The potential danger of a Trump second term. July 23, 2023.

All in with Chris Hayes: 'Cover-up': New details in Trump indictment have shades of Watergate. Jul 29, 2023 Morning Joe: *Joe: What is so important about Trump the GOP is willing to throw away democracy to defend him?* Aug 8, 2023.

Morning Joe: NH Trump supporters dial up rhetoric on 'civil war', stolen votes outside of rally. Aug 9, 2023.

Литература

Батыгин Г.С. Континуум фреймов: социологическая теория Ирвинга Гофмана (вступительная статья) // *Гофман И.* Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта / под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2004.

Гусельникова О.В. Терминологический аппарат структуры фрейма // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, 2010. Вып. 9. С. 137-149.

Entman R.M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents // *Journal of Communication*, 1991. Т. 41/4. С. 6-27.

Gitlin T. The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left. Berkley; Los Angeles: Univ. of California Press, 2003.

Grice P. *Studies in the Way of Words.* Harvard University Press, 1991.

Yule G. *Pragmatics.* Oxford: Oxford University Press, 1996.

E.S. Kusotskaya (St. Petersburg, Russia)
St. Petersburg State University

FRAME-ANALYSIS OF THE COVERAGE OF A POLITICAL OPPONENT'S ACTIVITY: D. TRUMP'S PRESIDENTIAL CAMPAIGN THROUGH THE LENS OF MSNBC

This article considers the initial frame-analysis of the coverage of the D. Trump's Republican presidential campaign on the pro-Democratic news channel MSNBC. The elicited subframes are aimed at the negative portrayal of not only D. Trump himself but of his followers and other Republican Party members as well. The considered subframes and nodes might be developed and complimented in the future for the creation of a more complex frame that could be applied in analyzing various presidential campaigns in the context of the American social-political discourse.

Key words: American social-political discourse, mass-media, frame-analysis, subframes and nodes, presidential campaign, presupposition, implicature.

У.Л. Кшеновская (Новосибирск, Россия)
Новосибирский государственный педагогический университет
sj@ngs.ru

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАКИТОВ

Статья посвящена описанию лингвокогнитивных особенностей медиакитов, представляющих собой комплекты, состоящие из текстовых, аудио- и визуальных материалов о компании, предназначенные для рекламодателей. Исследование выполняется в сопоставительном аспекте на материале медиакитов российских и американских компаний.

Ключевые слова: PR-дискурс, медиа-кит, лингвокогнитивный анализ, антропоцентризм.

Связи с общественностью (PR-деятельность) играют немаловажную роль в жизни современного общества. Важнейшим инструментом PR-деятельности является PR-дискурс. Из представленного многообразия PR-текстов объектом интересов данного исследования выступает пресс-кит, или медиакит, т.к. именно в пресс-ките дается полная информация о компании и ее продуктах. В связи с ускоренным

развитием медиапространства происходит постоянная интеграция зарубежного опыта PR-деятельности в российской реалии.

Исследование выполняется с позиций когнитивной лингвистики в рамках антропоцентрической парадигмы, в соответствии с которой явления действительности изучаются по их роли и назначению для человека.

Изучение дискурса актуально, т.к. язык в зависимости от сферы употребления функционирует по-разному. Формирование PR-дискурса – естественный процесс, присущий любому другому дискурсу, для которого характерно наличие участников общения, каждый из которых имеет свою роль и цель общения, в соответствии с которыми организуется дискурс. Российские ученые предлагают рассматривать PR как специализированную деятельность управления состоянием общественного мнения в определенной сфере, управление отношениями внутри компании, осуществляемое ненасильственными средствами [Нечаева 2009].

Существует ряд концептуальных черт, подтверждающих, что PR-дискурс – институциональный. Во-первых, его статусная ориентированность регулирует отношения между базовым субъектом PR и целевой аудиторией; во-вторых, его стратегическая цель для создания положительного образа субъекта PR; в-третьих, совокупность PR-текстов несет системный характер, проявляющийся в информационно-коммуникативной модели.

Как и любой другой дискурс, PR-дискурс выполняет ряд функций. Одной из важнейших функций выступает фатическая функция, связанная с установлением контакта, т.к. PR-деятельность в первую очередь направлена на налаживание контактов между субъектами политического и экономического рынков, установление доброжелательных отношений между организациями и общественностью и т.д. Второй по важности функцией является информативная. Информация, представляемая компанией о себе, своих сотрудниках, товарах и услугах, должна быть достоверна и актуальна. Еще одна функция – экспрессивная. Говорящий или пишущий показывает свою индивидуальность на протяжении всей речи и вызывает у слушателя (читателя) эмоциональный отклик. По мнению Е.А. Нечаевой, PR-дискурс как инструмент убеждения может оказывать воздействие на поведение людей с помощью различных средств и без прямого словесного воздействия, и при помощи определенного набора языковых средств [Нечаева 2009]. При этом преподносимая информация в PR-деятельности должна быть нейтральной, без оценочных компонентов и суждений, поэтому данная функция выступает вспомогательной. Кроме того, наблюдается метаязыковая функция, которая проявляется в объяснении терминов, специфики их употребления людям, не сталкивающихся до этого со специфическими терминами PR-коммуникации. Доминирование той или иной функции зависит от жанра PR-дискурса.

Продуктом PR-деятельности являются PR-тексты, которые представляют для исследователей особый интерес с лингвокогнитивной точки зрения. Существует несколько подходов к классифицированию PR-текстов. Во-первых, их разделяют по направленности на внутренние (предназначенные для малой аудитории и имеющие определенного адресата) и внешние (рассчитанные на широкую общественность, внешнею по отношению к компании). К последним относят пресс-релизы, обзорные статьи, PR-блоги и медиакиты, т.е. комплекты, состоящие не только из текстовых, но из аудио- и визуальных материалов, предназначенные для рекламодателей. Во-вторых, PR-тексты можно разделить по степени выраженности характерных для них признаков на базисные, что означает наличие всех признаков и характеристик PR-

текста, и смежные, в которых отсутствуют все признаки PR-текстов, например, в слоганах из-за небольшого объема или резюме, целью которых является описание только биографии личности. В-третьих, PR-тексты делят в соответствии с их функционированием на простые и комбинированные [Казиева 2021]. Простой текст представляет собой определенную единицу, существующую в коммуникационном пространстве автономно. Комбинированные тексты являются макротекстами, т.к. они составлены из множества простых текстов. Таким образом, пресс-кит – это комбинированный PR-текст, нацеленный на внешнюю аудиторию, в который включаются различные первичные базисные тексты по связям с общественностью.

Зачастую создатели пресс-кита организуют его в один документ с изображениями, оформляя в едином фирменном стиле. В таком случае речь идет о креолизованном тексте, где на восприятие читателя влияют вербальные (текст) и невербальные средства (аудио, видео, пиктограммы, цветообозначения и инфографики) и в такой связке позволяют читателю усвоить информацию быстрее и эффективнее, т.к. при этом задействуется когнитивный механизм концептуального смещения, что обеспечивают целостность и связность восприятия и/или последующего извлечения информации и ее передачи. Такие тексты образуют структурное, визуальное, функционирующее и смысловое целое, способное обеспечить комплексное воздействие на аудиторию. По степени креолизации медиациты могут быть как гомогенными вербальными текстами (текстами с частичной креолизацией и достаточно автономной семантической частью), так и паралингвистическими активными текстами (текстами с полной креолизацией и синсемантическими отношениями между вербальным и графическим компонентами).

Проведенный структурный анализ позволил сделать следующие выводы: 1) структура пресс-китов способствует раскрытию всех характеристик компаний, способствующих полному информированию журналистов и клиентов об имидже компании; 2) некоторые разделы пресс-китов могут дублироваться в других, например, информация об истории компании встречается в факт-листах, а контактные данные – в пресс-релизах; 3) структура пресс-китов подразумевает наличие информации о потребностях и интересах потребителя, а также о путях их удовлетворения посредством обращения в данную компанию.

Лингвостилистический анализ медиацитов показал, что информация представлена кратко, лаконично: объем текста ограничен и не превышает 600 слов, при этом преобладают существительные, т.к. именно существительные в силу своей когнитивной уникальности в процессах отражения человеком окружающей действительности, способны емко представлять объект в виде «нечленимого целого, гештальта» и служить «для категоризации объектов» [Ирисханова 2000: 94-95]. О намерении преподнести информацию кратко сигнализирует и наличие аббревиатур. В текстах обнаруживается существенное количество имен собственных, процентных соотношений, цифровых показателей и цитирований, что указывает на точность, достоверность и фактологичность данных. Понятийная сторона терминологии медиацитов представляет собой вербализованные общие и специфические характеристики элементов терминологического пространства. Общие термины вербализируют когнитивные репрезентации знаний в области PR деятельности человека. Специфические единицы номинируют общеэкономические, медицинские и иные понятия, не имеющие отношения непосредственно к PR и зачастую связанные со спецификой деятельности компании (например, в пресс-релизах американского фонда “Merck Foundation”, выделившего средства на борьбу с раком, примерами

могут послужить термины *cancer, lay health workers, diagnosis*; в пресс-релизе российского фонда «САФМАР», обеспечивающего детей-сирот, встречаются такие единицы, как *институт приемной семьи, замещающие родители, дети-сироты* и др.). Данная особенность присуща именно PR-текстам, когда общие термины оказываются на периферии, тогда как специфические термины являются ядром терминопоя. Кроме того, в русскоязычных текстах терминология расширяется за счет иноязычных заимствований и деривации.

В русскоязычных текстах наблюдается использование минимального количества слов с эмоционально-экспрессивной окраской, разговорной лексики, что позволяет читателю увидеть объективность субъекта PR. За редким исключением авторы акцентируют внимание читателя на особенно важных моментах добавлением оценочных языковых единиц, в частности, эпитетов. При этом характерной особенностью российских пресс-релизов выступает наличие графических стилистических приемов, в частности, кавычек (например, при использовании разговорной лексики). В отличие от российских пресс-релизов, в американских пресс-релизах нами были обнаружено использование большего количества стилистических приемов, в частности, эпитетов, метафор, эвфемизмов, гипербол что, возможно, объясняется экстралингвистическими факторами, в частности, культурными различиями. Российский читатель считает достоверной информацию, перенасыщенную цифрами и фактами, излагаемыми в официальном стиле от третьего лица или безлично, поэтому наблюдается наличие терминов, аббревиатур, заимствованных слов, числительных, сложных грамматических конструкций, сложных распространенных предложений. В американских реалиях читатель считает правдивой информацию личного характера, от первого лица, поэтому информация представлена более эмоционально, зачастую в виде сторителлинга, в текстах компаний представлены девизы и афоризмы, которых придерживаются их сотрудники или руководители. В текстах встречаются приемы для создания юмористического эффекта, основанные на иронии и игре слов, присутствуют лингвокреативные единицы, разговорная лексика, идиомы, предложения по структуре простые с эллиптическими конструкциями. Таким образом, в исследуемых нами американских медиакитах публицистический стиль преобладает над официально-деловым, в то время как в российских – наоборот.

Подводя итоги, отметим, что медиакиты представляют собой сложное структурное целое, состоящее из нескольких негомогенных семиотических компонентов, каждый из которых характеризуется своими особенностями, при этом все из них выполняют функцию информирования и воздействия. Сопоставительный анализ показал, что русскоязычные и американские медиакиты характеризуются набором как универсальных, так и специфичных лингвокогнитивных характеристик.

Литература

Ирисханова О.К. Некоторые особенности категоризации отглагольных имен существительных // Когнитивные аспекты языковой категоризации: сб. науч. тр. / отв. ред. Л.А. Манерко. Рязань: РГПУ им. С.А. Есенина, 2000. С. 62-69.

Казиева Д.А. Жанровая типология PR-дискурса: лингвопрагматический аспект // Векторы развития русистики и лингводидактики в контексте современного филологического образования. Астрахань, 2021. С. 79-89.

Нечаева Е.А. Зарождение и развитие PR в зарубежном социуме // Вестник гуманитарного факультета Ивановского государственного химико-технологического университета. 2009. № 4. С. 172-180.

LINGUO-COGNITIVE CHARACTERISTICS OF MEDIA KITS

The article describes some linguo-cognitive features of media kits, which are certain sets consisting of verbal and non-verbal (audio and visual) information about a company designed for advertisers. The study is conducted in a comparative aspect on the material of media kits of Russian and American companies.

Key words: PR discourse, media kit, linguocognitive analysis, anthropocentrism.

A.S. Макарова (Москва, Россия)

*Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет
aleste_63@mail.ru*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПАРЕМИЙ В ПРАВОСЛАВНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ: КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

Статья посвящена особенностям функционирования пословиц русского, латинского и французского языков в православном медиадискурсе. Проведенное исследование, основанное на методологии когнитивной лингвистики, подтвердило тезис, что самым распространенным классом среди паремий являются пословицы, которые отличаются широким спектром функционального потенциала в медийных православных текстах.

Ключевые слова: православный медиадискурс, паремия, пословица, функциональный потенциал.

Фразеологический фонд русского языка характеризуется разнообразием сверхсловных устойчивых единиц. На сегодняшний день существует два подхода к изучению фразеологических единиц в российском языкознании – широкий и узкий взгляд на понимание объема фразеологии. Мы придерживаемся широкого понимания фразеологии, соответственно, в сферу наших научных интересов включены фразеологические единицы (идиомы, единства, сращения), паремиологические единицы (пословицы, поговорки, присловия и др.), крылатые единицы (эпонимы), афоризмы [Иванов 2022а], которые являются способом репрезентации определенных концептов. Данный подход обеспечил появление таких лингвистических векторов исследования фразеологического фонда русского национального языка, как паремиология, крылатология, афористика. Мы разделяем мнение современных исследователей, которые используют термин паремия «как родовое наименование для обозначения различных классов народных афоризмов <...>, пословиц, поговорок, загадок и примет, а также присловий, прибауток и т.д.» [Паремиология ... 2020: 14] и считают, что «система ценностей каждого народа заложена в различных языковых единицах, прежде всего, в паремиологическом фонде языка, где наиболее распространенным классом является пословица» [Гишкаева, Ломакина, Макарова 2021: 136], при это важно разграничивать то, «что в пословичном фонде языка является специфическим (исконным), а что общим с другими языками (заимствованным)» [Паремиология ... 2021: 6].

Как показывает наше исследование, функциональный потенциал пословиц активно реализуется в различных видах дискурса [Паремиология ... 2015], в том числе и в православном медийном дискурсе, создавая его концептосферу [Макарова

2019, 2021]. Цель статьи – когнитивный анализ функционального потенциала паремий на материале православного медиадискурса, который основывается на методологии и научных трудах ведущих российских фразеологических школ (Москва, Санкт-Петербург, Тула и др.).

Обозначим основные функции паремий как народных афоризмов [Иванов 2022b]: номинативная, эмоционально-экспрессивная, аргументативная, интертекстуальная, текстообразующая, композиционная, образная, юмористическая, императивная, кумулятивная, метаязыковая.

В ходе исследования православного медиаконтента протоиерея Артемия Владимировича на сайте «Правмир» [<https://www.pravmir.ru/>] для анализа нами отобрано 18 паремий (14 русских, 3 латинских, 1 французская). Однако в силу того, что объем статьи не позволяет рассмотреть весь эмпирический материал, мы ограничимся анализом трех латинских, одной французской и четырех паремий русского языка, в состав которых входит лексема *Бог*. Выбор этих русских пословиц объясняется тематической спецификой православного медиадискурса, в котором концепт БОГ является базовым. Представим анализ латинских пословиц:

*«Мне есть, что об этом сказать, ибо и сам я шел путем восхождения **per aspera ad astra**, через тернии, может быть, еще не к звездам, но к высоте словесного служения. В литературных занятиях всего прежде необходимо найти идеал для подражания»; «Стало быть, важно говорить **с чувством, с толком, с расстановкой**». При этом не слишком уповать на свои силы, но надеяться на Господа. Не смущаться в случае естественной запинки, ошибки. **Человеку свойственно ошибаться**. Упал – тотчас встань. Встал – иди вперед. Не можешь лететь – беги, не можешь бежать – иди, не можешь идти – ползи. **Дорогу осилит идущий**. Сам Господь говорит: “Дам молитву молящемуся. Приблизьтесь ко Мне, и Я приблизюсь к вам”»* [<https://www.pravmir.ru/prot-artemij-vladimirov-o-kosnovazychii-video/>].

Оба примера представляют собой насыщенный фразеоконтекст. В первом – используется инвариант латинской пословицы на языке оригинала (иноязычное вкрапление) и ее трансформ на русском, преобразованный путем комплексного приема модификации фразеологических единиц – экспликации (лексическое расширение за счет вводного слова *может быть*, придающего модальность высказыванию, наречия *еще*, словосочетания *к высоте словесного служения* посредством противительного союза *но*) и грамматического изменения (использование отрицательной частицы *не*).

Таким образом, пословицы выполняют несколько функций: текстообразующую, интертекстуальную и метаязыковую: автор уточняет семантику пословицы и сравнивает звезды с *высотой словесного служения*. Во втором контексте употреблены две паремии латинского происхождения *Человеку свойственно ошибаться* и *Дорогу осилит идущий*, содержащие в себе концентрат народной мудрости. Функционально они выстраивают композицию данного медиатекста, параллельно реализуя интертекстуальную и аргументативную функции. Авторитетность употребленных пословиц подтверждается цитацией слов Иисуса Христа: *«Дам молитву молящемуся. Приблизьтесь ко Мне, и Я приблизюсь к вам»*.

Следует сказать также, что усилению насыщенности данного фразеоконтекста способствует использование автором трансформированной крылатой единицы, восходящей к пьесе А.С. Грибоедова «Горе от ума» (1824). Мы видим, что *«с чувством, с толком, с расстановкой»* является имплицитной формой эпитима

«Читай не так, как пономарь – а с чувством, с толком, с расстановкой». Речетворчество протоиерея Артемия Владимировича отличается особым разнообразием фразеологического уровня языка. В его текстах всегда можно найти эксплицитные и имплицитные цитаты Священного Писания, крылатые единицы, восходящие не только к русской и зарубежной литературе, но и к синтетическим видам искусства (кино, песенный жанр и пр.).

Теперь обратимся к контекстам, содержащим французскую поговорку *Вернемся к нашим баранам* и русские паремии с лексемой *Бог*, из которых поговорка *Бог шельму метит* встречается дважды: «*Но давайте вернемся к нашим баранам. То, что вчерашим девицам, разрешили осквернить прежде лобное место, откуда читались царские указы, – это, конечно, недосмотр. О этом давно сказал в своих поговорках русский народ: «Бог шельму метит», «Бог долго терпит, да больно бьет»*» [<https://www.pravmir.ru/molitva-o-pank-feministkax-video/>].

В представленном фразеологически насыщенном медиаконтексте реализуется образная функция, характерная для известной французской поговорки *Вернемся к нашим баранам*, которая представляет собой интересный объект исследования для фразеолога. Дело в том, что это выражение пришло в русский язык из французского языка в виде кальки (ср.: *Revenons à nos moutons*). Данная паремия рассматривалась нами как крылатое выражение-галлицизм [Макарова 2016], популярность которого привела к его паремиологизации. В результате выражение *Вернемся к нашим баранам* имеет двойной фразеологический статус – паремия и крылатая единица французского происхождения.

Две русские паремии *Бог шельму метит* и *Бог долго терпит, да больно бьет* выполняют аргументативную функцию, подтвержденную автором отсылкой на мнение народа, что следует квалифицировать как метаязыковой комментарий: «*Об этом давно сказал в своих поговорках русский народ*».

В следующем примере паремия *Бог шельму метит* реализует не только аргументативную функцию, но и эмоционально-экспрессивную, что актуализируется через ее грамматическое преобразование в восклицательное предложение: «*Но не будем искать врагов – Бог шельму метит! Замечаем, что сердца человеческие становятся более аморфными. Сегодня каждый строит свой собственный мирок, но в людях мало исконно русских свойств характера – способности болеть за судьбу нации, страны, Отечества, его будущего*» [<https://www.pravmir.ru/protoierej-artemij-vladimirov-o-puti-k-vere-zhizni-na-mazhore-udachax-i-oshibkax-video/>].

В следующем медиатексте паремия выполняет номинативную функцию с опорой на авторитетность и дидактичность народной мудрости, заложенной в поговорках. Адресант напоминает адресату, что все в жизни человека происходит по воле Божьей: «*Приметим: “что Бог творит, никому не говорит” ... Таково присловие нашего мудрого православного народа. Бог совершенен в Своих действиях, но они не постижимы для человека. Не следует думать, что священник всегда осознает действия изливающейся чрез него Божьей благодати. Здесь речь идет у нас о пастырском душепопечении*» [<https://www.pravmir.ru/protoierej-artemij-vladimirov-pastyry-i-pasomye/>].

Следует отметить, что в метаязыковом комментарии, который следует после паремии, священник для ее наименования употребляет термин присловие, который в паремиологии «как термин практически не используется <...>, на что обратил внимание Г.Л. Пермяков и предложил использовать этот термин для обозначения

изречений, сходных с пословицами и поговорками, но обладающих прямой мотивировкой общего значения» [Паремиология ... 2020: 17].

В последнем медийном контексте адресант подкрепляет свою мысль авторитетностью паремии *Без Бога не до порога*, в результате чего пословица выполняет аргументативную и композиционную функции: «*В наше время часто встречается такой тип женщины: инициативной, ответственной, не боящейся на себя брать бремя лидерства. Однако против природы не пойдешь: без Бога не до порога. Все мы хорошо знаем, как тайно страдает женщина, пытающаяся идейно обосновать свое господство и подтвердить это своим опытом жизни. Экономика должна оставаться экономной, женщина – женственной, а мужчина – мужественным*» [<https://www.pravmir.ru/azy-semejnoj-zhizni/>].

Подводя итог, отметим, что чаще в рассмотренных медиаконтентах паремии реализуют аргументативную функцию (4 примера), затем следуют образная (2 примера) и интертекстуальная (2 примера), соответственно, номинативная, композиционная, метаязыковая, эмоционально-экспрессивная и текстообразующая функции актуализируются посредством единичных употреблений.

Проведенный анализ, основанный на методологии когнитивной лингвистики, которая значительно расширяет способы семантической трактовки текста и дискурсивной деятельности личности, показал, что паремии характеризуются полифункциональностью, которая способствует выявлению заложенных в них возможностей утверждения, переосмысления и насыщения текста новыми смыслами.

Литература

Гишкаева Л.Н., Ломакина О.В., Макарова А.С. Отражение веры в бога как ценностной константы в пословичном фонде (на примере христианской и мусульманской лингвокультур) // Cuadernos de Rusística Española. 2021. № 17. P. 135-147.

Иванов Е.Е. Афоризм в кругу малых текстовых форм в устном, письменном и электронном дискурсах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022а. Т. 13. № 4. С. 898-924. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-898-924>

Иванов Е.Е. Функции афористических единиц в русском языке // Русистика. 2022б. Т. 20. № 2. С. 167-185. <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2022-20-2-167-185>

Макарова А.С. Особенности использования интертекстом медийной православной личностью (на материале программы «Прямая линия. Ответ священника») // Дискурсология и медиакритика современных СМИ: Сборник научных трудов по материалам конференции. 2-4 октября 2019 г. / научн. ред. А.В. Полонский, С.В. Ушакова, С.М. Нарожняя. Белгород: ПОЛИТЕРРА, 2019. С. 193-199.

Макарова А.С. Особенности функционирования крылатых выражений-галлицизмов в современной французской и российской публицистике: дис. ...канд. филол. наук. М., 2016.

Макарова А.С. Реализация текстообразующей и смыслообразующей функций паремий в православных медиатекстах // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. [Электронный ресурс]. 2021. № 1. С. 12-23. URL: www.tverlingua.ru

Паремиология в дискурсе: монография. М.: Ленанд, 2015.

Паремиология без границ: монография. М.: РУДН, 2020.

Паремиология на перекрестках языков и культур: монография. М.: РУДН, 2021.

**PECULIARITIES OF THE FUNCTIONAL POTENTIAL OF PAREMIES
IN ORTHODOX MEDIA TEXTS: COGNITIVE ASPECT**

The article is devoted to the peculiarities of the functioning of Russian, Latin and French proverbs in the Orthodox media discourse. The study, based on the methodology of cognitive linguistics, confirmed the thesis that the most common class among proverbs are proverbs, which are distinguished by a wide range of functional potential in media Orthodox texts.

Key words: Orthodox media discourse, proverb, media content, functional potential.

*Г.М. Мандрикова (Новосибирск, Россия)
Новосибирский государственный технический университет
mandrikova@corp.nstu.ru*

**МЕДИЙНАЯ ЖИЗНЬ «ПЕТРОВА И БОШИРОВА» КАК ПРЕЦЕДЕНТНОЙ
СИТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ)**

Прецедентная ситуация (ПС), являясь одним из прецедентных феноменов, в отличие от прецедентного имени и прецедентного текста, все еще находится в стадии своего теоретического осмысления. Одной из важных задач изучения ПС является проблема ее «верификации» как прецедентной. В статье предлагается схема анализа гипотетической ПС «Петров и Боширов», активно функционирующей в медиадискурсе.

Ключевые слова: теория прецедентности, прецедентный феномен, прецедентная ситуация, схема анализа прецедентной ситуации.

Современное представление о теории прецедентности не ограничивается ее частым пониманием как системы прецедентных феноменов (ПФ), содержащих определенное лингвокультурное знание. Сам феномен прецедентности, по мнению Н. А. Голубевой, есть «когнитивное понятие, которое раскрывается не только через набор таких когнитивных признаков, как общеизвестность, образность, отсылочность, ассоциативность, типичность для прецедентных феноменов, <...> но обладает и «общей знаковой способностью любого лингвистического явления производить и быть производным на уровне системы языка и/или дискурса» [Голубева 2021: 48]. Прецедентная ситуация (ПС) является интересным и наименее «востребованным» исследовательским объектом, поскольку изучение подобных единиц порождает ряд трудностей, основной из которых мы считаем проблему ее верификации в качестве прецедентной. Возможно, это связано с тем, что в случае с ПС в научном сообществе еще не сложился некий консенсус относительно процедуры / схемы ее доказательного описания (анализа) как ПФ. Между тем, основные характеристики ПС, предлагаемые различными исследователями (см. Таблицу 1), могли бы послужить основой для анализа ПС, особенно если речь идет о ситуациях, которые складываются как прецедентные в современном медиадискурсе.

Признаки / характеристики ПС, предлагаемые исследователями

Автор	Основные признаки
В.В. Красных, Д.Б. Гудков, Д.В. Багаева, И.В. Захаренко	- определенная «эталонная», или «идеальная», ситуация (является неким образцом для всех последующих); - обладает набором признаков, известных лингвокультурному обществу; - выражается через ПИ или ПВ [Красных и др. 1997]
Д.Б. Гудков	реальная единичная ситуация, которая - обладает семантикой (представление о каком-то действии); - дает представление об участниках действия; - имеет основные коннотации (то, что ассоциируется с данной ПС); - предполагает оценку; - является знаком для социализированных представителей общества [Гудков 2000].
Н.А. Голубева	- ПС выступают в качестве «фоновых знаний», которыми должен обладать слушающий/читающий; - именно фоновые знания создают определенные образы для того, чтобы актуализировать эту ситуацию [Голубева 2008].
П.С. Артемьева	ПС может являться определенным сюжетом; ПС выполняет функцию напоминания, актуализируясь через упоминание в сознании слушающего / читающего [Артемьева 2016].

Таким образом, назвав основные признаки / характеристики ПС, считаем возможным, обобщив их, представить на схеме, которая может служить опорой для описания /анализа прецедентной ситуации.

Схема 1



Для проведения анализа ПС, основанного на применении данной схемы, воспользуемся ситуацией, именуемой в медиадискурсе как «Петров и Боширов». Большинство ПС, которые рассматривались исследователями, являются, что называется, «историческими», уже доказавшими свою прецедентность, в то время как ситуация «Петров и Боширов» возникла практически на наших глазах и ее анализ с применением предлагаемой схемы анализа мог бы перевести ее из разряда

гипотетической ПС в реальную. Феномен «Петрова и Боширова» описан в Вики, и мы имеем тот редкий случай, когда обращение к такому источнику вполне возможно, см.: А.Е. Мишкин и А.В. Чепига (по документам прикрытия – А.Е. Петров и Р.Т. Боширов) – офицеры российской военной разведки (по данным властей США, Великобритании и Евросоюза), которые в марте 2018 г. участвовали в отравлении бывшего агента ГРУ Сергея Скрипаля и его дочери, осуществленного с использованием боевого отравляющего вещества «Новичок».

Информация о расследовании и выводах, сделанных британской полицией, прессой и политиками, была противоречивой и малодоказательной, при этом она сопровождалась выражением *highly likely* (*хайли-лайкли*), вошедшем в русский язык на правах иноязычного вкрапления. Ситуация широко обсуждалась практически во всех СМИ и социальных сетях, а появившееся интервью главного редактора RT Маргариты Симоньян с данными лицами окончательно превратило его главных героев – Петрова и Боширова – в своеобразный мем.

Наблюдения за функционированием единицы «Петров и Боширов» показали, что она часто используется в СМИ, когда речь идет о каких-либо событиях, якобы имеющих «русский шпионский след». Кроме того, в данном шпионском скандале упоминаются такие атрибуты гипотетической ПС, как отравляющий газ «Новичок», кот Скрипалей (он либо героически сбежал, либо героически погиб от «Новичка») и шпили Солсберийского собора (которыми приехали полюбоваться подозреваемые): «... Однако **новичок**, как известно, добирается до всех и везде, где есть **шпили**, даже до **кота Скрипалей**. *Хайли-лайкли не даст соврать* («Запад не оставляет Украине выбора», 24 мая 2023 г.).

Как пишет С. А. Новиков, обсуждая идеи Д. Б. Гудкова, «когнитивная база включает в себя не конкретные представления о ПФ, которые отражали бы весь спектр характеристик прецедента, а инварианты существующих и возможных представлений», или, по В. В. Красных, «для включения в когнитивную базу ПФ должны получить инвариант восприятия («национально детерминированные минимизированные представления» [Гудков 1998: 84]). Когнитивную базу образуют именно инварианты, при этом индивидуальное когнитивное пространство должно включать в себя как инвариант, хранящийся в когнитивной базе, так и собственное представление человека, которые могут заметно отличаться друг от друга [Там же: 83]. Для нас очень важны слова В.В. Красных о том, что «комплекс когнитивных структур, стоящий за ПФ, представлен лингвистическими (знание словесной формы) и феноменологическими (знание какого-либо явления или ситуации) структурами. Соответственно, ПИ и ПВ присущи оба типа структур, для ПС и ПТ характерны феноменологические структуры» [Новиков 2013: 127].

Анализ контекстов с «Петровым и Бошировым» позволяет говорить о наличии 3-х инвариантов: а) «русские (агенты / шпионы), которые «виноваты» в различных (во всех) чрезвычайных происшествиях за рубежом / в недружественных странах (взрыв, падение самолетов и т.п.); б) «люди, которые выполняют любое задание (Родины)»; в) «люди, которые на все способны». Реализация того или иного инварианта при упоминании данной ПС зависит от того, какие именно компоненты этой ПС актуализированы автором высказывания с использованием единицы «Петров и Боширов».

- *Петров и Боширов работают без отдыха. (Aftershock // Грузовой поезд с опасными веществами сошел с рельсов в США); Петров с Бошировым в командировке: (Aftershock // Взорван очередной завод по производству СПГ в США);*

- «Несколько барж, на одной из которых было 1400 тонн метанола, затонули на реке Огайо недалеко от Луисвилла. **Петров и Боширов**: Мы с удочками там сидели, не надо на нас ТАК смотреть!» (Aftershock // Анализ гуманитария – Переключка стран, апрель 2023); - Странно, что Россию и лично Путина никто еще не обвинил в случившемся. ...агенты **Петров и Боширов** украли чипы из сигнального оборудования для использования в ракетах. (Aftershock // Скорбь и ярость).

Считаем, что в ПС актуализируется инвариант а) «русские (агенты), которые виноваты в чрезвычайных происшествиях (взрыв, падение самолетов и т.п.)». Авторы, описывая происшествия в США, упоминают при этом именно *Петрова и Боширова* (как русских агентов). Иначе говоря, единица «*Петров и Боширов*» служит напоминанием о том, кто это мог сделать – конечно же, русские (агенты).

- *К сожалению, только России невыгодно, если что-то с Байденом случится в Киеве. Надеюсь, **Петров и Боширов** немного приглядят за Байденом, чтоб он благополучно пересек обратно границу в целости и сохранности*. (Aftershock // ПерфоСкрипач не нужен, дядя Вова? Нужен!!!); - «*На территории Польши могут взорваться около 500 вагонов со сжиженным газом*». **Петров и Боширов** бредутся и собирают тревожные рюкзачки. Пора (Aftershock // Около 500 вагонов сжиженного газа могут взорваться в Польше).

В данных контекстах актуализируется инвариант б) «люди, которые точно выполнят любое задание (Родины)». Комментаторы не сомневаются, если *приглядеть* за Байденом поручено «*Петрову и Боширову*», то они справятся.

- *Кто виноват? Трамп, естественно. Нанял **Петрова с Бошировым**. Петров Нэнси искал, а Боширов мужа молотком пытал*. (Aftershock // Атакован муж Нэнси Пелози).

Это пример инварианта в) «люди, которые на все способны». Основываясь в целом на смысле заметки и комментария, считаем, что исполнители предстают в роли головорезов, почти мафиози, которые работают за деньги на кого угодно, но с гарантией (*Трамп нанял*, поскольку был уверен в исполнении).

Определив возможные инварианты ситуации «*Петров и Боширов*», перейдем к ее признакам / характеристикам (см. схему 1):

1) это точно реальная ситуация / событие / сюжет («дело Скрипалей»), о которой знают авторы высказываний и используют, упоминая «*Петрова и Боширова*». Сравнение двух ситуаций оправдано тем, что реальная ситуация «обвинение именно русских во всех бедах» (как это было с реальными Петровым и Бошировым) может служить своего рода образцом для подобных случаев, где обвиняют русских, не приводя серьезных доказательств;

2) описываемая потенциальная ПС обладает лингвокультурной ценностью – эта ситуация в свое время долго и широко освещалась в мировых СМИ и в отношении русских были предприняты недружественные действия (к примеру, высылка дипломатов и др.). Кто-то называет эту ситуацию полной глупостью и попыткой обвинить русский народ во всех бедах, используя старую «добрую» русофобию. Ситуация не просто известна, она активно используется в качестве прецедентной на медиаплощадках, где обсуждают мировую политику;

3) ПС обладает когнитивной ценностью, «встраиваясь» в картину мира как еще одно доказательство многовекового противостояния «Россия – Запад»: русским приписываются самые злодейские умыслы, при этом сами русские воспринимают подобное отношение как несправедливое и глупо-бездоказательное;

4) ПС, несомненно, имеет аксиологическую ценность: использование ПС «Петров и Боширов» сопровождается ироническим подтекстом либо напрямую выражает иронию / насмешку над западным политикомом.

Способы реализации: чаще всего потенциальная ПС выражается через двойное прецедентное имя «Петров и Боширов». Атрибуты данной ПС – «Новичок», «кот Скрипалей» и «шпили» – также выступают в качестве ее выражения, ср.: «Петров с Бошировым давно на экскурсию к шпилям не ездили», но, как правило, для актуализации ПС используются непрецедентные атрибуты «второго ряда» (*агенты, Россия, Путин, взрывы, подрывы* и проч.).

Предложенная схема анализа гипотетической ПС на базе основных признаков / характеристик может быть использована в качестве основы для разработки авторских процедур анализа ПС. Проведенное исследование позволяет считать единицу «Петров и Боширов» социумно-прецедентной (активна в политическом медиадискурсе), обладающей к настоящему времени всеми признаками ПС.

Литература

Артемяева П.С. Прецедентные феномены как выразительное средство: диалог культур в художественном тексте: дис. ... канд. пед. наук. Саратов, 2016.

Голубева Н.А. От софизма к реализму в гуманитарно-научном дискурсе (на примере категории прецедентности) // Эволюция и трансформация дискурсов: Сборник научных статей / отв. ред. С.И. Дубинин, В.Д. Шевченко. Вып. 6. Самара: Центр периодических изданий, 2021. С. 44-53.

Гудков Д.Б. Прецедентная ситуация и способы ее актуализации // Язык, сознание, коммуникация. М.: «Диалог-МГУ», 2000. С. 40-46.

Гудков Д.Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского (результаты эксперимента) // Язык, сознание, коммуникация. М.: «Диалог-МГУ», 1998. С. 82-93.

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 государственного университета. 1997. № 3. С. 65-85.

Новиков С.А. Явление прецедентности в языке и современная когнитивная теория // Альманах современной науки и образования. № 10 (77). 2013. С. 124-127.

G.M. Mandrikova (Novosibirsk, Russia)
Novosibirsk State Technical University

MEDIA LIFE OF “PETROV AND BOSHIROV” AS A PRECEDENT SITUATION (BY THE MATERIAL OF INTERNET COMMENTS)

Precedent situation (PS), being one of the precedent phenomena, in contrast to the precedent name and precedent text, is still in the stage of its theoretical understanding. One of the important tasks of studying PS is the problem of its “verification” as a precedent. The article proposes a scheme for analyzing the hypothetical PS “Petrov and Boshirov”, which is actively functioning in the media discourse.

Key words: case theory, case phenomenon, case situation, case situation analysis scheme.

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО И МЕДИЙНОГО ДИСКУРСОВ АКТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

В статье исследуются некоторые отличительные черты дискурсов активного воздействия, в частности, языковая реализация когнитивных механизмов и коммуникативных приемов, которые способствуют выполнению основных функций дискурса. Особое внимание уделяется анализу двухэтапной модели языковой манипуляции применительно к художественному и медиа дискурсам.

Ключевые слова: дискурс активного воздействия, художественный дискурс, медиадискурс, адресат, неоднозначность, языковая манипуляция.

Целью любого типа дискурса является установление контакта и вовлечение реципиента во взаимодействие. Как отмечает О.В. Соколова, активное взаимодействие коммуникантов подразумевает, с одной стороны, оказание максимального прагматического воздействия на получателя и, с другой стороны, активное, или креативное, восприятие реципиентом сообщения. Основным дискурсом активного воздействия принято считать медийный дискурс, который функционирует в сфере СМИ, а именно такие его коммуникативные типы, как рекламный и PR дискурсы, чьей целью является информированное воздействие на реципиента. Подобная интеракция возникает и между автором и читателем иноязычного художественного текста, что позволяет также считать художественный дискурс дискурсом активного воздействия, которое подразумевает «дестабилизацию и деавтоматизацию восприятия адресата» [Соколова 2015: 11].

Целью медиа- и художественного дискурсов является стремление оказать влияние на адресата, но целью медиадискурса, помимо информирования, является продвижение товара (рекламный дискурс) и формирование общественного мнения (PR-дискурс). Художественный же дискурс имеет целью эстетическое воздействие на читателя.

Несмотря на то что художественный и медиа дискурсы являются противоположными типами, у них имеются общие черты, которые и позволяют считать их дискурсами активного воздействия. Так, основной общей чертой этих дискурсов будет активизация взаимодействия, которая достигается с помощью отклонения от языковой нормы и употребления «неконвенциональных языковых средств, инициирующих стремление самостоятельного восполнения адресатом смысловой целостности» [Соколова 2015: 10].

Стадиальная и временная отдаленность коммуникантов является дополнительной характеристикой, присущей этим дискурсам. Невозможность оказать непосредственное воздействие на адресата вынуждает автора сообщения рассчитывать на языковые средства, которые помогают апеллировать к реципиенту и манипулировать процессом интерпретации.

Взаимодействие автора и читателя в художественном дискурсе зачастую осложняется наличием коммуникативных помех, что включает в себя разность тезаурусов, фоновых знаний коммуникантов, а также временную и лингвокультурную дистанцию между адресатом и адресантом. Подобный коммуникативный шум в медийном дискурсе преодолевается за счет использования манипулятивных языковых средств, которые направлены на «разрушение алгоритмизированных моделей

интерпретации сообщения адресатом и инициацию когнитивной эвристической активности» [Соколова 2015: 10]. Коммуникативные помехи, возникающие в процессе взаимодействия в художественном дискурсе, могут быть устранены за счет обращения к лингвистическому гипертексту, под которым мы понимаем нелинейно организованный объем политематической информации толковательного плана, вынесенный за рамки основного содержания текста в виде блоков, которые могут быть связаны между собой при помощи ссылок. Такая неотъемлемая черта художественного текста, как неоднозначность является результатом авторского словоупотребления, намеренного усложнения синтаксической организации текста и активизации полисемии. Обращение читателя к лингвистическому гипертексту позволяет нейтрализовать контекстуально активизированные дополнительные значения и восстановить однозначность сообщения, что приводит к адекватному пониманию. Таким образом, художественный дискурс включает не только интеракцию автора и читателя, но и обращение к комментарию как этап коммуникативного взаимодействия между участниками.

В следующем примере значение использования цветных карточек на приеме может быть не вполне понятно читателю, принадлежащему к другой лингвокультуре. Обращение к пояснению снимает неоднозначность и направляет интерпретацию в нужное русло: *Blue cards...red cards – some guests do not speak English. The people taking part are given blue cards, and guests are given red cards, to simplify instructions and arrangements for sitting, etc.* [Хьюитт 2015: 38].

Таким образом, читателю необходимо восстановить ситуативную модель, которую предлагает автор, а автор, в свою очередь, стремится оказать влияние на сознание читателя. В данном случае можно говорить о таком приеме речевого воздействия как языковая манипуляция, которая характерна как для медиа, так и для художественного дискурса. О.В. Соколова предлагает рассматривать языковую манипуляцию, присущую дискурсам активного воздействия, как двухэтапный процесс. Применимо к медийному дискурсу, первый этап этого процесса включает деавтоматизацию восприятия, что выражается в использовании языковых средств отклонения от нормы и полисемичных единиц. Что касается второго этапа, то основной целью является удержание внимания реципиента и нейтрализация многозначности, что позволяет сделать содержание максимально доступным и сформировать определенный стереотип (покупать определенный продукт, голосовать за конкретного кандидата, вести определенный образ жизни и т.п.).

Так, рекламный слоган концерна Mercedes-Benz претерпел изменения, теперь узнаваемая трехконечная звезда – символ этого бренда на рекламных носителях – располагается всегда сверху, над изображением продукта или его описанием. Такое изменение сопровождается слоганом *The star always shines from above*. Лексическая единица *star* обладает развитой многозначностью. Помимо основного значения (*a very large ball of burning gas that is usually seen from the earth*), эта лексическая единица имеет дополнительные коннотативные смыслы - *best or most important, a measurement of quality, a very famous, successful and important person, a symbol of rank and position* [Cambridge Advanced Learner's Dictionary]. Таким образом, реципиент должен самостоятельно достроить образ, при этом у него формируется установка, что данный концерн – самый лучший, премиум класса, вне конкуренции.

В следующем рекламном слогане мы можем проследить как разворачивается языковая манипуляция: *There are some things money can't buy, for everything else there's Mastercard* [URL: [https://advertisingrow.com/advertising-magazine/what-is-the-](https://advertisingrow.com/advertising-magazine/what-is-the)

mastercard-slogan/]. В первой части выражения реципиенту предлагается поразмышлять над фразой о смысле денег, о бесценных вещах, которые не купить за деньги. Причем составлена фраза таким образом, что под местоимением *some* может скрываться абсолютно любая вещь или понятие. Во второй же части высказывания смысл восстанавливается и сообщение становится максимально доступным: все, что продается, можно купить с помощью кредитной карты. Читателю подсказывают нужное продолжение фразы и, таким образом, в сознании реципиента формируется определенный образ, который предполагает превосходство рекламируемого продукта.

Двухэтапная модель языковой манипуляции может быть применена к художественному дискурсу следующим образом. На первом этапе автор художественного текста использует языковые средства, повышающие полисемию, многозначность лексических единиц, а также отклонения от языковой нормы, что требует от реципиента интенсификации когнитивных усилий для декодирования смысла и, таким образом, вовлекает его в интеракцию. Поскольку автор представляет возможного читателя лишь гипотетически, то ожидания автора и его нацеленность на адресата могут не соответствовать реальной читательской аудитории. Соответственно, на втором этапе посредством лингвистического гипертекста комментатор выполняет функцию таргетирования, т.е. нивелирует возможные коммуникативные сбои, которые могут возникнуть у определенной читательской аудитории. Такая адресованность является неотъемлемым условием выполнения лингвистическим гипертекстом своей основной функции – сближения когнитивных пространств автора и читателя для успешной коммуникации. На этом этапе сообщение становится максимально доступным, т.е. происходит автоматизация восприятия.

Следует отметить, что языковые манипуляции, встречающиеся в художественном тексте, могут быть нивелированы или, наоборот, усилены посредством интерпретации, представленной в лингвистическом гипертексте. В следующем примере автор формирует определенные стереотипы относительно национальных черт шотландцев: *Posh Scots hate each other and marry each other / Ordinary Scots are terrible complainers*. Однако комментатор вносит ясность и призывает читателей к объективности: *these are sweeping, foolish generalizations* [Хьюитт 2014: 25]. Поскольку комментатор как языковая личность накладывает свой отпечаток на содержание и характер представления информации в лингвистическом гипертексте, то он должен обладать высоким уровнем эпистемической ответственности, а его задачей должно быть актуальное отображение объективных закономерностей и явлений реального мира и сокращение дистанции между когнитивными горизонтами адресанта и адресата.

Итак, общими чертами, характерными для медиа- и художественного дискурсов, являются стадильная отдаленность адресата и адресанта, наличие коммуникативных помех и стремление отправителя оказать воздействие на реципиента для инициации познавательной активности и формирования определенных стереотипов. Анализ релевантных признаков художественного и некоторых типов медиадискурса позволяет объединить их в группу дискурсов активного воздействия, которые имеют схожие языковые особенности и когнитивные механизмы взаимодействия с реципиентом.

Литература

Пьеса Дэвида Хэера «Проверяя эхо»: комментарии с аннотациями / науч. ред. К. Хьюитт; под общ. ред. Б. Проскурнина. Пермь: Изд-во Перм. гос. нац. иссл. ун-т, 2015.

Роман Магнуса Макинтайра «Круговерть»: комментарии / науч. ред. К. Хьюитт; под общ. ред. Б. Проскурнина. Пермь: Изд-во Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2014.

Соколова О.В. Дискурсы активного воздействия: теория и типология: автореферат дис. ... доктора филологических наук. М., 2015.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge: University Press, 2008.

What is the MasterCard slogan? // Home of Advertising Professionals, Advertising news, Infographics, Job offers. URL: <https://advertisingrow.com/advertising-magazine/what-is-the-mastercard-slogan/> (дата обращения: 30.08.2023).

M.V. Mineeva (Orenburg, Russia)
Orenburg State University

LINGUOPRAGMATIC PECULARITIES OF LITERARY AND MEDIA DISCOURSES OF ACTIVE EFFECT

The article discusses some distinctive features of the discourses of active effect, in particular the implementation of cognitive mechanisms and communicative tactics for the realization of the discourse functions. Special attention is given to the analysis of the two-step model of linguistic manipulation applied to literary and media discourses.

Key words: discourse of active effect, literary discourse, media discourse, addressee, ambiguity, linguistic manipulation.

Юань Минцин (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
1257736939@qq.com

МУЛЬТИМОДАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ В КИТАЙСКИХ И РОССИЙСКИХ ВЕБ-ПОРТАЛАХ

На материале китайских и российских новостных статей устанавливаются системно-функциональные характеристики информации, транслируемой текстом и изображением, в трех структурных блоках веб-порталов. Определяются различия в реализации понятийной, межличностной и композиционной функций информации в блоках десяти ведущих веб-порталов.

Ключевые слова: новостной веб-портал, системно-функциональные характеристики информации, языковая модальность, визуальная модальность.

Одной из актуальных проблем исследования мультимодального дискурса является поиск общих оснований для анализа информации, передаваемой разными модальностями, а также изучение возможностей вариативности этой информации [Киосе 2021]. Для решения данной проблемы применительно к новостному веб-дискурсу может быть использован системно-функциональный анализ как один из методов мультимодального критического дискурс-анализа [van Leeuwen 2005], который выявляет характеристики информации, описываемые тремя ее функциями, понятийной, межличностной и композиционной [Halliday 1985]. Реализация перечисленных функций может быть прослежена в разных модальностях новостного веб-дискурса, в разных структурных компонентах веб-портала, в разных веб-культурах.

Целью работы является установление активности и распределения системно-функциональных характеристик новостной информации, определяемых, во-первых, типом модальности, транслирующей эту информацию, языковой или визуальной, во-вторых, структурой веб-портала (расположением новости в разных блоках портала), в-третьих, языковой культурой веб-портала, китайской или русскоязычной. Исследовательский корпус включает 5 китайских официальных новостных веб-сайтов (gmw.cn, People's Daily Online, Xinhuanet.cn, China.com.cn, Chinanews.com.cn) и 5 российских аналогичных новостных веб-сайтов (АиФ, Ведомости, Известия, Коммерсант, Российская газета). Объект исследования – новостная статья с изображениями, имеющая структуру: заголовок + (лид) +изображение+ (текст на изображении) + гиперссылка (компоненты в скобках не всегда обязательны). С опорой на исследования веб-портала, описывающие его структуру как иерархическую, кластерную [Baldry, Thibault 2006] и слоистую [Bateman 2008], мы установили, что типичный новостной веб-портал включает три структурных блока: верхний, средний и нижний. Верхний блок в основном выполняет навигационную функцию, нижний блок представляет контактную и дополнительную информацию. Средний блок, содержащий главную новостную информацию, разделен на основную и дополнительную колонки.

Для исследования влияния трех факторов, типа модальности, структурного блока и языковой культуры как потенциально определяющих варьирование информации, из 10 сайтов были выбраны и подвергнуты анализу все новостные статьи из 20 выпусков за одни даты 2022 г. Общее количество проанализированных статей в них составило 296 китайских и 328 российских. При установлении типов системно-функциональных характеристик информации мы опирались на теорию трех (мета)функций М. Халлидея. Так, понятийная функция может быть описана 1) масштабом новостной информации и 2) типами сфер знания. По масштабу информации были установлены новости о своей стране, о чужой стране, о своей и чужой стране, а также новости, в которых информация о стране отсутствовала. Маркерами масштаба информации служат названия стран (*период династии СССР*), регионов (*жители ЛНР и ДНР*), имена известных людей (*китайский Гагарин*), наименования политических органов, традиционных блюд, праздников и иных слов с культурной семантикой (например, «*惊蛰*» как «пробуждение насекомых» – один из 24 китайских традиционных солярных терминов). В визуальной модальности это изображения официальной символики (флаги, гербы), фотографии представителей стран и регионов, национально-культурных реалий (сооружения, предметы одежды). Согласно классификации сфер знаний самих создателей сайтов, выявляются 24 типа сфер, в том числе законодательство и судебная власть, политика, партийные дела, экономика, производство, строительство, спорт и соревнования, оборона и армия и т.д. Основным языковым маркером сфер знания в рассмотренных статьях являются лексические единицы нетерминологического характера, представляющие данные сферы (например, *самолет, поезд, корабль* как маркеры сферы транспорта). Маркерами в визуальной модальности служат изображения реалий, соотносящихся с данными сферами, а также людей, участвующих в событиях, связанных с функционированием данных сфер. Межличностная метафункция описывается через 1) типы адресации и 2) способы передачи информации. По типу адресации новости подразделяются на массовые и специализированные (о чем свидетельствует использование терминов и наименований реалий профессиональных сфер, например, «*雪游龙*» (*снежный плавающий дракон*) для обозначения Национального центра

снегоходов и санного спорта); по типу передачи информации – на интерактивные и неинтерактивные. Об интерактивном характере информации свидетельствует использование побудительных и вопросительных предложений (*Вперед! Что делать?*), обращений (в т.ч. не прямых), риторических вопросов, слов с эмоциональной семантикой (*вызовет бум шоппинга, все заполнили*). Интерактивность в визуальной модальности представлена возможностями «приближения» изображения (zoom-in), использованием иконки «проиграть видео». Описание композиционной функции учитывает взаимодействие понятийной и межличностной функций информации в языковой и визуальной модальностях. В таблице 1 приведем полученные данные, демонстрирующие распределение активности перечисленных типов информации в статьях порталов с учетом 1) типа модальности, 2) блока веб-портала, 3) языковой культуры.

Таблица 1

Активность системно-функциональных характеристик новостной информации

			в верхнем блоке		в среднем блоке				в нижнем блоке	
					основная колонка		дополнительная колонка			
			китайские 23	российские 4	китайские 253	российские 317	китайские 27	российские 15	китайские 16	
Языковая модальность	масштаб	о своей стране	20 (86.9%)	3 (75%)	171 (67.5%)	165 (49.2%)	18 (66.6%)	6 (40%)	10 (62.5%)	
		о чужой стране	0	0	20 (7.9%)	34 (10.7%)	0	4 (26.6%)	4 (25%)	
		о своей и чужой стране	2 (8.6%)	0	0	65 (20.5%)	2 (7.4%)	2 (13.3%)	0	
		отсутствует указание	1 (4.3%)	1 (25%)	62 (24.5%)	62 (19.5%)	7 (25.9%)	3 (20%)	2 (12.5%)	
	характер адресации	массовая	20 (86.9%)	2 (50%)	148 (58.4%)	179 (56.4%)	20 (74%)	5 (33.3%)	12 (75%)	
		специализированная	3 (13%)	2 (50%)	105 (41.5%)	138 (43.5%)	7 (25.9%)	10 (66.6%)	4 (25%)	
		неинтерактивный	14 (60.8%)	3 (75%)	171 (67.5%)	205 (64.6%)	12 (44.4%)	8 (53.3%)	12 (75%)	
		интерактивный	9 (39.1%)	1 (25%)	82 (32.4%)	112 (35.3%)	15 (55.5%)	7 (46.6%)	4 (25%)	
	Визуальная модальность	масштаб	о своей стране	12 (52.1%)	0	60 (23.7%)	51 (16%)	10 (37%)	2 (13.3%)	5 (31.2%)
			о чужой стране	0	0	7 (2.7%)	23 (7.2%)	0	1 (6.6%)	2 (12.5%)
о своей и чужой стране			2 (8.6%)	0	0	9 (2.8%)	1 (3.7%)	1 (6.6%)	0	
отсутствует указание			9 (39.1%)	4 (100%)	186 (73.5%)	234 (75.3%)	16 (59.2%)	11 (73.3%)	9 (56.2%)	
характер адресации		массовая	15 (65.2%)	1 (68.5%)	178 (70.3%)	214 (73.8%)	17 (62.9%)	6 (40%)	12 (75%)	
		специализированная	8 (34.7%)	3 (31.4%)	75 (29.6%)	103 (32.4%)	10 (37%)	9 (60%)	4 (25%)	
		неинтерактивный	18 (78.2%)	4 (100%)	133 (52.5%)	312 (98.4%)	0	15 (100%)	15 (93.7%)	
		интерактивный	5 (21.7%)	0	120 (47.4%)	5 (1.5%)	27 (100%)	0	1 (6.2%)	

Как видно из таблицы, количество новостей в верхнем блоке невелико в обеих культурах; но в этом блоке доминируют новости о своей стране. Однако количество обнаруженных в верхнем блоке китайских статей в 6 раз выше, чем в российских; таким образом, китайские порталы используют пространство над навигационной информацией для публикации важных тематических материалов (например, о съездах в Пекине в исследуемом материале). Дополнительно отметим, что в китайских порталах новости верхнего блока относятся не только к сфере политики, но и к сферам культуры и спорта. В среднем блоке новости о своей стране преобладают в китайских порталах; при этом информация о своей и чужой стране распределена одинаково в основной и дополнительной колонках в китайских порталах, а в российских порталах информация о чужой стране на 16% чаще появляется в дополнительной колонке, также доля специализированной информации в этой колонке выше. Доля интерактивной информации выше в дополнительной колонке в обеих культурах; доля интерактивных изображений при этом выше в китайских порталах. Вопреки ожиданиям использование средств визуальной модальности дает слабое представление о масштабе информации как в китайских, так и в русскоязычных порталах; но в целом доля изображений, представляющих информацию о своей стране, выше в китайских изданиях. Также различается и состав сфер знания, однако это может быть связано с актуальными темами выпусков. В русскоязычных порталах присутствует больше специализированных новостей, представляющих преимущественно сферы законодательства и судебной власти; при этом такая информация появляется и в основной, и в дополнительной колонках. В основной колонке среднего блока основными типами сфер знаний как в китайских, так и в российских порталах являются политика и повседневная жизнь, однако в китайских порталах больше внимания уделяется спорту и соревнованиям, природе и экологии, производству, а в России – военным и экономическим темам. В дополнительной колонке китайские порталы уделяют основное внимание личности и людям, политике, спорту и соревнованиям, в то время как российские используют эту зону для освещения мнений, информации СМИ и развлечений, а также событий повседневной жизни. В отношении нижнего блока, укажем, что только на портале сайта Chinanews.com.cn, помимо информации о контактах, документах и сайтах-партнерах присутствуют новостные статьи; они не дублируют информацию верхнего и среднего блоков, отличаются сниженной интерактивностью и охватывают разные сферы знания (законодательство и судебная власть, наука и технология, культура и личность).

В результате установлено, что системно-функциональные характеристики новостных статей веб-порталов демонстрируют отличия, определяемые типом модальности, структурным блоком веб-портала, а также языковой культурой, китайской и российской. При этом отличия проявляются в реализации всех трех функций информации – понятийной, межличностной и композиционной.

Литература

- Kuoce M.I.* Полиmodalность как технология исследования // Полиmodalные измерения дискурса. М.: ЯСК, 2021. С. 33-62.
- Bateman J.A.* Multimodality and Genre: A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents. NY: Palgrave, 2008.
- Baldry A., Thibault P.J.* Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimedia Toolkit and Coursebook. London: Equinox, 2006.
- Halliday M.A.K.* An Introduction to Functional Grammar. London: Arnold, 1985.
- Leeuwen T. van* Introducing Social Semiotics. London: Routledge, 2005.

MULTIMODAL ORGANIZATION OF INFORMATION IN CHINESE AND RUSSIAN WEB-PORTALS

The article explores Chinese and Russian news articles to identify system-functional characteristics of information transferred via text and image, in three structural web-portal blocks. It also determines the variance in notional, interpersonal and compositional news information functions in ten top web-portals.

Key words: news web-portal, system-functional information characteristics, linguistic modality, visual modality.

*Т.Ю. Мухаметдинова (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
1142230550@rudn.ru*

КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ПОЛИТЕЙНМЕНТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ОНОМАСТИКОНА)

В статье рассмотрены примеры ономастической языковой игры из современных сатирических новостных комментариев на русском и немецком языках. Выдвинута гипотеза об использовании игровой тональности в СМИ для передачи политического содержания с целью активизации восприятия.

Ключевые слова: ономастическая языковая игра, политейнмент.

Заметным явлением массмедиального дискурса признано увеличение доли комедийных и сатирических форм презентации политической тематики [Becker 2020; Jennings, Bramlett, Warner 2019; Nitsch, Lichtenstein 2019]. Принадлежность рассматриваемого континуума текстов к сфере политической коммуникации определяется политическими тематикой и целями общения с массовым зрителем. Политейнмент относится к медиадискурсу, поскольку объективируется в текстах, доступных открытому множеству получателей через каналы массовой коммуникации [МЛ 2018: 55], включая публичные каналы социальных сетей. Условность, а не абсолютность высказывания, осознаваемая обеими сторонами коммуникации, придает этому жанру игровую коммуникативную тональность. Тональность представляет собой психолингвистическую категорию, поскольку она отражает аспект восприятия высказывания на основе норм в культуре языка и в социальной группе, индивидуального языкового, психологического и познавательного опыта [Карасик 2008: 22-25].

Одним из средств создания игровой тональности, наряду с гротескной стилистической полифонией, диалогизацией и интердискурсивной апелляцией к прецедентным феноменам, выступает непрягая номинация в форме языковой игры. Согласно Т.А. Гридиной, языковая игра (ЯИ) представляет собой разнообразные способы «трансформации и контекстуальной / референтной актуализации» на основе «ассоциативного потенциала» слова (текста), включая широкий «социокультурный шлейф» [Гридина 2011: 219].

Сходные и специфичные черты использования приема ономастической языковой игры в политейнменте на немецком и русском языках иллюстрируют примеры,

почерпнутые из новостных комментариев комической тональности. С точки зрения способа трансформации в языковой игре можно выделить а) трансформацию имени на основе лингвистического сходства; б) производные от имени; в) перифраз имени.

Drostromdamus: профессор Кристиан Дростен, вирусолог, популяризатор знания о вирусологии и методах защиты населения во время пандемии. Созвучие с прецедентным именем *Nostromadamus* подразумевает пессимистичные предсказания вирусолога о грядущих волнах пандемии.

Armingedon: имя кандидата от партии ХДС Армина Лашета путем игровой деривации связано с мифологическим наименованием вселенской катастрофы Армагеддоном, что подчеркивает неудачу политика на выборах 2021 г. Контаминация имен на основе созвучия реже встречается и на русском языке: *ded Бидон*, *Карнавальный*, *Хуженетович*.

Lock-Aschenko: ЯИ опирается на сходство звучания с глаголом *locken* – завлекать, создавая ложную этимологию имени. Немецкий сатирик обвиняет главу Белоруссии в привлечении нелегальных мигрантов в Белорусию для последующей отправки на территорию ЕС. На ложной этимологии базируется и контаминация имени в русскоязычном корпусе сатирических комментариев: *Зельцер*.

Для создания вторичных номинаций используется совпадение имени с историческими персонажами:

Friedrich zum III. ‘Фридрих в третий (раз)’: Мерц, который в третий раз претендовал на пост председателя партии ХДС, носит то же имя Фридрих, что и знаменитые в истории Германии монархи: король Фридрих II Прусский и император Фридрих III Прусский. Ср.: *Димон Грозные очи* – шутовское наименование повторяет прозвище тезки политика князя Тверского и Владимирского Дмитрия Михайловича (1298–1326).

Синтетический характер русского и немецкого языков потенциально дает возможность создавать вымышленные производные от имен политиков, что на практике активнее используется в немецком словотворчестве:

– *scholzen (ultraschwaches Verb)*: представлена вымышленная словарная статья ‘сверхслабый глагол означает нагромождать противоречивые сложные отговорки’. Сходно вымышленное наречие *unbescholt* – игровой неологизм, образованный от фамилии, подразумевает флегматичность канцлера;

– *södern*: глагол образован от фамилии премьер-министра Баварии Маркуса Зедера. В передаче звучит толкование значения: *sich nicht mehr in der Verantwortung sehen, keine Pflicht übernehmen wollen*. Основанием критики ‘безответственности’ послужили решения, принятые в федеральной земле о вакцинации и антиковидных ограничениях в период пандемии, отличные от общефедеральных;

– *hineinmerkeln* – *Scholz versucht mit minimalen Mitteln ins Kanzleramt hineinzumerkeln*, ‘Шольц старается с минимальными усилиями вмеркелиться в ведомство канцлера’. В сатирических текстах на русском языке мы встречаем немногочисленные дериваты от имен: *N-oid*, *N-ист*, *N-ец*, обозначающие последователей или сторонников политического деятеля, *мишустинг* – оптимизация процессов.

В комических комментариях новостей на русском языке ЯИ используется для наименования лиц и групп в форме перифразы, адресующей к прецедентным текстам: – *испуганные патриоты*; *темнейший*; *сами знаете кто*; *не желающие поступаться принципами*, *всепропальщики*, *охранота*. Другую группу составляют аббревиатуры *СРИ* (*самопровозглашенная русская интеллигенция*) и сложносокращенные слова,

образованные по модели, продуктивной в русском языке первой половины XX в., подобно: *детгиз, наркомпрос: высуки и подкозы (высшее руководство и берущие под козырек, т.е. безответственные исполнители)*. Примером ономастической ЯИ служит игровая русификация иностранных имен: *Дональд Фредович Трамп, Константин Устинович Байден* (подразумевается возрастные изменения и состояние здоровья), *Реджеп Таипович Эрдоган*. Наименования-перифразы в немецком политейинменте носят метафорический характер: *Putins gasbetriebene Marionette* ‘Путинская марионетка с газовым приводом’ – о Герхарде Шредере, который ранее входил в совет директоров Газпрома. О Меркель: *die rhetorische schwarze Witwe. Sie betäubt das Männchen, bevor sie es frisst*. ‘Черная вдова от риторики: она парализует самца, прежде чем сожрет’. *Der Gangsterbossporus* – словосложение *Gangsterboss* и *Bosporus* – ‘главарь гангстеров Босфор’. Перифраз имени того же политика в сатире на русском языке характеризуется схожей коннотацией и адресует к литературному персонажу: *Реджеп Таипович Бендер мастер сидеть на двенадцати стульях*.

Когнитивный механизм языковой игры в жанре обзора новостей комической игровой тональности имеет, по нашему мнению, два плана. С одной стороны, языковая игра воспринимается получателем как детерминанта игровой тональности – слушатель настраивается на неформальную сферу общения, психическое расслабление и удовольствие. С другой стороны, расшифровка получателем соположения явлений из разных сфер действительности, включая метаязыковые, обеспечивает когнитивный отклик, фокусировку внимания и запоминание.

Литература

- Гридина Т.А.* Этносоциокультурный контекст ономастической игры // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 219-223.
- Карасик В.И.* Коммуникативная тональность // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. 2008. № 4. С. 20-29.
- Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой; редколл.: В.В. Васильева, Ю.М. Коняева, А.А. Малышев, Т.Ю. Редькина. – М.: ФЛИНТА, 2018. – МЛ.
- Becker Amy B.* Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire // Annals of the International Communication Association, 2020. № 44 (3). P. 273-288. DOI: 10.1080/23808985.2020.1794925.
- Jennings J. Freddie, Bramlett Josh C., Warner Benjamin R.* Comedic Cognition: The Impact of Elaboration on Political Comedy Effects // Western Journal of Communication, 2019. № 83 (3). P. 365-382. DOI: 10.1080/10570314.2018.1541476.
- Nitsch C., Lichtenstein D.* Satirizing international crises. The depiction of the Ukraine, Greek debt, and migration crises in political satire. // Studies in Communication Sciences. 2019. № 19 (1). P. 85-103. DOI: 10.24434/j.scoms.2019.01.007.

T.Yu. Mukhametdinova (Moscow, Russia)
RUDN University

COGNITIVE MECHANISMS OF LANGUAGE GAME IN POLITAINMENT (BASED ON THE MATERIAL OF THE PRECEDENT ONOMASTICON)

The article considers examples of onomastic language game from modern political comedy news-shows in Russian and German. A hypothesis is derived about the use of game tonality in the media to convey political content to activate perception.

Key words: onomastic language game, politainment.

Е.А. Огнева (Белгород, Россия)

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ogneva@bsu.edu.ru*

Т.В. Климова (Елец, Россия)

*Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина
tanyusik-19@yandex.ru*

ИНФОРМАТИВНЫЙ КОД ЛИНГВОКОГНИТИВНЫХ СКРЕП В РОЖДЕСТВЕНСКОМ ОБРАЩЕНИИ 2020 ГОДА КОРОЛЕВЫ ЕЛИЗАВЕТЫ II

В статье рассматривается архитектура дискурсивной модели, в которой информативный код лингвокогнитивных скреп, состоящий из трех типов скреп, показывает превалирование его синхронизации с социокультурными процессами над тематическим ядром модели.

Ключевые слова: дискурсивная модель, информативный код, лингвокогнитивные скрепы, Рождественское обращение.

В современной дискурсологии актуальными взаимообусловленными вопросами видятся моделирование дискурса и выявление специфики функционирования его информативного кода. Термин «дискурс» был введен в активное научное употребление в 80-х гг. XX в. и долгое время использовался как синоним понятий «устно-речевая деятельность», «беседа», «разговор», «лекция». Проведенные Е.С. Кубряковой исследования позволили выявить в структуре дискурса такие обязательные составляющие, как: 1) использование языка в режиме реального времени; 2) включенность в определенный тип социальной активности человека; 3) конструирование в ходе дискурса особого мира (или его образа); 4) учет характеристик участников коммуникации и условий ее осуществления [Кубрякова 2004: 525].

Как известно, дискурс как «речь, погруженная в жизнь» [Лингвистический ... 1990], представляет собой «компонент социальной деятельности человека» [Кубрякова 2004: 527], которую можно смоделировать. Когнитивная модель дискурса как результат социальной деятельности человека может быть рассмотрена в качестве триадномодульного конструкта, в котором выявляются: 1) модуль, маркирующий коммуникантов как языковых личностей, 2) информативный модуль, 3) фоновый модуль, представляющий собой совокупность экстралингвистических факторов [Огнева 2023: 1988].

В статье уделено внимание одному из трех модулей, а именно информативному модулю дискурса как кодовому текстовому формату. Под кодированием текста понимается использование определенной системы знаков для построения и передачи какого-либо сообщения, устного или письменного. Ю.М. Лотман, рассуждая о соотношении языка и текста, акцентировал внимание на том факте, что «в само понятие текста включена осмысленность, текст по своей природе подразумевает определенную закодированность» [Лотман 2014]. Р. Якобсон, говоря о кодировании текста, разделял «правила грамматического синтеза (грамматику говорящего) и грамматику анализа (грамматику слушающего)» [Якобсон 1985: 308]. С. Холл в разработанной им модели кодирования / декодирования указывает, что смысловые сообщения конструируются из знаков, которые могут иметь явные (денотативные) и подразумеваемые (коннотативные) смыслы в зависимости от выбора, который делает

«кодировщик» [Hall 2007: 96] в процессе обработки текста для его последующего моделирования. Под моделированием текста понимается составление моделей текста или его отдельных фрагментов с целью исследования реальных речевых произведений.

Моделирование информативного кода триадномодульного формата дискурса может быть реализовано в аспекте интерпретации лингвокогнитивных скреп, которые в данной статье представлены в виде аттракторов рождественского обращения королевы Елизаветы II, озвученного в 2020 году. Тексты Рождественских обращений королевы Елизаветы II к нации представляют собой особый тип дискурса, соответствующий всем вышеперечисленным характеристикам, являются примером медиадискурса и «коммуникативным событием», имеющим свою цель и происходящим в определенном историческом контексте. Они интенциональны и адресатны к миллионам людей по всему миру. Следовательно, дискурс королевы Елизаветы II создает «общий контекст, описывающий лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т.п., определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который «строится» по ходу развертывания дискурса» [Демьянков 1982: 7]. Исследование текста рождественского обращения 2020 года как информативного модуля тематической дискурсивной модели королевы Елизаветы II выявило следующие типы лингвокогнитивных скреп: 1) темпоральные маркеры, 2) символичные маркеры, 3) лингвокультурные маркеры. Темпоральные маркеры как тип лингвокогнитивных скреп различны по семантике. Выявленные хрономы выстраивают темпоральный вектор от обыденности – хронема *every day* (каждый день) в прошлое – хронема *last month* (в прошлом месяце), затем обозначают возврат в настоящее время – хронема *this time of year* (в это время года) и сужают время до одного актуального для слушателей дня – хронема *today* (сегодня), тем самым, выстраивается темпоральная ось как лингвокогнитивная скрепа. На эту ось «нанизываются» лексические таймеры-религионы *the coming of Christmas* (наступление Рождества), *His birth today* (Его день рождения). Далее сопряжение хронем и лексических таймеров в одной фразе Рождественского обращения показывает формат функционирования темпоральных лингвокогнитивных скреп: *This year* (хронема), *we celebrated International Nurses Day* (лексический таймер) *on the 200th anniversary* (лексический таймер) *of the birth of Florence Nightingale* (лексический таймер).

Выявлено, что в рассматриваемом тексте обращения королевы Елизаветы II темпоральные скрепы сопряжены с символическими скрепами, что подчеркивает значимость показателей времени в обращении к поданным. Так, в словосочетании *moments of hope and unity* (моменты надежды и единства) сопряжение лингвокогнитивных скреп призвано подчеркнуть единство королевских поданных в надежде на лучшее будущее, однако лексема *moments* (моменты) маркирует временную фрагментарность единства, о котором идет речь. В выражении *even on the darkest nights, there is hope in the new dawn* (даже в темные ночи есть надежда на новый рассвет) поляризация хронем *nights* (ночь) и *the new dawn* (новый рассвет) показывает тот факт, что единство практически не существует, в то время как надежда на него остается, т.е. через сопряжение темпоральных маркеров и символических маркеров осуществлена социокультурная манипуляция сознанием поданных.

В трех символических маркерах выявлена лексема *light* (свет): метафора *light brings hope* (свет приносит надежду), религионим *for Christians, Jesus is the light of the world* (для христиан Иисус – это свет мира), метафора-религионим *the light of Christmas*

(свет Рождества). Сочетание трех символических маркеров с одним и тем же словом *light* (свет) способствует выстраиванию в краткой Рождественской речи символической матрицы, которая насыщена религиозными. Несмотря на тематически заданный конкур рождественского обращения, королева Елизавета II произносит четыре лингвокультурных маркера, обусловленных различными религиями: (1) *Passover* (Песах – иудейский праздник, в память об исходе из Египта), (2) *Easter* (Пасха), (3) *Eid* (Ид – исламский праздник, отмечаемый в честь окончания поста в месяц Рамадан), (4) *Vaisakhi* (Вайсакхи – праздник урожая и нового года для сикхов), что, с одной стороны, констатирует факт того, что среди подданных королевы есть представители различных религий, но, с другой стороны, нивелирует лингвокультурологическую составляющую уровня значимости Рождества для культуры британских подданных, что соответствует происходящим процессам в социуме Британского Содружества. Эта закономерность прослеживается и в том, что королевой Елизаветой II произносится фраза *fireworks lit up the sky around Windsor, as Hindus, Sikhs, and Jains celebrated Diwali* (фейерверки осветили небо вокруг Виндзора, когда индуисты, сикхи и джайны праздновали Дживали), в которой подчеркивается значимость света от чуждого христианству праздника для Виндзора, т.е. для правящей династии Виндзоров. Тем самым, наряду со светом, принесенным в мир Рождеством Христовым, празднованию которого посвящено обращение королевы, оно подчеркивается значимость и света от других религий, что нивелирует значимость Света Христова и это становится культурной лингвокогнитивной скрепой Рождественского обращения.

Таким образом, построение модели информативного кода лингвокогнитивных скреп рождественского обращения королевы Елизаветы II в 2020 г. к поданным показывает наличие трех типов скреп: 1) темпоральных маркеров, 2) символических маркеров, 3) лингвокультурных маркеров, синхронизация которых в рамках дискурсивного формата отражает социокогнитивную ситуацию в странах Британского Содружества.

Литература

Болдырев Н.Н., Дубровская О.Г. Социокультурный контекст интерпретации мира и формирования дискурса // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 3 (48). С. 69-76.

Демьянков В.З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста: Вып.2. Методы анализа текста. М., 1982.

Кубрякова Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. академия наук. Ин-т языкознания. М.: ЯСК, 2004.

Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. URL: <https://tapemark.narod.ru/les/136g.html> (дата обращения: 23.08.2023).

Лотман Ю.М. Текст в тексте. // Образовательные технологии. 2014. № 1. URL: <https://iedtech.ru/files/journal/2014/1/lotman-text-in-text.pdf> (дата обращения: 24.08.2023)

Огнева Е.А. Концепция информативного кода лингвокогнитивных скреп в модели дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. Вып. 6. С. 1987-1992.

Якобсон Р.О. Речевая коммуникация / Пер. с англ. Н.В. Перцова. М.: Прогресс, 1985. С. 306-318.

Hall S. Encoding/decoding. The Cultural Studies Reader/ edited by Simon During. London – NY: Routledge, 2007. URL: <https://archive.org/details/StuartHallEncodingDecoding/page/n7/mode/2up> (accessed: 31.08.2023).

The Queens' Christmas message for 2020. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=TbHdrc-ZkbQ> (accessed 25.08.2023).

*E.A. Ogneva (Belgorod, Russia)
Belgorod State National Research University
T. V. Klimova (Elets, Russia)
Elets State University Named after I.A. Bunin*

INFORMATIVE CODE OF LINGUO-COGNITIVE NODES IN QUEEN ELIZABETH II'S 2020 CHRISTMAS MESSAGE

The article deals with architectonics of the discursive model, in which the informative code of linguocognitive nodes, consisting of three types of nodes, shows the prevalence of its synchronization with sociocultural processes over the thematic kernel of the model.

Key words: discursive model, informative code, linguo-cognitive nodes, Christmas message.

*Ю.М. Разумовская, Л.В. Бабина (Тамбов, Россия)
Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
julieden@yandex.ru ludmila-babina@yandex.ru*

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН, СВЯЗАННЫХ С МУЗЫКОЙ, В МЕДИАДИСКУРСЕ

В статье рассматривается интерпретация прецедентных имен (ПИ), связанных с музыкой, в русскоязычном и франкоязычном медиадискурсах. Авторы устанавливают, что когнитивными механизмами интерпретации являются «концептуальная метафтонимия», «соединение», «доставание», «развитие». Показывают, что интерпретация ПИ предполагает обращение к структуре знания матричного типа.

Ключевые слова: медиадискурс, прецедентное имя, концепты ЛИЧНОСТЬ/PERSONNALITÉ, когнитивно-матричный анализ, когнитивный механизм.

Медиадискурс является сложным и разноплановым явлением, вызывающим интерес исследователей. Вслед за Т.Г. Добросклонской мы понимаем под ним «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2020: 110]. Медиадискурс характеризуется прагматическими, семантическими и синтаксическими свойствами. Одними из важных семантических свойств являются интертекстуальность и прецедентность, поскольку между текстами СМИ устанавливается связь за счет включения в них элементов других текстов и других культур.

С учетом сказанного целью данной статьи является рассмотрение интерпретации прецедентных имен (ПИ), связанных с музыкой, с позиции когнитивного-дискурсивного подхода. При исследовании ПИ используется метод когнитивно-матричного анализа, «направленный на выявление и описание системы когнитивных контекстов или концептуальных областей, лежащих в основе формирования значений языковых единиц» [Болдырев, Алпатов 2008]. Предполагаем, что при интерпретации ПИ происходит обращение к структуре знания, которую можно представить как частную когнитивную матрицу, ядерными концептами которой служат ЛИЧНОСТЬ/PERSONNALITÉ [Разумовская, Бабина

2022: 360]. Они включают многоаспектное знание, актуализируемое ПИ, в которое входят представления о внешности человека (контексты ВНЕШНОСТЬ / CHARACTERISTIQUES EXTÉRIEURES), чертах характера его носителя (контексты ПСИХИКА / PSYCHÉ), социальном статусе (контексты СТАТУС / STATUT), ситуациях, с которыми он так или иначе связан (контексты СИТУАЦИЯ / SITUATION). Периферия матрицы включает концепты, входящие в состав концептов КУЛЬТУРА / CULTURE, которые рассматриваются как когнитивные контексты частной когнитивной матрицы «прецедентное имя». В качестве когнитивного контекста в данной матрице может, например, выступать контекст МУЗЫКА / MUSIQUE.

Чтобы интерпретировать ПИ, представленные довольно широко в российском медиадискурсе и гораздо реже встречающиеся во французском, необходимо задействовать различные когнитивные механизмы формирования смысла, или «механизмы структурирования концептуального содержания» [Болдырев 2018: 189]. В результате анализа фактического материала были выявлены некоторые когнитивные механизмы, обеспечивающие интерпретацию ПИ: «концептуальная метафтонимия», «соединение», «добраивание», «развитие». «Концептуальная метафтонимия» понимается как сложный когнитивный механизм, предполагающий осуществление метафорического (между двумя когнитивными областями) и метонимического (в рамках одной когнитивной области) проецирования. Под механизмом «соединение» (composition) понимается объединение перспективизируемых центральных характеристик концептуального содержания, передаваемого ПИ или контекстом, в котором это ПИ употреблено. Механизм «добраивание» (completion) позволяет восстановить недостающие характеристики, требующиеся для формирования концептуального содержания, передаваемого ПИ в определенном контексте, за счет обращения к тем структурам знания, с которыми ПИ связано. За счет когнитивного механизма «развитие» (élaboration) возникают новые характеристики и/или их комбинаций, которые формируют концептуальное содержание, передаваемое ПИ за счет использования инферентных и энциклопедических знаний.

Проиллюстрируем, каким образом осуществляется интерпретация ПИ из современной российской и французской прессы.

(1) *В Ленинграде, где он родился, у него было прозвище Гений. Второе – Паганини. Когда спросила, из-за внешнего ли сходства, ответил: «Я нервный очень, это сейчас, под старость, я стал потише»* [Кучкина 2003].

При осмыслении ПИ Паганини задействуется когнитивный механизм «концептуальная метафтонимия». Сначала осуществляется метонимический перенос по модели «конкретная личность – конкретная личность как носитель определенного качества», а потом метафорический перенос по модели «конкретная личность как носитель определенного качества – любой индивид как носитель определенного качества». Благодаря данному механизму активизируются характеристики ‘темперамент – неуравновешенный’ когнитивного контекста ПСИХИКА, ‘профессиональный статус – композитор’ когнитивного контекста СТАТУС. Понять, на основе каких характеристик происходит интерпретация, помогает контекст, в котором указываются особенности темперамента героя статьи, а именно непростой и вспыльчивый характер композитора.

(2) *На что позарился "криминальный моцарт"?*

30 августа в Петрозаводске, неподалеку от гостиницы "Северная" сотрудники милиции задержали мужчину и молодого человека. В руках у задержанных были две барсетки с документами на чужие имена и детская одежда. Позже выяснилось, что все эти вещи они раздобыли в припаркованной неподалеку машине. Пункт в милицейской сводке не вызвал бы интереса, если бы парнишка не оказался "**криминальным гением**" Ваней Ананьевым... [Смехова 2004].

При осмыслении ПИ в примере (2) происходит обращение к когнитивным контекстам ПСИХИКА и ВНЕШНОСТЬ, актуализируются характеристики 'способность – гениальность' и 'возраст – юный возраст'. Интерпретация примера осуществляется с помощью когнитивного механизма «концептуальная метафтонимия». Происходит взаимодействие между концептом, содержащим знания о личности композитора, и концептом, содержащим знания о молодом человеке, что и позволяет активизировать упомянутые выше характеристики. Вместе с тем под влиянием контекста за счет механизма «дистраивание» активизируется характеристика 'профессиональный статус', за счет механизма «соединение» все характеристики объединяются. Под влиянием информации контекста содержание характеристики 'профессиональный статус' меняется, поскольку человек, о котором идет речь, представитель криминала. Т.е. происходит перенос из области МУЗЫКА в область КРИМИНАЛ.

(3) *Le Breton Bertrand Larcher, créateur des Breizh Café: le Paganini de la crêpe. Son génie visionnaire, c'est la profusion infinie des garnitures et des accompagnements, suivant le rapprochement des gastronomies japonaise et bretonne* [Rabaudy 2020].

При интерпретации примера (3) используется когнитивный механизм «концептуальная метафтонимия», с помощью которого активизируется характеристика 'capacité – talent' когнитивного контекста PSICHÉ. Под влиянием языкового контекста действие механизма «дистраивание» позволяет активизировать характеристику 'statut professionnel' когнитивного контекста STATUT, механизм «соединение» способствует объединению всех характеристик. Под влиянием информации из контекста за счет механизма «развитие» содержание характеристики 'statut professionnel' меняется, поскольку человек, о котором идет речь, – талантливый повар. Таким образом происходит перенос знаний из области MUSIQUE в область GASTRONOMIE.

(4) *George Onslow, le Beethoven français "Je vis la musique avec d'autres yeux. Le voile qui m'en cachait les beautés se déchira. Elle devint la source de mes jouissances les plus intimes et la compagne fidèle de ma vie."* [<https://www.radiofrance.fr/francemusique/podcasts/le-van-beethoven/george-onslow-le-beethoven-francais-2259803>].

В примере (4) ПИ *Beethoven* используется по отношению к французскому композитору Жорж Онсло. Подобно Людвигу ван Бетховену этот французский маэстро 18-19 веков был плодовитым композитором камерной музыки. Сначала используется когнитивный механизм «концептуальная метафтонимия». Благодаря данному механизму активизируется характеристика 'capacité – talent' когнитивного контекста PSICHÉ. Под влиянием языкового контекста за счет механизма «дистраивание» активизируется характеристика 'statut national' когнитивного контекста STATUT, за счет механизма «соединение» все характеристики объединяются. Под влиянием информации из контекста содержание характеристики 'statut national' меняется, поскольку речь идет о французском музыканте.

Предпринятый анализ примеров, взятых из русскоязычного и франкоязычного медиадискурса, показал, что когнитивными механизмами интерпретации ПИ являются когнитивные механизмы «концептуальная метафтонимия», «соединение», «достраивание», «развитие». При интерпретации происходит обращение к структуре знания матричного формата.

Источники

- Кучкина О. Паганини ушел так рано! // Комсомольская правда. 2003.06.17.
Смехова Д. На что позарился "криминальный моцарт"? // REP №39 (434). 2004.09. 22.
Nicolas de Rabaudy Le Breton Bertrand Larcher, créateur des Breizh Café: le Paganini de la stêpe // Slate.Fr. 2020.02.02.
George Onslow, le Beethoven français. RadioFrance. 2019.10.25. URL: <https://www.radiofrance.fr/francemusique/podcasts/le-van-beethoven/george-onslow-le-beethoven-francais-2259803> (дата обращения 31.08.2023).

Литература

- Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Издательский Дом ЯСК, 2018.
Болдырев Н.Н., Алпатов В.В. Когнитивно-матричный анализ английских христианских топонимов // Вопросы когнитивной лингвистики. 2008. № 4 (17). С. 4-14.
Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: КДУ, Добросвет, 2020.
Разумовская Ю.М., Бабина Л.В. Когнитивные основы изучения прецедентных имен (на материале русского языка) // Когнитивные исследования языка. 2022. № 2 (49). С. 359-364.

*Yu.M. Razumovskaya, L.V. Babina (Tambov, Russia)
Derzhavin Tambov State University*

INTERPRETATION OF PRECEDENT NAMES ASSOCIATED WITH MUSIC IN MEDIA DISCOURSE

The article deals with the interpretation of precedent names (PNs) associated with music in Russian and French media discourses. The authors establish that the cognitive mechanisms of interpretation are “conceptual metaphonymy”, “composition”, “completion”, “elaboration”. They show that the interpretation of the PN involves an appeal to the knowledge structure of the matrix type.

Key words: media discourse, precedent name, concepts of PERSONALITY/PERSONNALITÉ, cognitive-matrix analysis, cognitive mechanism.

З.И. Резанова (Томск, Россия)

*Национальный исследовательский Томский государственный университет
rezanovazi@mail.ru*

ФРЕЙМИРОВАНИЕ СИТУАЦИИ ПАНДЕМИИ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ¹

Статья представляет результаты фреймирования пандемии COVID-19 в текстах ТАСС и РИА, выявленные с применением фреймового анализа и автоматического тематического моделирования. Соотнесена структура инвариантного фрейма и направления его конкретизации в текстах новостей.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01001).

Ключевые слова: COVID-19, фрейм, фреймирование, новости, тематическое моделирование, дискурс-анализ.

В данной статье мы ставим задачу представить вариант интерпретации ситуации COVID-19 в системе ситуационных фреймов в текстах новостных агентств ТАСС и РИА на основе объединения методов фреймового моделирования и автоматического анализа текста. Используя метод фреймового моделирования, мы опирались прежде всего на концепцию фрейма М. Минского, в которой фреймы интерпретируются как обобщенные когнитивные модели, инварианты ситуаций, структурирующие опыт, выделяя в нем элементы, или понятия (узлы в графических схемах) и их связи. Фреймы как инварианты не реализованы ни в одном сознании, ни в одной конкретной реализации речевой деятельности. Однако уже в базовой работе М. Минского раскрывается когнитивный механизм «приспособления фрейма к конкретной ситуации» [Минский 1979]. Значимыми теоретическими источниками примененной методики фреймового моделирования в работе являются также положения Ч. Филлмора о системах лексико-семантической репрезентации фреймовых структур в языках [Филлмор 1988: 52-55] и Т. А. ван Дейка и В. Кинча о способах актуализации инвариантных когнитивных моделей в дискурсах [ван Дейк, Кинч 1988].

В нашей работе на основе анализа текстов новостей мы выявляем жанровую модель фреймирования в сравнении с инвариантным языковым фреймом. Под фреймированием понимаем процесс структурирования фрагмента опыта в дискурсивных практиках. Жанровая модель является конкретизированной по отношению к абстрактной языковой модели, но обобщенной по отношению к ситуационным речевым фреймам.

В совокупности текстов одного жанра новости мы можем определить то, как коммуникативные установки субъектов новостного дискурса обуславливают направления актуализации одних и нейтрализации других элементов и их связей в инвариантной фреймовой структуре.

При этом первоначально мы моделируем инвариантную модель, репрезентированную в языке, выделяя узлы, инварианты, которые справедливы по отношению к любой ситуации, определяемой как пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19. Компоненты фрейма и их связи выявляем на основе семантического анализа языковых репрезентантов фрейма, лексем и их сочетаний: *болезнь – инфекция – новый тип инфекции – эпидемия – пандемия*.

Верхний узел фрейма (субфрейм) репрезентирован лексемой *болезнь*, семантика которой включает предикат «болезненное состояние организма человека» (конкретизирующий более общий предикат «быть в каком-либо состоянии») и актант «субъект состояния». Далее этот узел связывается с другими через предикации: «болезненное состояние» > «причина состояния» > «инфекция»; «характер инфекции» > «массовое распространение», «мировой масштаб»; причина инфекции > «неизвестный возбудитель». Таким образом, лексемой *пандемия* обозначается композиция узлов, конкретизирующих базовый узел и подчиненных ему: «болезнь» > «заражение» > «распространение (массовое)» > «неизвестное, новое».

Второй уровень пропозитивной структуры фрейма «пандемия» составляют узлы, отражающие системы социальных реакций на заболевание и его специфические черты, организуемых предикатами: «болезнь» > «лечить»; «предотвращать»; «инфекционный» > «изолировать»; «защищать», «новый тип инфекции» > изучать, создавать. В данном случае меняются субъектно-объектные отношения: субъект

состояния «болезнь» является объектом действий «лечить», «изолировать». Субъектами соответствующих действий являются представители государственных органов, учреждений. К основной связи «болезнь» > «лечить» > «медучреждение», подключаются связи: «инфекция» > «меры профилактики», в составе которых главное – «изоляция», осуществляемая не только медицинскими, но и другими государственными субъектами, учреждениями.

Следующие варианты приспособления фрейма к конкретной ситуации обозначаются предикатами: 1) «состояние» > «особо тяжелое, с массовым отрицательным результатом» > «смертностью»; 2) «распространение инфекции» > «экстремально массовое мирового масштаба»; 3) «новый тип инфекции» > «неизвестный вирус» > «исследования». Субъект заболевания (как следствие – объект лечения) интерпретируется как объект мер профилактики, что означает многократное увеличение интеракций разнотипных акторов, включенных в ситуацию пандемии.

Третий уровень конкретизации структуры фрейма «пандемия» составляют узлы, номинированные предикатами социальных последствий пандемии, выходящих за пределы собственно медицины практически во все сферы жизни отдельного, частного человека, страны и мира в целом.

Совокупность субфреймов этого уровня организуется предикатами, представляющими интеракции субъектов действия – государственные органы, лица, действующие от их имени и т.д.: экономические меры, искусство в пандемию, образование в пандемию и под. Узлы фреймовой структуры представлены на (рис. 1).

Использование методов автоматического тематического моделирования и векторного анализа на основе применения алгоритма латентного размещения Дирихле [Aggarwal 2018: 56] позволило выявить направления фреймирования, т.е. направлений конкретизации базовых узлов (субфреймов) в текстах новостей двух информационных агентств.

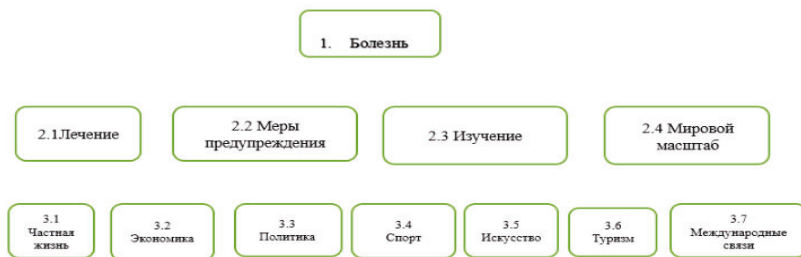


Рис. 1. Базовые узлы фрейма «пандемия» новой коронавирусной инфекции COVID-19

Анализ показал, что в новостях в процессах фреймирования ситуации пандемии COVID-19 в фокусе оказываются темы, входящие в структуру узлов прежде всего второго и третьего уровней: процессы лечения, профилактики, социальные последствия пандемии во всех сферах социальной жизни, и в меньшей мере – темы, конкретизирующие субфрейм (узел) верхнего уровня (болезнь и особенности ее протекания). В текстах новости преобладает тематическая фокусировка на последствиях пандемии в разных областях государственной жизни (на втором и третьем уровнях субфреймовых связей), институциональная фокусировки государственного реагирования на COVID-19. В качестве частотной в новостях

представлена также тема мирового масштаба пандемии, обсуждение развития пандемии в отдельных странах.

Литература

Дейк Т.А. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 153-211.

Минский М. Фреймы для представления знаний / под ред. Ф.М. Кулакова. М.: Энергия, 1979.

Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 52-92.

Aggarwal C.C. Machine learning for text. 2018.

Z.I. Rezanova (Tomsk, Russia)

National Research Tomsk State University

FRAMING THE PANDEMIC SITUATION IN NEWS DISCOURSE

The article presents the results of framing the COVID-19 pandemic in the texts of TASS and RIA, identified using frame analysis and automatic topic modeling. The structure of the invariant frame and the direction of its concretization in news texts are correlated.

Key words: COVID-19, frame, framing, news, topic modeling.

И.П. Ромашова (Омск, Россия)

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Romashova.inna@gmail.com

НОВЫЕ ПРАКТИКИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА КОЛЛЕКТИВА В КОРПОРАТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

В статье с помощью методик прагматистического и лингвокогнитивного проанализировано около 50 корпоративных текстов и видеоматериалов, размещенных в медиасреде – на сайтах и аккаунтах компаний и организаций в соцсетях. В результате выявлены новые дискурсивные стратегии и жанры формирования образа коллектива в корпоративном медиадискурсе.

Ключевые слова: корпоративный дискурс, медиадискурс, дискурсивные практики, речевые стратегии, жанр, имидж.

Образ команды является одной из составляющих глобального образа-имиджа компании. Как показали наши предыдущие исследования, фрейм «Компания» включает субфреймы: 1 – сама компания как действующий субъект; 2 – атрибуты компании; 3 – ее действия; 4 – товары и услуги, которые она представляет; 5 – коллектив компании; 6 – ее стейкхолдеры (клиенты, партнеры, акционеры и др.); 7 – физические объекты, воплощающие компанию (заводы, офисы и пр. объекты инфраструктуры); 8 – философия и ценности компании [Ромашова 2018: 65–67].

В данной статье более подробно будет рассмотрен субфрейм «Коллектив», выявлено его языковое исполнение, но основное внимание сосредоточено на новых жанрах, визуальных средствах, с помощью которых современные корпорации представляют в медиасреде свою профессиональную команду. Такое внимание к дискурсивной репрезентации именно этого субфрейма связано с общей тенденцией

современного PR к персонализации деловых контактов: так, компании при обзвонах стараются обращаться клиентам по имени или в кофейнях стаканчик с кофе подписывают именем клиента.

Однако одна из главных PR-задач по презентации коллектива в медиасреде – это отстройка от конкурентов, что заставляет современные компании все время модернизировать способы представления. Поэтому, как показал материал, ряд компаний меняет жанровый, тактико-стратегический и стилистический арсенал презентации коллектива.

Одна из современных стратегий отстройки – деофициализация имиджа коллектива. Эта стратегия направлена на то, чтобы 1) уйти от официально-деловых стандартов деловой самопрезентации [Бурас, Кронгауз 2007] и 2) показать не шаблонные образы «настоящих профессионалов своего дела», а живых людей в конкретных ситуациях их работы и общения с коллегами и клиентами.

В первую очередь стратегия деофициализации реализуется с помощью тактики пародирования. Именно на отстройке от официальных стандартов, например, построен раздел «О нас» на сайте агентства «Креативная банда «Медведь» (г. Омск): Это просто бомба! Если ты хотел крутой EVENT, ты попал по адресу! Мы кайфуем на мероприятиях вместе с Заказчиком. И, если ты готов к крутым крутостям, то быстрее звони нам и начнем работу! Резкий переход к неформальному «ты» и молодежному жаргону (бомба, крутой, кайфуем), языковая игра (крутым крутостям) вполне поддерживают неформальный имидж компании как «банды».

Визуальная информация о сотрудниках также строится на разрушении сложившихся шаблонов. Ведь чаще всего на сайтах в разделе «Наши сотрудники» мы видим фото людей в официально-деловых костюмах, за рабочими столами, со строгими лицами. Теперь благодаря интернет-технологиям у компаний появилось больше возможностей разнообразить визуальную презентацию коллектива.

Во-первых, на ряде рассмотренных сайтов размещены фото улыбающихся сотрудников в непринужденных позах.

Иногда вместо фотографий предлагаются рисованные портреты или даже дружеские шаржи.

Интернет-технологии позволяют сейчас создавать анимированные фото сотрудников. При наведении курсора фото изменяется, при этом официальная поза или изображение на фото чередуется с забавными (рис.1).

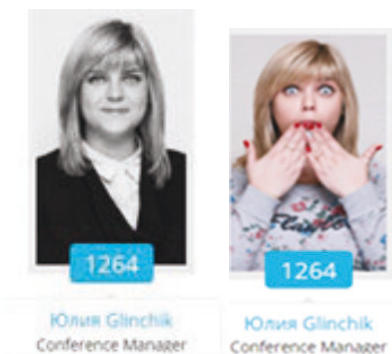


Рис. 1. Анимированная фото-презентация сотрудника Netpeak

Теперь на сайтах размещается неофициальная информация о хобби и увлечениях коллектива. Так, в качестве имиджевого фото компания Zeptolab использовала снимок с корпоративного отдыха в горах с соответствующей надписью: Почти все сотрудники катаются на разного рода досках. Устраиваются совместные заезды на лонгах и роликах, бывают покатушки на зимнем корпоративе (Zeptolab).

Неформатным с точки зрения делового дискурса стало включение в число работников талисмана – животного или персонажа, которого представляют как сотрудника компании. Так, в компании Netpeak в галерею работников попала детская уточка, а в корпорации Adlabs – игрушечный лис в должности «Путешественник» (Рис. 2). Подпись под фото Уточки гласит: Утка с хорошей кармой, т.к. пишет статьи в блог и не дает интервью. Не менее лестная характеристика у работника-Лиса: Должности Лиса завидует весь офис! Из одной командировки в другую, без отдыха и сна.

В рамках стратегии деофициализации трансформировались и текстовые репрезентации сотрудников. В подписи к фото часто используются разговорные уменьшительные имена: Женя, Ваня, Катя. В качестве подписи могут быть использованы девиз (кредо) сотрудника, его популярное высказывание: Когда у нас нет сил, Юля подбадривает нас словами: «Самое лучшее, что ты можешь получить от работы, – это сделать больше!» (btematik). Стилистика таких высказываний, как правило, неформальная, что дает возможность «оживить» образ коллектива, индивидуализировать его.

В подтверждение профессионализма сотрудников традиционно на сайтах размещали текст портфолио или резюме и сканы грамот, наград, сертификатов. Теперь о сотрудниках пишут мини-характеристики в неофициальном жанре презентационного рассказа: У Димы не случайно на двери надпись «Художественная обработка материалов». Он не только сильный арт-директор, но и иллюстратор с отменным чувством юмора: именно его персонажи украшают все материалы MADS. Как настоящий пацанчик, читает и слушает «рэпчик», что не мешает ему демонстрировать в работе тонкое чувство прекрасного (btematik). Такой рассказ характеризует арт-директора и «пацанчика» Диму в первую очередь как творческого, ищущего, разностороннего человека, тем самым дополняя корпоративный имидж и индивидуализируя его.

Такие мини-характеристики транслируют корпоративные ценности, выгодные с точки зрения имиджа компании. Эти ценности можно условно разделить на 2 группы: профессиональные и персональные. Начнем с профессиональных характеристик.

1) основная характеристика работников – профессионализм – подается в юмористическом ключе: Влюблена в черный цвет и знает 120 его оттенков – от агатового – до маренго; Гипнотический действует на налоговые органы, отделы закупок и юристов клиентов (Friends);

2) подчеркивается опыт работников: Аня – самый невозмутимый аккаунт (спасибо ее учебе в Университете Управления и опыту работы в Газпроме) (Текстерра);

3) с юмором подается трудоголизм работников: Отвечает на письма даже в 5 утра из бара... (Текстерра);

4) в зависимости от специфики деятельности компаний в текстах подчеркиваются и другие важные ценности, например, креативность: Андрей настолько любит придумывать, что не может спокойно пройти мимо комнаты, где происходит мозговой штурм (Videonika).

Перейдем теперь к персональным характеристикам.

1) одно из ценных качеств – динамичность: все герои мини-рассказов находятся в постоянном движении. Динамичность в текстах передается через перечни вузов, курсов, которые окончили сотрудники, постоянную смену их увлечений.

2) с динамичностью соседствует такая ценностная характеристика, как активность (стремление влиять на мир): ...стремится привить коллегам хороший музыкальный вкус (Icanchoose); ...самый заводной организатор вечеринок; в редкие выходные едет собирать мусор с экологами (Friends).

3) в мини-характеристиках подчеркивается, что работники – современные люди, которые в тренде модных увлечений, технических и музыкальных новинок: Дарья дайвер и маутиубордист; играет в турнирах нашего агентства по FIFA 2022 (Friends); хобби – скрапбукинг; Диана обожает путешествия и верховую езду (Текстерра) и др.

4) работники несут в мир позитив и юмор: (Маша) Предпочитает смотреть на мир оптимистично, принципиально не ругается матом (Videonika); (Дмитрий) обладает необъяснимым влиянием на женщин, слишком впечатлительных стараемся держать на расстоянии (Icanchoose).

Таким образом, новые дискурсивные стратегии деофициализации, персонификации и игровизации, инновационные технологии визуальной репрезентации работников, жанр презентационного рассказа индивидуализируют имидж компании за счет неповторимого, всегда уникального образа ее работников.

Литература

Бурас М.М., Кронгауз М.А. Язык корпоративных сайтов: игра, пародия, провокация // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: труды междунар. конф. «Диалог 2007». М.: Изд-во РГТУ, 2007. С. 109-115.

Ромашова И.П. Социальный конструкционизм корпоративного дискурса: монография. Омск: Изд-во Ом.гос. ун-та, 2018. С. 65-67.

*I.P. Romashova (Omsk, Russia)
Dostoevsky Omsk State University*

NEW PRACTICES FOR MODELING THE IMAGE OF A TEAM IN CORPORATE MEDIA DISCOURSE

The report, using pragmatic and linguo-cognitive methods, analyzed about 50 corporate texts and video materials posted in the media environment - on the websites and accounts of companies and organizations in social networks. As a result, new discursive strategies and genres of team image formation in corporate media discourse have been identified.

Key words: corporate discourse, медиадискурс, discursive practices, speech strategies, genre.

*О.А. Сапрыкина (Москва, Россия)
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
olgasaprykina@mail.ru*

ЯЗЫК НАУКИ: МЕТАДИСКУРС КАК АВТОРСКАЯ РЕФЛЕКСИЯ ЭДУАРДУ ЛОУРЕНСУ

Статья посвящена изучению метадискурса как разновидности дискурса, предназначенного для выражения метаязыковой функции. Метадискурс – важная часть академического дискурса. Основан на авторской рефлексии, которая может включать как когнитивно-логические средства, так и авторские эмоционально-оценочные.

Ключевые слова: метадискурс, авторская рефлексия, язык науки, академический дискурс.

Метадискурс – разновидность речемыслительной деятельности, направленной на язык как инструмент речи, с помощью которого происходит познание изучаемого объекта; комплекс языковых средств формализации дискурса. В основе понятия метадискурса лежит представление о метаязыковой функции, которую выделил Р.О. Якобсон, описывая модель речевой коммуникации [Якобсон 1975]. Якобсон обратил внимание на «объектный язык», на котором говорят о внешнем мире, и «метаязык», на котором говорят о языке. Метаязыковая операция является, по Якобсону, способом толкования текста. Роль научного метадискурса особенно велика в связи с необходимостью структурировать в научном тексте выражаемые идеи.

Метадискурс основан на авторской рефлексии над текстом. Различают рефлексивную когнитивно-оценочную и эмоциональную. В метадискурсе соединены два вектора авторской рефлексии. На когнитивно-оценочном уровне в поле сознания выдвигаются основные элементы содержания. На эмоциональном уровне проявляются чувства мыслящего субъекта речи.

Предложенный З. Харрисом (1959) термин *метадискурс* в дальнейшем получил распространение в исследованиях по прагматике. В трудах А. Вежбицка изучается метатекст, в структуре которого обнаруживаются метатекстовые компоненты. Соотнесение с речевым актом порождает метаплеоназмы, выражения для освещения хода мысли, разнообразные метатекстовые операторы, в том числе глаголы свершения (перформативы). Все они в целом проясняют «семантический узор» основного текста [Вежбицка 1978: 421].

Изучение философского дискурса восходит к лингвистике текста, в которой ставятся вопросы выделения специфических для научного текста категорий и их принципиальных отличий от категорий текстов других разновидностей. К важнейшим свойствам научного текста относят: обобщенность, терминологизированность, логичность изложения, точность и ясность, насыщенность текста информацией, диалогичность и интеллектуальную экспрессивность. Метадискурс в научном тексте задан и определен его базовыми категориями.

Будучи стандартизованным, метадискурс связан с образом автора текста, который не только разрабатывает содержание научного произведения, но и проявляет свою «субъективность» (способность говорящего представлять себя в качестве субъекта), используя аутореференционные языковые средства [Бенвенист 1974: 293-294].

Культурфилософский дискурс в Португалии

За последние два века в Португалии сложился значительный корпус текстов философско-эстетического характера. В прозаических сочинениях известных португальских авторов получил воплощение философский дискурс как большая смысловая структура, в ядре которой сосредоточены идеологические установки и коммуникативные интенции характерные для разных эпох – от романтизма, символизма до постмодерна. Под идеологическими установками понимаются основные идеи, принципы, цели, которые выражают идеологию автора, в то время как коммуникативные интенции связаны с целью и видом его речевой деятельности (текста).

Формами реализации философского дискурса как типа речемыслительной деятельности служат трактаты, эссе, манифесты, литературные программы, памфлеты – различные жанры научного и публицистического творчества. В португальской традиции в качестве доминанты философского дискурса сформировалась его поэтико-философская (поэтико-афористическая) разновидность, преобладающая над

логико-прозаической составляющей дискурсивной формации. Интересно, что в жанровом отношении работы многих португальских авторов занимали промежуточное положение между эссе и научными исследованиями. Если в эссе как жанре журналистики, всегда выражается субъективная и в функционально-стилистическом отношении индивидуальная позиция автора, а в его основе лежит философское начало, то научное исследование ориентируется на объективацию, обобщение, выведение универсальной закономерности.

В XX в. важное место в сфере философско-эстетической мысли в Португалии занял Эдуарду Лоуренсу, выдающийся философ, эссеист и преподаватель, столетие которого отмечается в 2023 году.

В целом, находясь в стороне от журналистики, Лоуренсу предпочитал индивидуальную манеру письма, вскрывая глубинные принципы развития португальской культуры. Эссе давало Лоуренсу возможность показать динамику мысли, обозначить движение открываемых смыслов – не только от старого к новому, от ложного к истинному, но и с помощью аргументов анализировать знание, давая ему ценностно-прагматическую оценку.

Следуя наиболее общим методологическим принципам создания научного текста, Лоуренсу выбирает путь поэтико-философской рефлексии, создает поэзию науки. Мысль Лоуренсу движется не по риторической траектории научного текста, а следуя правилам поэтики, нарушая последовательность изложения и неоднократно возвращаясь к одному и тому же тезису, пренебрегая точностью и ясностью изложения, широко вводя подтекст в поле своего дискурса. Для философского дискурса Лоуренсу характерны экспрессивность, аксиологичность и персуазивность.

Когнитивный аспект философского дискурса

В текстах Лоуренсу, которые можно условно назвать поэтико-когнитивными, выделяется идеологический тезаурус писателя, его семиологический код с доминантами «воображение», «иллюзия», «судьба». С точки зрения португальского философа, эти понятия образуют ядро португальского сознания.

Обозначения отвлеченных сущностей с помощью абстрактных существительных-терминов или выражающих акциденции этих субстанций прилагательных служат ориентирами в философии португальского автора, образуют его «мыслительную геометрию» (в картезианском смысле).

В дискурсе Лоуренсу сильна диалогичность, которая предполагает освещение и оценку объекта с разных точек зрения, учет разнообразия мнений. В плане метадискурсивности диалогичность оказывается способом интердискурсивности, взаимодействия с другими дискурсами. Постоянной формой внутреннего диалога у Лоуренсу является солилоквиум. Как проекция общения человека с самим собой солилоквиум призван передавать движение мысли. Стоит обратить внимание на графическое оформление солилоквиум в дискурсе Лоуренсу: самые важные в смысловом отношении фрагменты автор обычно выделяет курсивом.

Репрезентативная функция метадискурсивности

Метадискурс у Лоуренсу репрезентирует такие явления, как внутреннее строение дискурса (связность, оформление фрейма, глоссирование, ссылки) или интертекстуальность (хеджирование, авторские маркеры) [Хайлэнд 2005]. В случае автореференции португальский автор выбирает местоименные формы «мы», подразумевая и себя и португальцев как народ в целом. В безличных метадискурсивных конструкциях преобладают перформативы.

Прагматика авторской рефлексии Лоуренсу

Эмоционально-оценочный аспект метадискурса имеет опосредованный характер и связан со стилистическими предпочтениями автора – образными и выразительными.

Эпитет как особый ресурс выразительности в значительной степени характерный для художественной, а также разговорной речи, в научном дискурсе Лоуренсу – средство направленной на предмет речи интеллектуальной экспрессивности. Функции эпитетов в научном стиле Лоуренсу разнообразны: воздействующая, оценочно-аксиологическая, когнитивная. Эпитеты, преимущественно, относительные, образованы от абстрактных существительных, входящих в сферу религиозно-философского опыта познания мира. Метафоры и оксюморон усиливают изобразительно-выразительную сторону высказываний.

Метадискурс Лоуренсу вращается вокруг авторской рефлексии – вертикали, объединяя когнитивно-познавательное начало с поэтико-афористическим способом речемыслительной деятельности.

Литература

Бенвенист Э. Общая лингвистика М.: Прогресс, 1974.

Везжица А. Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск VIII. Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978.

Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм «за» и «против». М.: Прогресс, 1975.

Hyland K. Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing. London: Continuum, 2005.

Lourenço E. O Labirinto da Saudade. Lisboa. Gradiva Publicações, 2010.

*O.A. Saprykina (Moscow, Russia)
Lomonosov Moscow State University*

THE LANGUAGE OF SCIENCE: META-DISOURSE AS AN AUTHOR'S REFLEXION OF EDUARDO LOURENÇO

The article is devoted to the study of metadiscourse as a kind of discourse aiming to express a metalanguage function. Meta-discourse is an important part of academic discourse. It is based on the author's reflexion, which can include both cognitive-logical means and the author's emotional-evaluative ones.

Key words: meta-discourse, author's reflexion, language of science, academic discourse.

*Д.Н. Серозеева (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
avisliberan@gmail.com*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ ПОЛИМОДАЛЬНОЙ ЭВФЕМИЗАЦИИ В КОМИЧЕСКОМ КИНОДИСКУРСЕ

В работе с опорой на теорию концептуальных примитивов Р. Джекендоффа устанавливаются концептуальные основания полимодальной эвфемизации в комическом кинодискурсе. Определено, что эвфемизация чаще реализуется компонентами «событие» > «событие» и «событие» > «вещь/объект» с превалирующей реализацией в модальности изображения, рассогласование – компонентами «свойство» и «вещь/объект» в трех модальностях – динамическом изображении, речевой модальности и звуке.

Ключевые слова: полимодальная эвфемизация, концептуальная интеграция, рассогласование, аналогия, категория комического.

Несмотря на то, что как языковой феномен эвфемизация получила достаточное освещение в литературе, изучение ее как полимодального феномена в научных работах почти не представлено. В то же время полимодальная эвфемизация часто используется в качестве особого способа конструирования дискурса; при этом ее введение нацелено на достижение некоторого прагматического эффекта. В настоящей работе мы рассмотрим полимодальную эвфемизацию, реализующую прагматический эффект комического в кинодискурсе. Целью исследования становится установление концептуальных оснований данного феномена, или состава концептуальных компонентов, участвующих в данном процессе, а также особенностей репрезентации данных компонентов разными семиотическими модальностями.

Как известно, в реализации эвфемизации участвуют два когнитивных механизма, концептуальная интеграция, которая «отвечает» за сближение табуированной и «замещающей» областей знания [Coulson, Oakley 2000; Fauconnier, Turner 2008], и рассогласование, «отвечающее» за создание эффекта комического [Raskin 1979; Hempelmann, Attardo 2011]. Общим когнитивным процессом, который обеспечивает реализацию как концептуальной интеграции, так и рассогласования, является процесс аналогии / дизаналогии [Gentner, Markman 1997; Gentner, Holyoak, Kokinov 2001]. Он позволяет установить проекции известного аналога (familiar analog) из сферы-источника на аналог из сферы-цели и обнаружить сходные и различающиеся концептуальные компоненты. Таким образом, можно предположить, что «запуск» этих проекций реализуется некоторыми концептуальными компонентами, или триггерами; причем один тип триггеров «запускает» сближение областей знания, обеспечивающий их интеграцию и замещение (триггер эвфемизации – ТЭ), а другой – их расхождение, обеспечивающий их рассогласование (триггер рассогласования – ТР). Предположительно, эти типы триггеров будут демонстрировать различие именно в составе типов концептуальных компонентов, которыми они реализуются. Также можно предположить, что разные семиотические модальности – в нашем случае это модальности динамического изображения (МДИ), речевая модальность (РМ) и звуковая модальности (ЗМ) – будут по-разному оформлять два типа триггеров. В основании такого предположения лежит постулат о различающейся роли семиотических систем в репрезентации информации. Так, как отмечает Е.С. Кубрякова, несмотря на признание «участия всех перцептуальных систем в процессе сбора и переработки информации» [Кубрякова 2004: 89] и наличия «единого уровня ментальной репрезентации <...>, на котором лингвистическая, сенсорная и моторная информация оказывается сопоставимой (compatible)» [Там же: 56], объем значения, стоящий за знаком, может быть разным в зависимости от его семиотической реализации. Поэтому изучение концептуальных оснований полимодальной эвфемизации, а именно типов концептуальных компонентов – триггеров эвфемизации и триггеров рассогласования, представляющих сферу-источник и сферу-цель при реализации концептуальной интеграции, сопряжено с установлением типов семиотических модальностей, в которых они реализуются.

Материалом данного исследования становятся 16 рейтинговых русско- и англоязычных комедий 1960-х – 2020-х гг., из которых методом сплошной выборки отобраны и подвергнуты анализу 50 фрагментов, в которых полимодальная эвфемизация реализует категорию комического.

Для установления общих типов концептуальных компонентов, которые могут представлять оба типа триггеров, мы воспользуемся списком концептуальных примитивов, предложенных Р. Джекендоффом [Jackendoff, 1990]; это Thing (or Object), Event (incl. Action), State, Place, Property, Amount – «вещь / объект», «событие», «состояние», «место», «свойство», «количество / объем». Процедура анализа включает следующие этапы: 1) отбор образцов полимодальной эвфемизации, в которых реализуется эффект комического, 2) определение аналогии (сходств и различий) между компонентами табуированной и замещающей областей, 3) установление типа концептуального компонента, выполняющего роль триггера эвфемизации, 4) установление типа концептуального компонента, выполняющего роль триггера рассогласования, 5) определение семиотических модальностей, которыми представлены триггеры эвфемизации и рассогласования.

Приведем пример анализа на основе фрагмента из кинокомедии «Покровские ворота» (реж. М.М. Козаков, 1982). С целью сохранения пространственной организации кадра, изображения представлены не в хронологическом порядке. Линейность отражена в нумерации.



Рис. 3. Маргарита Павловна: «Кулинар!»



Рис. 2. Яйцо разбивается



Рис. 1. Хоботов обжигается

Хоботов готовит на завтрак яйцо всмятку (рис. 1). Когда он вынимает яйцо из кипятка, он обжигается и роняет яйцо на пол. Яйцо разбивается, что демонстрируется крупным планом (рис. 2). Маргарита Павловна, бывшая жена Хоботова, с ироничной улыбкой комментирует неудачу: *Кулинар!* (рис. 3). Данное наименование можно считать эвфемистичным (в РМ), т.к. оно является непрямым и обеспечивает замену нежелательного условно прямого наименования *растяпа*. Согласно словарным определениям, *кулинар* – 1. Специалист по кулинарии. 2. Человек, искусный в приготовлении кушаний («Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова); Тот, кто искусен в кулинарии, искусный повар (Большой толковый словарь). С опорой на эти толкования можно констатировать интеграцию двух областей знания в представленном эпизоде: ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИЩИ есть ИСКУССТВО. Сфера-цель (ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИЩИ) реализуется в модальности динамического изображения (МДИ): в кадре неуклюжий Хоботов готовит простую пищу, его попытка оканчивается неудачей. Установление аналогии начинается с определения в РМ компонентов, замещающих содержание сферы-источника содержанием сферы-цели (ИСКУССТВО). Это представление субъект-объектных отношений в сфере-источнике и сфере-цели: в обоих случаях содержание РМ и МДИ можно развернуть до «человек готовит» (схема 1 на рис. 4), однако эвфемистичному наименованию *Кулинар* подвергается в итоге «вещь/объект». Поэтому триггер эвфемизации в РМ задействует компоненты типа «событие» для сферы-источника и «вещь/объект» – для сферы-цели.

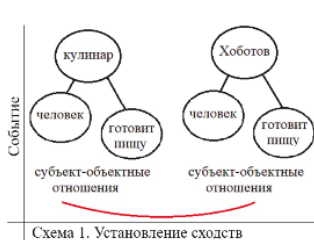


Схема 1. Установление сходств

Рис. 4. Установление сходств



Схема 2. Установление различий

Рис. 5. Установление различий

Схема 2 на (рис. 5) демонстрирует установление различий в реализации аналогии между компонентами сфер ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИЩИ и ИСКУССТВО. Каждая пара попадает в контрастные отношения, что и обеспечивает рассогласование. Однако приоритетным рассогласованием [Nempelmann, Attardo 2011], обеспечивающим комический эффект, становится именно рассогласование компонентов «свойство» («хорошо-плохо»), приводящее к инференции о Хоботове как о «растяпе», «неудачнике». Выдвижение любого другого компонента в качестве приоритетного, например «место» (готовить «на кухне в коммунальной квартире», а не «на кухне ресторана»), приведет к потере комического эффекта. Таким образом, констатируем, что ТР реализуется именно компонентом «свойство», представленным в РМ и МДИ.

С использованием описанной процедуры анализа установлены типы концептуальных компонентов, представляющих ТЭ и ТР в рассмотренных примерах, и типы семиотических модальностей, в которых они реализуются. Анализ показал, что доминирующими концептуальными компонентами триггера эвфемизации являются «событие» > «событие» (в 18 случаях из 50) и «событие» > «вещь» (в 9 случаях из 50) с преобладающей реализацией в модальности динамического изображения. Триггер рассогласования чаще представлен концептуальными компонентами «свойство» (в 15 случаях из 50) и «вещь» (в 13 случаях из 50) с реализацией (в порядке убывания) в модальности динамического изображения, речевой модальности, звуковой модальности.

В целом, в результате анализа было доказано, что концептуальные компоненты, отвечающие за эвфемизацию и рассогласование в разных модальностях, могут подвергаться анализу на единых основаниях. Также установлено, что как собственно эвфемизация, так и рассогласование в отобранных 50 образцах чаще реализуются модальностью динамического изображения, чем речевой модальностью. Мы предполагаем, что дальнейшая детализация в описании концептуальных характеристик позволит определить типы и особенности рассогласования, которые лежат в основе создания эффекта комического в полимодальном дискурсе.

Литература

Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М: ЯСК, 2004.

Coulson S., Oakley T. Blending basics // Cognitive Linguistics. 2000. Vol. 11, № 3/4. P. 175-196.

Fauconnier G., Turner M. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities. NY: Basic Books, 2008. Reprint edition.

Gentner D., Holyoak K. J., Kokinov B. N. The analogical mind: Perspectives from cognitive science. The MIT Press. 2001.

Gentner D., Markman A. B. Structure Mapping in Analogy and Similarity // American Psychologist. 1997. Vol. 52 (1). P. 45-56.

Hempelmann Ch. F., Attardo S. Resolutions and their incongruities: Further thoughts on Logical Mechanisms // Humor. 2011. Vol. 24, № 2. P. 125-149.

Jackendoff R. Semantic Structures. 1990. MIT Press, Cambridge, MA.

Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. // Proceedings of the Fifth Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society. 1979. P. 325-335.

D.N. Serozeeva (Moscow, Russia)
Moscow State Linguistic University

CONCEPTUAL BASES OF MULTIMODAL EUPHEMISATION IN COMIC CINEMATIC DISCOURSE

This paper establishes conceptual bases of multimodal euphemisation in comic cinematic discourse with reliance on R. Jackendoff's theory of conceptual primitives. It has been found that euphemisation is commonly set off by the Event > Event and Event > Thing/Object components predominantly in the modality of dynamic image, while incongruity relies on the Property and Thing/Object components in all three modalities – of dynamic image, speech and sound.

Key words: multimodal euphemisation, theory of conceptual blending, incongruity, analogy, humor.

Ю.Е. Сыпченкова (Томск, Россия)
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
korovina.juliaa@gmail.com

ФОКУСИРОВКА СОБЫТИЙ В ТЕКСТЕ НОВОСТИ

В статье рассматривается взаимодействие событий и их репрезентаций, которое находит выражение в тематической организации новостного потока. Данное взаимодействие охарактеризовано на материале новостных текстов государственных изданий РИА и ТАСС за 2020 г. Отмечены конкуренция событий, резкая смена фокуса при смене локуса события и слабый информационный отклик на объективные данные о ситуации.

Ключевые слова: медиадискурс, фокус, событие, тематическое моделирование.

Событие играет особую роль в организации медиадискурса. Структура события выступает в качестве основы для формирования модели ситуации, которая впоследствии воплощается в соответствующей жанровой форме.

Базовым жанром медиадискурса является новость [Добросклонская 2008: 60]. Одной из важных для данного исследования характеристик новостного текста, наряду с выраженной информативной и коммуникативной функцией, выступает его устойчивая макро- и микроструктура. Данная характеристика обеспечивает тематическое единство информационного потока, порожденного каким-либо событием.

Анализ тематического наполнения информационного потока позволяет изучить, как соотносятся реальная действительность и ее репрезентации в медиа. Цель данного исследования – проследить фокусы событийного ряда в новостных текстах и их соотношение с реальными событиями 2020 г. во время распространения коронавируса SARS-CoV-2.

Исследование коронавирусной инфекции актуально тем, что эта инфекция молниеносно приняла вид глобальной угрозы [Нестик 2020: 48] и, породив кризис, подчинила себе все сферы деятельности человека. Это естественно отразилось, в том числе на коммуникациях между обществом и властью, которые обеспечиваются государственными СМИ. Чтобы охватить большой объем текстовых данных и выявить их тематическую структуру, нами был использован метод тематического моделирования [Воронцов 2023].

Тематическое моделирование – это статистический метод анализа текстовой коллекции, помогает определить, какие темы она содержит; каждый текст представляется в виде дискретного распределения его термов (слов или словосочетаний), и предполагается, что некоторая латентная переменная, которую и следует найти, повлияла на это распределение. Латентная переменная в данном случае – распределение тем, которые состоят из наиболее частых, или же ключевых термов.

Материалом для построения модели послужили тексты новостных изданий РИА и ТАСС в объеме 794.611 слов, касающиеся российской повестки и опубликованные в период с 01.01.2020 по 30.12.2020. Все тексты были сгруппированы по дате публикации и по факту принадлежности к Москве или регионам, а также прошли стандартный этап предобработки: токенизация, лемматизация, удаление знаков препинания и стоп-слов.

В результате работы алгоритма нами был выявлен набор ключевых слов, и каждому набору в соответствии с его наполнением была дана номинация, или тема. Например, в новостном пространстве Москвы набору ключевых слов 'Россия', 'COVID', 'представить', 'портал', 'стопкоронавирус.рф', 'медицинский', 'данные', 'говорить', 'ситуация', 'врач' соответствует тема 'информирование'. Таким образом, мы выявили тематическую организацию каждого дня 2020 г.

Получившаяся информационная картина была соотнесена с данными по статистике распространения коронавируса за 2020 год, предоставленной сервисом для бизнес-аналитики Yandex DataLens. Он дает открытый доступ к нескольким источникам данных (портал «стопкоронавирус.рф», университет Джона Хопкинса и сервисы Яндекса) и снабжает инструментами для их обработки. Итак, нами были сделаны следующие наблюдения.

Всемирная организация здравоохранения объявила пандемию 11 марта, и в том же месяце фокус с темы вспышки в Китае перешел на тему пандемии и в новостях Москвы, и в новостях регионов. К тому же, в марте последовали рекомендации о переходе на дистанционный режим, введение карантинных мер для приезжих из других регионов и выступление Президента с целью объявления первых нерабочих дней. Результаты проведенного тематического моделирования позволили выявить, что в этот период внимание СМИ переместилось с одного локуса на другой: если в январе и феврале внимание российских СМИ в большей степени было сосредоточено вокруг Азии, то в марте оно сместилось на территорию России. Это связано с тем, что причина событий в Азии перестала ограничиваться только ее территорией и стала угрожать, в том числе России.

Также в конце марта прекратилось авиасообщение между Россией и другими странами, и это обусловило развитие темы авиасообщения в апреле. В данном случае мы наблюдаем конкуренцию событий, когда особо важные из них, связанные с угрозой обществу, получают более полное воплощение в новостном потоке. Смежное с пандемией событие – прекращение авиасообщения из-за быстрого распространения коронавируса – воплотилось в текстовом пространстве позже.

В новостях регионов, в отличие от новостей Москвы, активно развивалась тема информирования. Было замечено, что конкуренция данной темы и темы пандемии соотносится с уровнем смертности в регионах [Карпова 2020: 20]. Так, тема пандемии начала набирать интерес в июне, когда наблюдался пик смертности, а в августе и вовсе сменила тему информирования, когда показатели смертности уже пошли на спад. В остальных случаях хоть какого-либо соотношения статистики и тематической организации текстов не наблюдалось.

Тема вакцины в новостном пространстве регионов появилась в августе в связи с регистрацией вакцины «Спутник V», а наибольшее развитие получила в декабре, когда в Москве началась вакцинация и регистрацию прошла еще одна российская вакцина «ЭпиВакКорона». В новостном же пространстве Москвы тема вакцинации всегда была частью информационного потока, но наибольшее развитие получила в ноябре, т.е. перед перечисленными выше событиями.

Таким образом, проведенный анализ показал, что в процессах новостной репрезентации витально важные события вступают в конкуренцию между собой и подавляют остальные, даже смежные события. Более того, как только локус проблемной ситуации перестает быть частью категории «чужое» и становится частью категории «свое», в новостном потоке происходит резкая смена фокуса, как, например, с темы вспышки в Китае на тему пандемии. Также было замечено, что формальная, лишённая оценки информация о мире слабо влияет на новостной поток: статистика заражений и смертей во время коронавируса почти не определяла тематическое наполнение новостей, а суждение о ситуации, например, со стороны Президента и его администрации могло влиять на последующий контент.

Литература

Воронцов К.В. Вероятностное тематическое моделирование: теория регуляризации ARTM и библиотека с открытым кодом BigARTM. М.: URSS, 2023.

Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта : Наука, 2008. 263 с.

Карпова Л.С., Лиознов Д.А., Столяров К.А., Поповцева Н.М., Столярова Т.П. Весенне-летний период пандемии 2020 года // Эпидемиология и вакцинопрофилактика. 2020. Т. 19. № 6. С. 18-27.

Нестик Т.А. Влияние пандемии COVID-19 на общество: социально-психологический анализ // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5. № 2. С. 47-83.

Yu.E. Sytchenkova (Tomsk, Russia)
National Research Tomsk State University

FOCUSING EVENTS IN THE NEWS TEXT

The article examines the interaction between events and their textual representations, which finds expression in the topic organization of the news flow. The interaction is shown on the texts of news state agencies RIA and TASS for 2020. The competition of events, a sharp change of focus

when changing the locus of the event and weak information response to objective data on the situation are noted.

Key words: media discourse, focus, event, topic modeling.

*А.А. Терехова (Пятигорск, Россия)
Пятигорский государственный университет
alele4ka07@mail.ru*

ЯЗЫКОВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В АНГЛИЙСКОЙ РЕКЛАМЕ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЦЕННОСТЕЙ (НА РЕКЛАМНОМ МАТЕРИАЛЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ВЕЛИКОБРИТАНИИ)

Современное общество, пребывающее в общем социальном контексте, ежечасно взаимодействует с рекламой как с идеологической и экономической единицей. Реклама как погруженная в общественную жизнь компонента с помощью различных способов языкового манипулирования обретает аксиологическую функцию и оказывает непосредственное влияние на читателя рекламного текста.

Ключевые слова: реклама, ценности, лингвоаксиология, аксиология, языковое манипулирование, пресуппозиция.

Важной характеристикой развития современного общества является его нравственное совершенствование. Нравственность, нравственные ценности способны предопределять поведение людей, влиять на состояние общества в целом. Такого рода ценности способствуют объединению социума и достижению им солидарности и сплоченности. В современном мире трансляция ценностей обществу происходит в том числе посредством рекламы и рекламных текстов. Такие ценностные константы как успех, благосостояние, здоровье, счастье и др., тиражируемые с экранов телевизоров, баннеров, креативов в интернет-пространстве, играют важную роль в формировании человеческой культуры и в современном мире зачастую интерпретируются в языковые системы через такое лингвистическое явление, как языковое манипулирование [Кайрамбаева 2021: 61].

Речевым манипулированием принято считать не прямое, скрытое воздействие на читателя. Как правило, идеи, которые хотят внушить читателю, не высказываются прямо, они навязываются незаметно, путем использования огромного спектра языковых возможностей [Аракелова 2016: 100]. К подобного рода языковым механизмам можно отнести ассерцию, маскирующуюся под пресуппозицию, возражения под видом согласий, воздействия с помощью языковых приложений, противопоставления с помощью видимых и подлинных реальностей и так далее [Фаткуллина 2020: 387].

Говоря о пресуппозиции, имеется в виду семантическая компонента высказываний, относительно которых у выражающего мысль и воспринимающего ее не возникают сомнений. Транслируемые мысли понимаются в подобном случае как нечто само собой разумеющееся [Агаджаян 2023: 769]. Как правило, такие пресуппозиции не воспринимаются читателем даже тогда, когда поступающая информация является для него новой. Примером языкового механизма манипулирования в виде пресуппозиции является социально-ориентированный рекламный баннер национальной службы здравоохранения Великобритании (NHS), где изображен мужчина с пивным бокалом в руках. Из бокала течет не пиво, из него,

пачкакая соусом подбородок мужчины, «выливается» перемолотый на кусочки гамбургер. Рекламный баннер имеет подпись “Drop a drink size. 3 Pints of beer is like having 2 hamburgers to help you relax. It’s equal to 546 calories”. Истинность пресуппозиции подтверждена размещенной ниже фразой: “Dinking fewer units a great way to drop a shirt size, feel healthy and reduce the risk of serious problems like cancer and liver disease”. Такой подзаголовок констатирует факт того, что сокращение употребления алкоголя может помочь человеку справиться с проблемой лишнего веса и тем самым обезопасить себя от риска возникновения серьезных заболеваний, таких как заболевания печени или рак. Участники коммуникативного взаимодействия в данном случае воспринимают пресуппозицию в прагматическом смысле, т.к. факт, указанный на баннере как точка зрения экспертов, врачей национальной службы здравоохранения Великобритании, – это не что иное, как пропозиция, неявно подразумеваемая еще до начала передачи информации [Сатаева 2018: 183]. В приведенном примере передается оценочно-интенциональное значение, модальный и эмоциональный смысл, поскольку баннер как объект, транслирующий идею вне зависимости от контекста, передает информацию читателю, не подкрепленную внешними факторами. В связи с чем данный баннер распространяет определенные мысли и то, как информация связана с его собственной контекстуально-уровневой моделью жизни. Очевидно, что при оценочном рассмотрении данного послыла на рекламном баннере читатель потенциально принимает информацию как данность и, впоследствии ее анализируя, может принять для себя решение – стоит ли обеспечивать свое существование здоровым образом жизни или продолжить употреблять алкоголь и ждать развития серьезных заболеваний, таким образом возвращаясь к вопросу о ценностях, которые программируются в сознании читателя благодаря экспертному мнению специалистов национальной службы здравоохранения Великобритании (NHS).

Еще одним широко употребляемым способом трансляции пресуппозиции в английской рекламе является применение тождественно ложных предикатов. Опираясь на материалы английской социальной рекламы национальной службы здравоохранения Великобритании (NHS), рассмотрим плакат, где изображен ребенок, чье горло сжимается псевдурочкой взрослого человека, состоящей из дыма сигарет. Плакат сопровождается надписью “Your smoking harms your child”, где семантические пресуппозиции выражены в отдельном словосочетании, таком как “Your smoking harms”. Здесь подразумевается, что отрицательные качества *Других* идут вразрез с *Нами*, читателями данного текста, не причастными к подобному рода разрушительным ситуациям. Читатель автоматически хочет “открытись” от навязанного ярлыка, ведь он не тот, кто вредит ребенку. Таким образом через рекламный текст NHS пытается сформировать у читателя “правильную” ценность – ценность здоровья, ценность заботы о ближнем и о продолжении рода.

Примером применения тождественно ложных предикатов в английской рекламе NHS является «внутренний диалог» личности, изображенной на рекламном плакате донорской службы здравоохранения. На плакате изображена женщина, чья личность представлена в двух интерпретациях: одна – цветущая, со здоровым цветом лица, без морщин и любых других отрицательных характеристик во внешности, вторая – большая, осунувшаяся, с синяками под глазами, растрепанная, с медицинскими трубками / катетерами, прикрепленными к шее. Читатель понимает, что это один и тот же человек, изображенный в двух разных состояниях, на картинке «две личности» стоят спина к спине, будто они сиамские близнецы. Смотрят эти личности в разных

направлениях, и каждая сопровождается репликами внутренних диалогов. Та, что слева, в болезненном состоянии, «думает» следующую фразу: “I’d definitely take an organ if I needed one”. Вторая, та, что выглядит здоровой, сопровождается фразой: “The Organ donor Register? Haven’t got round to joining”. Под изображением располагается подзаголовок: “If you believe in organ donation, prove it. Register now”. Следует обратить внимание на тот факт, что фрагменты диалогов, которые представлены на плакате, из микроконтекста плаката входят в макроконтекст, которым выступает тяга организации здравоохранения перенаправить ценностные ориентиры населения в сторону донорства [Агапова 2016: 28]. Тождественно ложные предикаты в данном примере ставят читателя в положение любого из представленных на плакате персонажей: в положении того, кто «не успел зарегистрироваться» в реестре доноров и в положении того, кому «не хватило» или «не было возможности» получить нужный орган», будь он доступен вовремя, тогда, когда он был еще нужен. Читатель понимает, что он мог бы быть на любой из этих сторон. Еще одна деталь данного плаката стимулирует дополнительный виток размышлений о скрытых смыслах: две личности одного персонажа одеты в больничную рубашку, что наталкивает на мысль будто «цветущий» и, казалось бы, «живой» человек на самом деле уже мертв и тогда фраза “The Organ donor Register? Haven’t got round to joining” играет иными красками, мы понимаем, что женщина думает: «я бы поделилась, но я не успела, ведь я не зарегистрировалась в реестре доноров Великобритании». С помощью отсылки к «обратной стороне медали» мы видим еще один ярлык, который навешивается на читателя: его с помощью использования тождественно ложных предикатов приравнивают к жадному, нерасторопному, больному, умирающему пациенту, который не смог сохранить не только свою жизнь, но и не дал возможности жить тем, у кого потенциально была такая возможность, поделись он своим здоровым органом. Таким образом NHS демонстрирует ценность самой жизни, ценность сострадания и ценность своевременных действий в пользу себя или ближнего.

Часто в английской рекламе для трансляции ценности применяется такой способ языкового манипулирования, как противопоставление внешней и подлинной реальностей [Савоськина 2015: 369]. Подобную манипуляцию можно наблюдать в рекламе NHS, которая выступила против соляриев, пропагандируя здоровый образ жизни. Рекламная кампания с громким заголовком “The look to die for? Bin the beds”. Изображала красивых девушек с частично искаженными ожогами лицами, на которых был выжжен пугающий текст со статистикой, демонстрирующий количество заболевших раком девушек-любительниц соляриев моложе 30 лет. Читатель таким образом воспринимает сразу две реальности: ту, которая “привычна глазу”, где солярий не является чем-то опасным, где солярий – это инструмент на пути к красивому загару; и вторую, где за красивой картинкой скрывается опасность. Диссонанс, вызываемый подобным противопоставлением, склоняет читателя к осознанному выбору здоровья и счастливого будущего без болезней.

Вышеизложенные примеры достоверно демонстрируют, что институт рекламы сегодня активно апеллирует к миру ценностей, более того, именно рекламные тексты в настоящее время генерируют и активно транслируют как традиционные, так и новые ценности, используя различные вербальные и невербальные механизмы. Смысловое рекламное поле подкрепляется лингвоаксиологическими подходами, позволяющими проецировать духовно-нравственное состояние социума. На примере английской рекламы национальной службы здравоохранения Великобритании (NHS) мы наглядно продемонстрировали то, как именно пресуппозиции, тождественно

ложные предикаты, языковые аппликации оказывают влияние на читателя рекламного текста и формируют не только его повседневные поведенческие модели, но и ценностные и нравственные установки.

Литература

Агаджанян Р.В. Языковое манипулятивное воздействие: теоретический обзор // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. № 3. С. 765-772.

Агапова С.Г., Милькевич Е.С. Речевое поведение коммуникантов как способ актуализации их личностных характеристик // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2016. № 2-1. С. 24-31.

Аракелова А.Р., Ширяева Т.А. Концептуализация и вербализация ценностей англоязычного дискурса моды с учетом их институциональной специфики // Когнитивные исследования языка. 2016. № 27. С. 98-105. DOI 10.20916/2071-9639-2016-27-98-105.

Кайрамбаева А. Ж, Атыгаева Ж. Е. Прагматическая направленность рекламного дискурса // CCS&ES. 2021. № 2. С. 58-66.

Савоськина А.М. Роль ценностей в научном познании // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 1 (50). С. 368-370.

Сатаева Г.С. Прессупозиции дискурса в аспекте субъективной оценочности / Г. С. Сатаева // Мировое культурно-языковое и политическое пространство: инновации в коммуникации: Сборник научных трудов / под общей редакцией С.Н. Курбаковой, Н.М. Мекеко. М.: РУДН, 2018. С. 181-188.

Фаткуллина Ф.Г., Зарипова Э.М. Языковое манипулирование базовыми ценностями современного общества в цифровой медиасреде // Мир науки, культуры, образования. 2020. №3 (82). С. 387-388.

*A.A. Terekhova (Pyatigorsk, Russia)
Pyatigorsk State University*

LANGUAGE MANIPULATION IN ENGLISH ADVERTISING THROUGH THE PRISM OF VALUES (BASED ON PROMOTIONAL MATERIAL FROM THE UK NATIONAL HEALTH SERVICE)

Modern society, which is in a common social context, interacts hourly with advertising as an ideological and economic unit. Advertising as a component immersed in public life acquires an axiological function and has a direct impact on the reader of the advertising text through various methods of linguistic manipulation.

Key words: advertising, values, linguistic axiology, axiology, linguistic manipulation, presupposition.

*Е.А. Титова (Челябинск, Россия)
Челябинский государственный университет
elena_vendina@list.ru*

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УНИВЕРСИТЕТСКОГО МЕДИАДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТА МГУ)

Данная статья посвящена изучению университетского медиадискурса на материале официально сайта МГУ им. М.В. Ломоносова. В результате исследования было выявлено, что наиболее частотной функцией является информативная функция, т.е. основной целью

официального сайта МГУ является информирование о событиях и мероприятиях, которые проходят в университете или университетской жизни.

Ключевые слова: дискурс, язык, университетский дискурс, МГУ, сайт.

Согласно мнению В. И. Карасика, институциональный дискурс является общением в заданных статусно-ролевых отношениях [Карасик 2000: 9].

Вслед за В. И. Карасиком, мы считаем, что в институциональном дискурсе принимают участие представители того или иного института, так называемые агенты, и люди, которые к ним обращаются, которых можно назвать «клиентами» [Карасик 2000: 10]. В университетском дискурсе общение осуществляют не только студенты и преподаватели, но и другие участники университетского сообщества, а также представителей общества, которые не связаны с университетом в обычной жизни, но вступают с ним в контакт в определенных ситуациях [Финогеева, Олизько 2022: 218-225].

Как указывают в своем исследовании А.А. Финогеева и Н.С. Олизько, университетский дискурс имеет несколько подвидов, среди которых значительную роль играет университетский медиадискурс. Учитывая темпы цифровизации, медиадискурс осуществляет основную функцию представления жизни университета. Такой вид университетского дискурса обуславливается следующими элементами: информация, содержащаяся в университетских новостных статьях, оперативна («здесь и сейчас»), информативна (отражает основные моменты), охватывает широкий спектр проблем (от научного открытия до досуга членов университетского сообщества), формализована [Финогеева, Олизько 2022: 218-225].

Университетский медиадискурс в основном представлен на сайтах университетов и в различных сообществах того или иного университета в социальных сетях (ВКонтакте, Телеграм и т.д.).

В рамках общения язык является средством передачи информации. В университетском дискурсе язык несет важные прагматические характеристики, описывающие различные намерения говорящего.

По мнению В.М. Русакова и О.Ф. Русаковой, коммуникативная функция языка играет доминирующую роль в рамках исследования дискурса. При этом выделяются несколько видов коммуникативной функции. Во-первых, когнитивная (познавательная или информативная), в рамках которой языковые средства направлены на информирование участника коммуникации. Во-вторых, побудительная функция, которая направлена на воздействие на поведение реципиента информации и побуждение его к совершению тех или иных действий. Также выделяются такие функции, как статусно-ролевая, эмотивная (функция, отвечающая за создание определенного эмоционального настроения), персуазивная, метадискурсная, фатическая (функция поддержания контактов) и так далее [Русакова, Русаков 2008: 15].

В рамках нашего исследования мы рассмотрим прагматические особенности университетского медиадискурса на материале сайта Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

На главной странице сайта МГУ представлена информация о самом университете – полное название университета, год основания, ректор с указанием полного имени и ссылкой на его рабочий график в ближайшее время. Также существует выбор рабочих языков сайта и ссылки на сообщества в различных социальных сетях. Особенностью страницы является слайд шоу, в котором обозначены различные ключевые мероприятия, связанные с обращением к

абитуриентам («ПОСТУПАЙ ПРАВИЛЬНО»), информацией о предстоящем юбилее университета («К 270-летию Московского университета»), приглашением в научно-образовательные школы МГУ, информация о науке в Московском университете, также есть слайд об экспертной площадке МГУ под названием «Диалог о настоящем и будущем». Помимо этого, существуют ссылки на различные разделы сайта, такие как общие сведения, учеба, поступающим, международное сотрудничество, объявления и т.д. На самой странице при прокручивании можно просмотреть новости МГУ в хронологическом порядке с рабочими ссылками на более подробную информацию. В данном случае языковые средства на главной странице сайта МГУ выполняют когнитивную функцию – идентификация предметов и событий. Назывные предложения с минимальной информацией дают пользователям сайта представление об университете и основных событиях, которые проводятся в рамках вуза или каким-то образом с ним связаны.

Слайд, содержащий посыл, который нацелен на настоящих или будущих абитуриентов («ПОСТУПАЙ ПРАВИЛЬНО»), имеет ссылку на Центральную приемную комиссию МГУ и посредством использования императивного предложения во втором лице единственном числе выполняет персуазивную функцию, т.е. воздействует на потенциального поступающего и мотивирует его к определенному действию посредством использования игры слов на основании двойного прочтения фразы «ПОСТУПАЙ ПРАВИЛЬНО», где «поступай правильно вообще в жизни» коррелируется со значением «поступать в учебное заведение». Такая фраза привлекает внимание и внушает потенциальному абитуриенту мысль, что поступление в МГУ будет правильным поступком в жизни.

В основном ссылки на различные разделы сайта ведут пользователей на страницы с новыми ссылками, где можно найти более подробную информацию. Так, реализуется когнитивная или информативная функция, т.е. пользователь сайта поучает информацию без каких-либо эмоциональных или оценочных элементов.

Интерес вызывает раздел сайта, посвященный международному сотрудничеству. На главной странице данного раздела представлена информация о целях такого сотрудничества, перечисляются вузы-партнеры МГУ и приводятся статистические данные в виде числительных – количество вузов-партнеров, студентов, участвующих в программах, выпускников и т.д. Стоит отметить отсутствие оценочной и эмоциональной лексики, но обращает на себя внимание позитивный посыл в рамках данного раздела: *«МГУ стремится к развитию сотрудничества с представителями научного и академического сообщества, университетами, общественными организациями всего мира. Двери Московского университета открыты для зарубежных абитуриентов, студентов, стажеров и преподавателей.»* Фразы *стремится к развитию сотрудничества, с организациями всего мира, Двери Московского университета открыты для...* указывают на готовность вуза принимать у себя всех без исключения желающих и выполняют фатическую в комбинации с персуазивной и информативной функциями.

На основании проведенного анализа, мы приходим к выводу, что сайт МГУ имеет официальный характер, четко структурирован и лишь в редких случаях нацелен на убеждение или привлечение посетителей сайта к какой-то деятельности. Практически все ссылки и посты носят информативный характер, что подчеркивает официальный тон и важность учебного заведения такого рода. Объявления, направленные на привлечение абитуриентов, выделяются из общей массы, в них используется игра слов и императивные структуры.

Литература

- Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 239-240.
- Виноградов С.И., Платонов О.В.* Культура русской речи: учебник для вузов. М.: НОРМА-ИНФРА, 1999. С. 138-139.
- Карасик В.И.* О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
- Кириллова И.К.* Лингвосомиотика англоязычного университетского дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2010. 200 с.
- Кочнева Ю.Е., Пастухова О.Д., Титова Е.А.* Особенности сообщества «Абитуриенты ФЛИП ЧелГУ» факультета лингвистики и перевода Челябинского государственного университета в социальной сети «ВКонтакте» // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы XI Междунар. науч. конф., Челябинск, 7-9 апр. 2022 г.: в 2 ч. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2022. Ч. 1. С. 55-59.
- МГУ. Московский государственный университет URL: <https://www.msu.ru/int/> (дата обращения 28.08.2023)
- Русакова О.Ф., Русаков В.М.* PR-дискурс: Теоретико-методологический анализ. Екатеринбург, 2008. С. 13-14.
- Финогеева А.А., Олизько Н.С.* Мультиmodalность университетского медиадискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 9 (467). С. 218-225.

E.A. Titova (Chelyabinsk, Russia)
Chelyabinsk State University

PRAGMATIC FEATURES OF THE UNIVERSITY MEDIA DISCOURSE (BASED ON MSU OFFICIAL SITE)

This article is devoted to the study of university media discourse on the materials of the official website of Moscow State University. As a result of the study, it was found that the most frequent function is the informative one, that is, the main official of the official website of Moscow State University informs about events and activities that take place in the university.

Key words: discourse, language, university discourse, Moscow State University, website.

T.G. Xasanova (Dushanbe, Tajikistan)
Филиал Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова в городе Душанбе
Azamat99996@mail.ru

АЛАРМИЗМ В НАРРАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ МЕДИАДИСКУРСА

В статье рассматривается одна из актуальных стратегий создания медиатекстов – алармизм. Отмечается факт приоритетности алармистских тем в современных СМИ, что способствует масштабной реализации целого ряда концептов в их дихотомической представленности. Не менее актуальной автор считает и такую практику публицистического текстосоздания, как фрейминг, обозначая его как мощнейший инструмент влияния на общественное мнение.

Ключевые слова: медиадискурс, алармизм, медиафрейминг, нарратив, концепт, манипуляция.

Популярность антропоцентричности в современном научном знании позволила сформировать картину о влиянии публицистического слова на сознание масс, тем

самым дав импульс к развитию алармистского дискурса. Целенаправленная «алармистская» политика медийных корпораций сосредоточена, прежде всего, на повышении их рейтингов, привлечении аудитории и, естественно, включенности в мировой медиарынок, где с хрестоматийной точки зрения основополагающими обозначены два коммуникативных регистра – нарративность и перформативность. В нынешних же условиях наблюдается «гибридная нарративно-перформативная конструкция» [Тюпа 2017: 44], в которой особое место занимает алармистская риторика и текстопроизводители не исключают возможности усиления рецептивных последствий алармизма, связывая это с системным развитием высоких технологий и постоянным наращиванием инновационного потенциала потребителей текстов СМИ. В стремлении «заполучить» искуственную медийную многообразием аудиторию многие издания привлекают ее преимущественно «тревожными» и «тревожащими» элементами текста, а то, что по соображениям цензуры не допускается в тираж, просачивается в социальные сети или интернет-издания, так помогая достичь преследуемые цели. Такая тенденция делает феномен алармизма в СМИ острой и открытой для дискуссий проблемой, на которой сосредоточены практики и теоретики СМИ. В частности, О.Л. Гнатюк констатирует факт приоритетности «алармистских» тем в сегодняшнем медийном дискурсе и «фрустраторскую» функцию современных СМИ, суть которой заключается в манипулировании общественным сознанием (одноименную теорию предлагает и политолог С.Г. Кара-Мурза, анализировавший российское политическое медиапространство), что само по себе представляет дисфункцию СМИ, которая усугубляется «разрастающимся» рекламным дискурсом, агрессивно пропагандирующим идеи материализма.

Реализация всех представленных выше интенций осуществляется посредством медиатекста – термина, которым изобилует современная научная литература, определяя его динамически сложной единицей речевого общения в сфере массовых коммуникаций и обозначая в качестве гиперонима, или зонтичного понятия, объединяющего следующий ряд терминов: журналистский текст, PR-текст, публицистический текст, газетный текст, теле- и радиотекст, рекламный текст, блогерский текст и пр. Центральным же признаком медиатекста является воздействие на общественное мнение, позицию, убеждения, а его создателем является языковая личность журналиста, которая, в свою очередь, основана на его когнитивных способностях, мировосприятии, интеллектуальном и культурном уровнях. При этом воздействие на общественное мнение, изначально формирующееся на индивидуальном уровне невозможно без обращения к темам (преимущественно алармистским), которые обладают перспективой стать предметом неформальных бесед между знакомыми, друзьями, коллегами и т.д. Именно здесь медиатекст и выполняет свою априорную функцию – манипулятивную. Избыточность медиапространства на предмет трансляции «фоново-негативной, нагнетающе-тревожной информации (насилие, агрессия, катастрофы, аварии, убийства, этнические и политические конфликты, терроризм, смерти и т.п.) формирует у массовой аудитории такие психологические состояния, как страх, растерянность, тревожность, беспомощность, неуверенность, бессилие перед внешними факторами – и в то же время – враждебность, антипатия, возмущение, ненависть, нетерпимость, напряженность, обесценивание человеческой жизни и другие проявления деструктивных интенций, хаотизации, роста неопределенности» [Гнатюк 2006]. Вспомнить хотя бы знаменитое высказывание булгаковского профессора Ф.Ф. Преображенского о вреде чтения газет перед обедом, поскольку это вызывает

«потерю веса, пониженные коленные рефлексы, скверный аппетит, угнетенное состояние духа», а повесть, к слову, написана в 1925 г.

Ярким примером алармизма в медиадискурсе может послужить манера освещения пандемии коронавируса; пик «коронапаники» в СМИ пришелся на середину 2020 г., и плато продлилось до середины 2021 г., практически «поглотив» все информационное пространство и став первоочередным инфоповодом. Тематическое усугубление произошло в том числе и благодаря существенному расширению медиaprостранства за счет стабильно возрастающей роли интернет-ресурсов и особенно социальных сетей. Сложившаяся ситуация и вполне ожидаемая / прогнозируемая рефлексия со стороны аудитории дают основания вести речь об использовании «манипулятивных стратегий СМИ» [Храброва 2020].

Безусловно, подобного типа стратегии де-факто входят в рабочий инструментарий журналистов – таковы реалии медиарынка, однако сегодня «алармистские» практики подразумевают использование этих стратегий в комбинированной форме и в повышенной «концентрации».

Здесь же важно сделать ремарку о том, что паника по какому-либо поводу и, как следствие, преувеличение масштабов проблемы не имеет прямой корреляции с массмедиа, тем не менее именно последние становятся «самым эффективным средством ее инициирования, поддержания на плаву и направления в то или иное русло» [Храброва 2020: 153] и, пользуясь моральной паникой, приводит в действие механизм манипуляции общественным сознанием.

Парадоксальным же представляется, что рассматриваемая нами проблема не нова (что, однако, не делает ее менее актуальной) и для доказательства наличия «алармизма» в медиатекстах не требуется какой-либо качественной экспертизы, поскольку на лицо ее топорное вмешательство в медиадискурс, который рассчитан на «массовость» (масса – много разных), а не элитарность аудитории и, как следствие, невозможность / нереальность / неспособность аналитико-критического прочтения информации, распространяемой в СМИ, которые, в свою очередь, подводят к непременно «алармистской» интерпретации освещаемых событий. Минусовой резонанс эмоциональной зарядки, получаемой аудиторией после прочтения «алармистского» нарратива, способствует масштабной реализации целого ряда концептов, при чем в их дихотомической представленности «жизнь – смерть», «добро – зло», «опасность – безопасность», «стабильность – непредсказуемость/неопределенность» и прочих. Однако компонент с отрицательной коннотацией в подобных диадах явно превалирует, устойчиво расширяя все зоны концепта «СТРАХ».

В концептуальном плане нельзя не упомянуть и актуальнейшую практику публицистического текстосоздания – фрейминг, который учеными обозначается как мощнейший инструмент влияния на общественное мнение. Медиафрейминг, т.е. угол зрения, перспектива или ракурс подачи информации, определяемые самим автором материала, практически исключает объективный характер нарратива, наделяя его оценочными (авторскими) суждениями, или субъективизмом. По идее это соответствует хрестоматийным рамкам публицистики ввиду наличия ее функциональной дифференциации с журналистикой: (new (news) – новый, новость(и)) и публицистики (view (views) – взгляд, мнение). Весьма убедителен в этом контексте Г.Я. Солганик: «Публицистический текст, по определению, по природе должен содержать в себе в большей или меньшей степени черты, приметы авторской личности. В этом суть и специфика публицистики – речи непосредственно авторской,

личностной, субъективной...» [Солганик 2001: 78]. Более того, некоторые исследователи полагают что «любой журналистский текст – это публицистика, а журналистика – это ряд профессиональных обязанностей, а написание текста является лишь их частью» [Вырощева 2017: 2].

В этой связи и алармистские, и фрейминговые характеристики, свойственные нарративным практикам в СМИ, не следует рассматривать как современный тренд, существование которого связано исключительно с поведенческими моделями журналистов/публицистов нашего времени, осуществляющих свою профессиональную деятельность в нынешних условиях медиа рынка (плотность, высокая конкуренция, разнообразие медиапродуктов). Манифестация алармистской риторики, которая прослеживается в материалах, посвященных вопросам миграции, образования, здравоохранения, социальной защиты и работе других общественно-политических и экономических институтов, всегда была и остается главным параметром массмедиа как в концептуальном, так и в доктринальном планах. Ведь именно тенденциозное внимание к «болевым точкам» и агрессивность в их номинации и дескрипции заставляют властные структуры реагировать на проблемы и активизировать гражданское общество. Однако актуальным вопросом современного медиадискурса является степень и объем алармистской концентрации нарративов, которые практически не оставляют аудитории права/возможности критического анализа последних, а буквально формируют и развивают аналитическую «близорукость».

К проблеме алармизма исследователи подходят с различных опций и, как правило, демонстрируют гипертрофированное к ней отношение, что, безусловно, оправдано с позиции социальной составляющей журналистики – авторы материалов СМИ, захваченные «конкурентной» идеей, в своей «погоне» за сенсациями и рейтингами априори не принимают во внимание репутационную составляющую, которая взывает о пересмотре концепции современных медиатекстов на предмет снижения в них уровня тревожности.

Литература

Вырощева Е.В., Исакова Т.Б. Формирование авторского стиля журналиста в процессе обучения // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2017. № 1, Том 2. С. 1-8

Гнатюк О.Л. Алармизм как негативная асимметрия, или новая функция российских СМИ? // Экстремизм и средства массовой информации / Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. В.Е.Семенова. СПб., Изд-во «Астерион», 2006. С. 12-15.

Конов Е.Ф. Теория и практика зарубежной журналистики: пособие В 3 ч. Ч. 1. Минск: БГУ, 2012. 110 с.

Солганик Г.Я. Автор как стилообразующая категория публицистического текста // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 3. С. 74-83.

Тюпа В.И. Новостной дискурс как нарратологическая проблема // Новый филологический вестник. 2017. № 3 (42). С. 40-51.

Храброва Е.С. Конструирование дискурса алармизма в медиaprостранстве Великобритании (на материале освещения пандемии COVID-19) // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2020. № 2 (37). С. 152-161.

ALARMISM IN NARRATIVE PRACTICES OF MEDIA DISCOURSE

The article analyses one of the current strategies for creating media texts - alarmism. The priority of alarmist topics in modern media is obvious. Such state of affairs contributes to the large-scale implementation of concepts in their dichotomous representation. The author considers framing is no less significant practice of journalistic text creation, identifying it as the most effective tool for influencing public opinion.

Key words: media discourse, alarmism, media framing, narration, concept, manipulation.

А.Ю. Черникова (Челябинск, Россия)
*Челябинский государственный университет
a.bodnar17@mail.ru*

РЕЧЕВЫЕ МАРКЕРЫ НАЦИОНАЛИЗМА В ТЕЛЕГРАМ-СООБЩЕСТВАХ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассмотрены лексические маркеры национализма в российских телеграм-сообществах. Дано определение речевым маркерам, выделены их функции. Материалом для исследования речевых маркеров национализма послужили песни групп «Коловрат», «Гр.Ом», «Камаедица», «Родосвет», «Вандал», «Белодух».

Ключевые слова: Телеграм, телеграм-сообщество, национализм, речевые маркеры национализма.

В современном мире интернет является одним из основных механизмов распространения национализма. Согласно данным Global Digital, в 2022 г. люди провели в сети интернет 12,5 триллионов часов онлайн [Datareportal, URL]. В России, после начала ведения СВО и запрета социальных сетей компании Meta, в российском цифровом пространстве значительно увеличилось количество создаваемых сообщений. Было написано более 1,5 млрд постов, репостов и комментариев [br-analytics, URL]. Объем контента за месяц вырос на 36% [br-analytics, URL]. Это во многом произошло благодаря популярности мессенджера Телеграм, который в январе 2021 г. стал самым скачиваемым приложением [br-analytics, URL].

Низкая цензурированность, удобный интерфейс, легкий доступ сделали платформу востребованной среди пользователей, создающих тематические сообщества с националистической направленностью.

Интерпретация понятия национализма достаточно вариативна. Согласно «Толковому словарю русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, национализм – «1. Идеология и политика, исходящая из идей национального превосходства и противопоставления своей нации другим. 2. Проявление психологии национального превосходства, национального антагонизма, идеи национальной замкнутости» [GUFO.ME, URL]. Второй аспект понятия национализма ярко проявляется в некоторых телеграм-сообществах.

В настоящее время идеи национального превосходства получают распространение в интернет-среде. Цель данной статьи – проанализировать лексические маркеры национализма в телеграм-сообществах и выявить их функции. Специальные наблюдения позволяют утверждать, что особая роль в продвижении

националистической идеологии принадлежит песенному творчеству, используемому модераторами.

Материалом для исследования послужили контексты, извлеченные из 43 текстов песен групп *Коловрат*, *Гр.Ом*, *Камаедница*, *Родосвет*, *Вандал*, *Белодух*, которые были опубликованы в русскоязычном сегменте Telegram за последние 13 лет.

Выбор творческого жанра в качестве материала исследования не случаен, поскольку мы полагаем, что именно через песни приверженцы националистических идей экспрессивно заявляют о себе и своих взглядах. Песенное творчество позволяет легко донести нужные идеи до потенциальных последователей.

Речевые (дискурсивные) маркеры являются некими сигналами, которые маркируют данные песни как националистические. Речевые маркеры становились объектом исследования как зарубежных, так и отечественных ученых. Приведем некоторые трактовки речевых маркеров. Так, американскому лингвисту Д. Шиффрин принадлежит первая детализированная работа по дискурсивным маркерам, которая относит к ним сочинительные и подчинительные союзы, темпоральные наречия и невербальные дискурсивные маркеры. Теория Д. Шиффрин положила начало изучению природы дискурсивных маркеров [Schiffirin 1987]. Продолжая исследование дискурсивных маркеров, Д. Блейкмор определила, что дискурсивные маркеры имеют процедурное значения [Blakemore 1987]. Мнение о том, что дискурсивные маркеры имеют процедурное значение, разделяют и отечественные ученые. М.В. Каменский определяет дискурсивные маркеры как «языковые элементы, несущие процедурное значение в дискурсе и регулирующие дискурсивное поведение участников коммуникативного акта» [Каменский 2014: 53-56]. Однако анализ материала показал, что маркеры, выделенные в националистических песнях, нельзя интерпретировать также. В связи с этим считаем необходимым пояснить, что выделенные нами маркеры носят идеологический характер и представляют собой элементы языка, отражающие идеологизированное мировидение. Основная функция данных маркеров – раскрытие специфики националистической идеологии в конкретных речевых произведениях.

Маркерами национализма в материале исследования выступают лексические единицы: идеологически нагруженные слова, экспрессивные выражения, жаргонные выражения, табуированная лексика, пейоративная лексика, этнонимы. Выделенные нами маркеры выполняют следующие функции:

- **Оценочно-описательная функция.** Данная функция направлена на создание образа идеального приверженца националистической идеологии, наделение его соответствующими качествами. Она реализуется с помощью эпитетов, которые описывают необходимые внешние и внутренние качества человека. Данный человек должен:

- принадлежать белой расе (*Бесстрашный, белый, гордый – гордый быть русским и белым / Белые воины – вот они мы*);

- иметь воинственный характер (*Храбрый арийский солдат / Рожденный сильным и смелым*).

- **Регулятивная функция.** Вышеперечисленный набор качеств предлагают применить на благое дело, а именно – спасение Родины и белого народа: *Мы не уступим, пусть Родина освободится / Исконных идеалов расы открывая засов; Мы в неизбежную реальность превращаем страшный сон врагов / Помни, скинхед, ты обязан сберечь свой народ... Так береги белый род! / Мы не оставим Родину свою. Жизнь отдадим во благо белым людям, борясь у бездны на краю.* Данная функция реализуется через экспрессивные выражения, направленные на воздействие врагов.

Вербализация своего образа, конкретизация своей цели помогают экспрессивно заявить о себе, а также произвести впечатление на читателей.

- **Функция дискредитации «чужих».** Данная функция реализуется через пейоративную лексику, экспрессивные этнонимы, лексику, семантика которой передает идею агрессии. В контексте данного творчества представитель другой этнической группы является синонимом к слову враг. Также образ врага прослеживается во всем новом, культурном, прогрессивном, западном. Например: *кровавые шакалы, чужестранные уроды, чурки, гуки, негритосы / Фабрики смерти и лжи институты / Храмы уродства музеи дерьма / Вдаль проводов электрических струты / Метки штрих-коды заменой клейма.* Данная лексика выражает радикальные настроения группировок.

- **Функция идеализации националистической идеологии.** Она реализуется посредством опоры на прецедентные феномены, отсылающие к известным фактам истории, мифологии, религии, войн. Так, для объяснения радикальных настроений авторы песен, тексты которых используются модераторами, воспевают нацистскую идеологию. Примером служат строки из текстов песен *«Бронислав Каминский»* группы Гр.Ом, *«Локотская Русь»* группы Родосвет, *«Слава России»* группы Коловрат и др. Также с целью подчеркивания своей воинственности и собственного возвеличивания авторы песен прибегают к **скандинавской мифологии**. Например, встречаются следующие строки: *Герой нордической крови восстал, в бой призыва!; Дух Эйнхериев вторгнулся в вечность!; Павшим – память и честь и... в объятия Валькирий!; Пусть Валькирий пьянит сок наших ран!*

Подводя итог, отметим, что лексические средства языка служат индикатором проявления националистической идеологии в сообществах, имеющих распространение в Telegram. Их основные функции заключаются в оценке, дискредитации и критическом отношении к «чужим» на фоне восхваления «своих», а также регуляции инициатив, направленных на «благое дело».

Литература

Каменский К.В. Дискурсивные маркеры как когнитивное средство создания контраста в дискурсивном взаимодействии // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 1 (54). С. 53-56.

Коростелева Л.В., Безбородова Ю.В. Лингвистические средства выражения агрессии в пропагандистском дискурсе (на примере жанра самопрезентации радикальных националистических сообществ) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022. Т. 13. № 1. URL: <https://sflk-mn.ru/PDF/29FLSK122.pdf> (дата обращения: 20.03.2023).

Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022 // brand analytics URL: clck.ru/35Xfc7 (дата обращения: 20.01.2023).

Толковый словарь русского арго // GUF0.ME. URL: clck.ru/35Xfhz (дата обращения: 13.01.2023).

Шугаева А.С. Дискурсивные маркеры как механизм текстопостроения // Ограев-online. 2020. № 6. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/diskursivnye-markery-kak-mexanizm-tekstopostroeniya> (дата обращения: 20.03.2023).

Blakemore D. Semantic constraints on relevance. Oxford: Blackwell, 1987.

Digital 2022: Global Overview Report // Datareportal. URL: clck.ru/32uQr5 (дата обращения: 19.01.2023).

Schiffirin D. Discourse markers. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

THE SPEECH MARKERS OF NATIONALISM IN TELEGRAM COMMUNITIES: FUNCTIONAL ASPECT

The article examines the speech markers of nationalism in Russian telegram communities. The definition of the speech markers is given, their functions are highlighted. The material for the research is taken from the songs of the groups "Kolovrat", "Gr.Om", "Kamaeditsa", "Rodosvet", "Vandal", "Belodukh".

Key words: Telegram, telegram community, nationalism, the speech markers.

A.O. Чупахина (Санкт-Петербург, Россия)
СПбГЭТУ «ЛЭТИ»
alexandra.chupakhina@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В ДИСКУРСЕ МЕДИАИСКУССТВА

В статье исследуется дискурс медиаискусства, посвященный творческому процессу создания цифровых произведений искусства. Выявляются языковые способы репрезентации творческой деятельности художников, средств творческого выражения мастеров, а также анализируется метафорический перенос, основанный на взаимодействии концептуальных областей медиаискусства и классического искусства.

Ключевые слова: дискурс медиаискусства, метафорический перенос, концептуальная область, творческий процесс.

Современный этап развития общества традиционно называется техногенной цивилизацией, в которой инновационная деятельность приобретает особую значимость. Техника и технологии проникли во все виды деятельности человека, не обойдя и искусство. Известно, что художники реагируют на любые изменения, происходящие в обществе, пытаются, с одной стороны, с помощью художественного выражения отразить значимые события, а, с другой стороны, найти в них основу для творческого вдохновения. Поэтому не удивительно, что уже к 1990 г. образовалась особая форма высокотехнологичного искусства, являющаяся результатом развития науки и технологий, а именно создания компьютеров и интернета, которые играют центральную роль в формировании определенных видов искусства. Высокотехнологические формы художественного выражения, при котором произведение искусства создается, хранится и распространяется с помощью цифровых технологий, называются цифровым, или медиаискусством [Пол 2020: 8].

С формированием медиаискусства правомерно говорить о появлении дискурса медиаискусства, одним из основных элементов которого являются языковые способы и средства осмысления, понимания, анализа, объяснения, интерпретации и предсказания новых компьютерных форм творческого выражения. Вместе с тем дискурс медиаискусства, или цифрового искусства, включает в себя описание как компьютерных произведений искусства, так и процессов их творения и восприятия. Это позволяет говорить о том, что художник, который работает в области цифрового искусства, участвуя в различного рода обсуждениях, конструирует дискурс цифрового искусства, представляя на языковом уровне этапы создания

компьютерных произведений и репрезентируя когнитивную базу своего творчества, путем «объяснения» творческого процесса, и эксплицируя контекстуальную информацию о нем. Таким образом, представляется целесообразным рассмотреть языковые средства, используемые художником, в процессе, с одной стороны, порождения дискурса медиакискусства, а с другой стороны, вербализации в данном дискурсе глубоко личностного когнитивного пространства, связанного с художественным выражением.

Материалом для анализа стали интервью с англоязычными художниками из интернет-версий журналов о современном искусстве. Рассмотрим в качестве примера ситуацию описания творческого процесса художником Заком Либерманом, для которого компьютерные технологии, использующиеся при создании цифровых художественных работ, обладают особой значимостью, поскольку именно они являются средством достижения самовыражения в творчестве:

Computation is a beautiful art form – the things it allows you to do, from iteration to sorting to permutation to recursion, are remarkable tools for expression [Eyebeam].

Творческий процесс репрезентируется художником с помощью отглагольных существительных *iteration, permutation, recursion* и герундия *sorting*. Художник вербализует положительную оценку цифровых технологий *computation*, которые в том числе представлены в речи в виде собирательного существительного с определенным артиклем *the things*, используя предикативы с позитивной оценочной семантикой *is beautiful, are remarkable*. Компьютерные технологии выходят на первый план, что свидетельствует об их доминирующей роли в процессе создания художественных работ.

Творческому вдохновению, внутреннему чувству прекрасного художник отводит особое место:

The technology should be in service to the poetry [Eyebeam].

Употребление модального глагола *should* устанавливает регулятивный характер высказывания, отдавая первенство вдохновению и красоте, а не компьютерным технологиям как средству создания произведений. Использование словосочетания *be in service to the poetry* определяет подчинительное положение цифровых технологий по отношению к вдохновению.

Другой художник Кейси Риз также обращает внимание на «внутреннюю» составляющую творческого процесса:

I work very intuitively within a rational media. To counteract the logic of software, I start with language, drawings, and diagrams. I never know what I'm doing while I'm doing it. I sketch a lot, meaning I sketch with code. This is a form of play and it's open ended. I create dozens of variations while trying to bring a fuzzy idea into focus [Spectrum].

Денотативная ситуация творческой деятельности художника репрезентируется с помощью предикатов *work, am doing, sketch, create* и личным местоимением первого лица. Творческий процесс характеризуется как спонтанное действие, строящееся на внутренних ощущениях художника, с помощью глагольного словосочетания *work intuitively* и инфинитива цели *to counteract the logic of software*, который выполняет роль антитезы – противопоставления созидательной работы и логичного оборудования. Одновременно с этим технологические средства творчества номинируются художником как *rational*, а их свойство обозначается как *logic of software*. Созидательная составляющая процесса характеризуется как *form of play, open ended*. При этом данные лексические единицы относятся к информационному

компоненту актуализированного концепта, поскольку не содержит в себе оценки. Художник вербализует и такой характерный элемент, свойственный творческому процессу, как неопределенность (*I never know what I'm doing while I'm doing it*), как бы подчеркивая, что результат творческого процесса трудно предсказать.

Несмотря на то, что цифровое творчество связано с дизайном, программированием и различного вида технологиями, что репрезентировано во фрагменте с помощью существительных *language, drawings, diagrams, codes*, художник описывает свою работу в терминах изобразительного искусства, прибегая к метафорическому переносу. Глагольное словосочетание *sketch with code* метафорически связано с областью рисования "*to make a quick drawing of something*", при этом *code* выступает в качестве инструмента рисования как, например, карандаш, поскольку говорящий использует инструментальный предлог *with*, который репрезентирует причастность *code* к генерированию цифровых художественных знаков.

Описывая процесс работы с цифровым кодом, Зак Либерманн таким же образом обращается к метафорическому переносу, который воплощается в концептуальной области, связанной с технологиями:

I love to write shader code, which, at a simple level, means you are writing the code at the pixel level – saying, execute this code for this specific pixel to figure out its color. This makes it ideal for light simulation, where you can sort of set up virtual lights, and calculate how the pixel will be lit or what color it should be. I find it a form of painting by light and I like to explore what visual stories we can tell this way. Shader programming is often very free form and improvisational, where you keep changing and seeing what happens and I find I enjoy working in an iterative way with these algorithms [Verse].

Творческий процесс репрезентируется в речи с помощью акциональных предикатов *execute this code, can sort of set up virtual lights, calculate how the pixel will be lit* и эмоционально-маркированных экспериенциальных предикатов *love to write shader code, like to explore, enjoy working*, которые свидетельствуют о получении положительных эмоций во время создания произведений. Работа с программным обеспечением, которое выступает средством творческого выражения, позволяющим раскрыть внутренний потенциал художника, характеризуется с помощью прилагательного *improvisational* и субстантивным словосочетанием *free form*. Визуальные цифровые средства выражения приобретают метафорическое значение при переносе в художественную концептуальную область. В словосочетании *a form of painting by light* первичное значение существительного *light* – "*brightness*" преобразуется во вторичное значение инструмента выполнения действия, как краска в изобразительном искусстве. Можно говорить о том, что творческая работа на уровне пикселей и написания кода в целом подвергается метафорическому переносу, поскольку подбор цвета путем создания кода *execute this code for this specific pixel to figure out its color* соответствует работе художника на палитре для смешивания красок при подборе цветовых оттенков.

Таким образом, в концептуальной области рассмотренных художников, работающих в сфере медиаискусства, процесс создания цифровых произведений искусства неразрывно связан с творческой свободой, где компьютерные технологии играют роль главного средства самовыражения. Творческий процесс рассматривается как неопределенная и непредсказуемая деятельность, в основе которой лежит не конечный объект, а образ, концептуальное содержание которого репрезентируется в

речи с помощью лексических, стилистических, синтаксических и грамматических средств.

Обращает внимание и тот факт, что цифровые технологии придали новое измерение творческому процессу, в котором классические художественные средства больше не могут передать уровень «содержания», а на их смену приходят пиксели и коды. Вместе с тем цифровые художники прибегают к метафорическим переносам, в которых концептуальная область, связанная с технологиями, взаимодействует с концептуальной областью изобразительного искусства. На наш взгляд, данный перенос обусловлен когнитивным механизмом ассоциирования любой творческой работы с деятельностью классических художников.

Литература

Пол К. Цифровое искусство. М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2020.

Eyebeam Artist Interview: Zach Lieberman. URL: <https://www.eyebeam.org/tech-as-poetry/> Zach Lieberman (дата обращения: 05.07.2023).

Spectrum In conversation with Casey Reas on Pre-process by Jordan Kantor. URL: <https://www.artblocks.io/info/spectrum/in-conversation-with-casey-reas-on-pre-process> (дата обращения: 10.07.2023).

Verse A Trip To The Moon – interview with Zach Lieberman URL: <https://verse.works/journal/a-trip-to-the-moon-interview-with-zach-liebermann> (дата обращения: 10.07.2023).

A.O. Chupakhina (Saint Petersburg, Russia)

Saint Petersburg Electrotechnical University "LETI"

LANGUAGE MEANS OF THE CREATIVE PROCESS REPRESENTATION IN THE MEDIA ART DISCOURSE

The research focuses on the media art discourse devoted to the creative process of creating digital artworks. The language means of representation of the creative process of digital artists are revealed as well as means of creative expression. The metaphorical transfer of the conceptual sphere of media art to the sphere of classical art is analyzed.

Key words: media art discourse, metaphorical transfer, conceptual sphere, creative process.

А.П. Шапошникова (Москва, Россия)

*Российский университет дружбы народов
shaposhnikova_ap@pfur.ru*

ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ КАК ЧАСТЬ МЕДИЦИНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Медицинский медиадискурс является одним из ведущих в медиaprостранстве, что говорит о необходимости изучения функционирования его материалов в сфере массовой коммуникации. В данной статье описываются характерные черты, выявленные в российских документальных фильмах о медицине, снятых в промежутке с 2018 по 2023 г., и их когнитивное воздействие на зрителя.

Ключевые слова: медицинский дискурс, медиадискурс, документальные фильмы.

В научной литературе под медицинским дискурсом, как правило, понимается коммуникация врача с пациентом или «организация системы речевого взаимодействия в рамках института медицины, принципы, по которым строится профессиональное общение врача с пациентом, имеющее цель излечение пациента от недуга» [Карымшакова 2015: 17]. Тем не менее с развитием СМИ и социальных сетей формируется отдельный тип дискурса – *медицинский медиадискурс*. В нем перестает действовать модель общения «врач-пациент», а главной целью становится не излечение пациента от недуга, а предоставление информации в сфере медицины и здоровья для массовой аудитории, включающей сведения о возникновении и борьбе с различными заболеваниями и их предотвращении, а также обсуждение вопросов здорового образа жизни [Васильева 2019: 40].

Основные исследования медицинского медиадискурса на русском языке за последние года изложены в трудах Г.Т. Каримовой (2012), Е.Н. Посновой (2013), Е.Ю. Гагариной (2016), К.В. Ахниной (2016), О.Д. Шмелевой (2017), Е.Ю. Васильевой (2019) и Э.Р. Минлибаевой (2021). В них раскрываются функционально-прагматический, коммуникативно-прагматический и онтологический аспекты на материале рекламы, ток-шоу или социальных сетей. Последний тип подробно разбирается в работах зарубежных авторов, среди которых F.J. Grajales III (2014), M.V. Poucke (2023), M.H. Shah (2023) и др.

Анализ литературы показал, что языковые особенности российского документального кино о медицине недостаточно исследованы, несмотря на популярность этого жанра. Таким образом, цель работы – выявление и описание наиболее частотных лингвистических средств воздействия на зрителя в нем. Материалом для исследования стали 20 российских документальных фильмов о медицине, снятых с января 2018 г. по август 2023 г.

По А.А. Пронину, документальные фильмы «являются публицистическим кинонарративом, который в свою очередь обладает когнитивно-прагматическим потенциалом для зрителя; он является одной из форм «освоения» мира, эмоционального усвоения чужого опыта» [Пронин 2016: 21]. Задача документального кино о медицине оказывается схожей с одной из когнитивных задач медицинского дискурса в целом – это «переработка научного медицинского знания для более успешного восприятия его наивными носителями языка» [Мишланова 2009: 470]. Приведем примеры того, как эта задача достигается.

В названиях российских документальных фильмов о медицине встречаются идентифицирующие, условно-символические и символические принципы номинации, обозначенные в трудах И.В. Крюковой [Крюкова 1997: 168]. К первому типу относятся названия, в которых напрямую отражается идея или суть документального фильма. Например, «*Вакцины от коронавируса. Все, что нужно знать*» (реж. Роман Новолокин, 2020) или «*Опасный сифилис: симптомы, диагностика, лечение*» (по заказу НКС-медиа, 2020). Однако, несмотря на научную направленность медицинской сферы, более частотны названия второго типа, при котором имя не является прямым описанием объекта номинации. К примеру, фильм о донорстве «*Капля Жизни*» (реж. Дмитрий Качурин, 2022) или о недоношенных детях «*Не в срок*» (реж. Наталья Лобко, 2020). Реже встречается третий тип, при котором отсутствует смысловая связь с объектом номинации, которая может быть установлена зрителем только после просмотра. К этому принципу относятся фильмы «*Что осталось от мамы?*» (реж. Роман Ежков, 2022) про мать режиссера, у которой болезнь Альцгеймера, и «*Больно не будет*» (реж. Ольга Привольнова, 2020) про детей, больных раком, и их родителей.

Преобладание условно-символического и символического принципов говорит о важности эмоционального воздействия на зрителя документального кино о медицине.

В самом кинотексте может раскрываться не только естественнонаучная, но и социально-гуманитарная, бытийная проблематика. Перед зрителем появляется возможность задуматься о вопросах этического и философского характера, т.е. происходит обращение к его эмоциональной сфере личности. Героиня фильма *«А что такое дышать?»* (реж. Александр Элькан, 2020) рассуждает о физиологии дыхательного процесса: *«А что такое дышать? Может быть, это когда вся природа дышит, и ты дышишь вместе с ней? Может быть, потом мне понадобятся новые легкие. Но как это? Может быть, это как выкопать и пересадить дерево?»*. Закадровый голос в фильме *«История болезни»* (реж. Виктория Василевская, 2019) говорит о ценности жизни: *«А болезнь коварна, она среди нас. Болезнь всегда рядом и может коснуться каждого, и тогда даже мгновение, минута, день месяц и есть вся жизнь, за которую теперь приходится бороться»*.

Кроме того, в документальных фильмах отражается бытовой дискурс, что формирует эмоциональную связь зрителя с героем. В фильме *«Жизнь человека. Последнее интервью»* (реж. Сергей Карпов, 2020) используются кадры из личного архива Андрея Павленко – зритель наблюдает за жизнью семьи хирурга и вместе с ними переживает ключевые моменты лечения. В фильме *«Сестринское дело»* (реж. Ксения Бурдинова, 2021) отражается повседневное поведение медицинской сестры с больными, которое может не отвечать требованиям институционального общения «врач-пациент»: *«Давай, мой хороший, ножки, присаживаемся»*.

В документальных фильмах может цитироваться художественная литература для установления доступной связи между научным и наивным знанием. Так, в фильме *«Человек космический»* (реж. Светлана Титова, 2022) цитируются строки из книг Александра Беляева «Звезда КЭЦ», Станислава Лема «Магелланово облако» и Антона Первушина «Последний космический шанс», а в фильме *«Российские хирурги // Доктор Воронов. Панацея от старости»* (реж. Вера Кильчевская, 2018) используются кадры из художественного фильма «Собачье сердце» (реж. Владимир Бортко, 1988).

Также на эмоциональное восприятие информации в документальном фильме влияет неразрывная связь текста, видеоряда и музыки. Мелодии, которые используются в документальном кино, как правило, задают тон и настроение, являются оформлением слов героя. Это необходимо для того, чтобы зритель мог понять и расшифровать информационные коды фильма [Постникова 2006: 31]. В случае документальных фильмов эмоциональная и чувственная составляющие способствуют удачному коммуникативному акту фильма со зрителем и правильному восприятию смысла.

При этом документальные фильмы обладают последовательностью и структурированностью изложения информации. Одним из примеров является деление фильма на части или главы – фильм *«О жизни выдающегося кардиохирурга Якова Брандта»* (реж. Светлана Титова, 2022) поделен на шесть частей: «Раса», «Сердце Ельцина», «Без рецепта», «Золотое сердце», «Дружба», «Семья», «Врачи тоже болеют». Фильм *«На случай шизофрении»* (реж. Антон Носов, 2020) – на семь глав: «Начало», «Диагноз», «Волшебная таблетка», «За закрытой дверью», «В кругу близких», «Социальная адаптация», «Мечта». Здесь встречается характерное для художественной литературы композиционное членение: в главах документального

фильма может описываться как конкретный временной перерыв в течение сюжета, так и отдельная история при многопланности сюжета [Литературная энциклопедия].

Для концентрации внимания зрителя может использоваться и краткое изложение того, чему посвящен документальный фильм. В фильме «Эпидемии в кино» (реж. Светлана Титова, 2022) ведущий начинает свой рассказ со слов: «*Двадцатый век был щедрым на трагедии, а болезни из-за голода и разрушений унесли жизни едва ли меньше, чем две войны и революция. Сегодня мы расскажем только о некоторых из них, и вспомним, какие, увы, невеселые события вдохновляли сценаристов и режиссеров*», а в фильме «Красота на грани закона» (фильм по заказу НКС-медиа, 2019) закадровый голос задает зрителю риторические вопросы, ответы на которые он получит после просмотра: «*Кто зарабатывает на темной стороне бьюти-индустрии? Чем рискуют пациенты самоучек? Как в погоне за молодостью не потерять лицо? И почему обычный укол красоты может стать роковым? Смотрите прямо сейчас*».

В связи с наличием в медицинском дискурсе терминологии, которая может включать в себя не только научную систему терминов, но и народно-медицинских терминов или терминоидов [Карасик 2002: 238], некоторые из единиц могут объясняться доступным для зрителя языком. Например: «*Леонид Ильин разработал концепцию практического порока в радиационной эпидемиологии – 35 БЭР, что значит биологический эквивалент рентгена*» («Врач государства. Леонид Ильин», реж. Светлана Титова, 2023) или «*Наши легкие состоят из альвеол – это маленькие пузырьки с воздухом, с помощью которых мы дышим*» («Иммунитет. Идеальный телохранилище», реж. Кирилл Васильев, Сергей Латышев, 2022).

В документальных фильмах почти всегда указывается специальность или должность приглашенного эксперта или медицинского сотрудника, что вызывает определенное доверие у зрителя. В отличие от ток-шоу, просмотренные документальные фильмы в большинстве случаев отражают профессиональную деятельность врачей непосредственно на рабочем месте, поэтому ключевое влияние на зрителя может оказать поведение или поступок, а не речь медицинского сотрудника.

Современные документальные фильмы о медицине имеют задачи по просвещению и информированию массовой аудитории. Являясь частью медицинского и медиадискурсов, они сочетают в себе научность, точность, профессиональную направленность с художественностью, суггестивностью, метафоричностью, что положительно влияет на восприятие новой информации и формирование собственного мнения зрителем. При этом неотъемлемой частью является эстетическое воздействие на зрителя посредством музыки и видеоряда.

Литература

Васильева Е.Ю. Функционально-прагматический аспект медицинского медиадискурса (на материале немецкого ток-шоу): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2019.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.

Крюкова И.В. Основные номинационные процессы в периферийной зоне ономастического пространства // Ономастика Поволжья: матер. VII конф. по ономастике Поволжья. М., 1997. С. 168-172.

Карымишакоева Т.Г. Лингвистические технологии речевого воздействия в медицинском дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Улан-Удэ, 2015.

Литературная энциклопедия // Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор» URL: feb-web.ru (дата обращения 04.09.2023).

Мишланова С.Л. Метафорическое моделирование в научнопопулярном медицинском дискурсе // Актуальные проблемы коммуникации и культуры – 9: сб. науч. тр. рос. и заруб. исслед. М.: Пятигорск, 2009. С. 469-475.

Постникова Т.В. Коммуникация кинематографа в семиотике Ю.М. Лотмана: философско-антропологический анализ // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. 2006. № 3. С. 11-31.

Пронин А.А. Документальный фильм как публицистический нарратив: структура, функции, смысл: дис. ... д-ра филол. наук. СПб, 2016.

A.P. Shaposhnikova (Moscow, Russia)
RUDN University

DOCUMENTARIES AS A PART OF MEDICAL MEDIA DISCOURSE

Medical media discourse is one of the leading ones in the media space, which suggests the need to study the functioning of its materials in the sphere of mass communication. This article describes the characteristic features identified in Russian documentaries about medicine filmed between 2018 and 2023 and their cognitive impact on the viewer.

Key words: medical discourse, media discourse, documentaries.

T.A. Shiryaeva (Pятигорск, Россия)
Пятигорский государственный университет
shiryaevat@list.ru

ЯЗЫК ОБМАНА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИНФОДЕМИИ

Новости о COVID-19 в социальных сетях предоставляют богатый языковой материал для вскрытия и анализа лингвистических механизмов инфодемии и позволяют создать спецкорпус вирусных ложных нарративов о COVID-19 из России с фактической информацией о вирусе и выявить частотные лексические модели манипулятивного языка соцсетей.

Ключевые слова: дезинформация, инфодемия, фейковые новости, корпусные исследования, социальные сети, частотность, язык обмана, языковое профилирование.

Феноменальные способности социальных сетей мгновенно распространять огромные массивы информации, вводящие в заблуждение различные социальные группы, явились одним из ключевых факторов в развитии инфодемии COVID-19. Доказано, что дезинформация распространяется быстрее, чем настоящие новости, а в 2021-2022 гг. цифровая инфодемия основательно и целенаправленно подпитывала как стремительное распространение фальшивых новостей, так и множество теорий заговора, которые вызывали у населения или нерешительность в отношении употребления противовирусных вакцин или даже их полнейшее неприятие [Gisonđi et al., 2022].

Сегодня не вызывает сомнений, что языковая организация новостей о COVID-19 в социальных сетях, намеренно созданных для введения людей в заблуждение различных целевых аудиторий, вызывает огромный исследовательский интерес [Gjylbegaj 2018]. И здесь сложно переоценить значимость корпусных лингвистических технологий, используемых для получения количественной и качественной информации о структуре контента и архитектуре данных, хранящихся в

электронном виде. Частотное профилирование языковых единиц может помочь выявить конкретные манипулятивные приемы, используемые при создании фальшивых историй [Zhang, & Ghorbani 2020]. Выявление необычно высоких частотностей употребления определенных групп слов позволяет не только обнаружить и проанализировать определенные языковые модели, но и вскрыть определенные языковые механизмы, используемые для активного распространения дезинформации во время чрезвычайной ситуации на мировом уровне.

Данное исследование нацелено на выявление и анализ списка наиболее частотно употребляемых слов из новостей в социальных сетях, содержащих ложную информацию, позволяющих диагностировать и исследовать намеренно употребляемые специфические группы слов, делающие фальшивые истории более убедительными.

Методология исследования включает в себя создание корпуса вирусных фальшивых историй, распространявшихся в течение первых двух лет пандемии COVID-19 (2020-2022 гг.); предварительную обработку собранных текстов и изучение частотного распределения токенов, не являющихся ключевыми словами; сравнение их с частотным профилем слова из справочного корпуса, содержащего фактические материалы, охватывающие тот же круг тем (тесты, вакцинация, медицинские маски, изоляция и т.д.).

Фейковые истории о COVID-19 начали распространяться практически сразу после первых сообщений о новом вирусе. Со временем количество вирусных, вводящих в заблуждение нарративов росло, как и количество сюжетов, вокруг которых создавались фейковые истории [Monogarova, etc. 2021]. Диахронический корпус призван облегчить выявление частотности распределения неключевых токенов (имен собственных, неологизмов, дисфемизмов) в текстах, вводящих в заблуждение о коронавирусной болезни в разные периоды пандемии. Здесь важно, что подсчет частотности конкретных единиц в диахронии является одним из методов исторической корпусной лингвистики, который предлагает исследователям набор инструментов для обнаружения свидетельств языковых изменений [Baron et al. 2009]. По словам Курзана [Curzan 2009], исторически организованные данные фиксируют этапы языкового развития в течение времени, предоставляя лингвистам доступ к сопоставительным или сравнительным исследованиям языка. Проведенное исследование основано именно на данном подходе, поскольку в центре проведенного анализа – диахроническая эволюция языка обмана.

Нами было изучено распределение наиболее частотных неключевых токенов из целевого корпуса в течение первых двух лет пандемии Covid 19 (март 2020 – март 2022), что позволило выявить и «зафиксировать пики и спады в собранных данных» [Брезина 2018], это, безусловно, приближает нас к пониманию динамики употребления определенных слов в фейковых массмедийных нарративах. Подчеркнем, что количество слов, указывающее на заметные изменения частотности употребления языковых единиц, которые обычно имеют стабильное распределение в текстах, может предоставить важную информацию о типах изучаемого текста [Sinclair 1991].

Нами был собран корпус ложных историй, связанных с Covid-19, популярных среди российских пользователей социальных сетей с марта 2020 по март 2021 г. (далее – Корпус 1). Однако в течение следующего года по мере продолжения пандемии не сбавляла оборотов и сопутствующая инфодемия. Поэтому Корпус 1 был дополнен коллекцией новых цифровых текстов (далее – Корпус 2), представляющих собой дезинформирующие тексты, вирусно распространяемые россиянами через

Telegram, Viber, WhatsApp, Facebook, Вконтакте, Одноклассники и Instagram с марта 2021 по март 2022 г. Для обеспечения валидности исследования в Корпусы были отобраны тексты, отвечающие следующим критериям: официальное опровержение; вирусная популярность; максимальное количество символов 2000 символов.

Согласно А. Бэруну, дискурсивную значимость слов можно определить, сравнивая их частотность использования в целевом корпусе с частотностью эталонного корпуса [Baron et al. 2009: 41]. Значительная разница в частоте использования одних и тех же лексических единиц в целевом и в эталонном корпусах, как правило, «указывает на определенные лингвистические тенденции и дает важную информацию о том, как организовано манипулятивное повествование» [Ahmed 2018].

Полученные результаты анализа корпусов (с отфильтрованными ключевыми словами и терминами, связанными с темой) показали высокую частотность определенных групп слов: явное преобладание кроме «ожидаемого вокабуляра» имен собственных, неологизмов и дисфемизмов. Сравнение целевого и эталонного корпусов выявило различия в частотности всех трех групп слов. Мы обнаружили, что неологизмы и дисфемизмы из корпусов 1 и 2 отсутствуют в справочном корпусе, содержащем фактические новости. Количество вхождений имен собственных в справочном корпусе значительно ниже, а ключевые имена (Ротшильд, Сорос, Рокфеллер), вокруг которых создавались фейковые истории, связанные с COVID-19, вообще не обнаружены. Таким образом, мы полагаем, что частотность использования данной лексики в намеренно вводящих в заблуждение нарративах может свидетельствовать об использовании определенных языковых стратегий обмана авторами фейковых новостей.

Контекстный анализ эпизодов с соответствующими именами показал, что данные известные персоналии как в корпусе 1, так и в корпусе 2 превращаются либо в протагонистов, либо в антагонистов фейковых историй – либо в злодеев и организаторов пандемии (Гейтс, Рокфеллер, Ротшильд, Сорос), либо в правдуробов, разоблачающих секретную информацию о ВОЗ (Rajoelina) и Уханьской лаборатории (Honjo). В течение второго года пандемии Covid-19 имена собственные Гейтс, Ротшильд, Рокфеллер также часто использовались в вирусных фейках. Кроме того, стали набирать популярность тексты теорий заговора с участием нынешнего генерального директора ВОЗ Тедроса Адханома Гебрейесуса (Гебреисус – 55 употреблений в Корпусе 2) и американского инфекциониста Энтони Фаучи (Фаучи – 44 употребления в Корпусе 2).

Нельзя не отметить, что большинство эпизодов (97 из 118) с участием реальных персонажей представляют собой «международные» фейки. Россияне активно делились переводами англоязычных текстов или пересказами теорий заговора. В вирусных фейках практически отсутствуют общественные деятели из России, хотя все-таки некоторые случаи употребления имен российских политиков и экспертов были зафиксированы в обоих корпусах (например, Мясников / Мясников – 14 употреблений, Юдин / Юдин – 10 употреблений, Гаряев / Гаряев – 7 случаев), здесь важно подчеркнуть, что ни один из них не является центральным персонажем новостей.

Подводя итоги, отметим, что корпусный анализ частотности использования лексических единиц, безусловно, отражает конкретные цели авторов фальшивых нарративов и способствует идентификации ложных сюжетных линий в новостях, распространяемых социальными сетями. Имена реальных людей в фейковых нарративах, связанных с COVID, используются либо для того, чтобы сделать

дезинформацию более убедительной (например, информация от имени ученых или экспертов), либо для подпитки теорий заговора (например, истории об известных бизнесменах, причастных к распространению вируса).

Литература

Ahmed H., Traore I., Saad S. Detecting opinion spams and fake news using text classification Security and privacy. 2018. 1 (1).

Baron A., Rayson, P., Archer, D. Word frequency and key word statistics in historical corpus linguistics. *Anglistik: International Journal of English Studies*, 2009. (1). pp. 41-67.

Brezina V. Statistics in Corpus linguistics: A practical guide. Cambridge University Press. 2018.

Curzan A. Historical corpus linguistics and evidence of language change. In A. Lüdeling & M. Kytö (Eds.), *Corpus linguistics: An international handbook*. 2009, vol. 2, pp. 1091-1109.

Gisondi M.A., Barber R., Faust J.S., Raja A., Strehlow M.C., Westafer L.M., Gottlieb M. A. Deadly Infodemic: Social Media and the Power of COVID-19 Misinformation. *J Med Internet Res*, 2022, 24 (2).

Gjylbegaj V. Fake news in the age of social media. *International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 2018, 4 (11), pp. 383-391.

Mahyoob, M., Algaraady, J., Alrahaili, M. Linguistic-Based Detection of Fake News in Social Media. *International Journal of English Linguistics*, 2021, 11 (1).

Monogarova A., Shiryayeva T., Arupova N. The language of Russian fake stories: a corpus-based study of the topical change in the viral disinformation. *Journal of Language and Education*. 2021, T. 7. № 4 (28). С. 83-106.

Zhang, X., & Ghorbani, A. A. An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing and Management*, 2020, 57 (2).

Wakefield J. How Bill Gates became the voodoo doll of Covid conspiracies BBC News. <https://www.bbc.com/news/technology-52833706> (6 June 2020).

T.A. Shiryayeva (Pyatigorsk, Russia)
Pyatigorsk State University

LANGUAGE OF DECEPTION IN SOCIAL NETWORKS AS A TOOL TO DEVELOP INFODEMIA

Covid-19 news provides a rich language material to reveal and analyze the linguistic mechanisms of the infodemic. Quantitative and qualitative data of corpus analysis, allows to create a specialized diachronic corpus of viral false narratives about Covid-19 from Russia which contains factual information about the virus. The results of high frequency non-key vocabulary used in the discourse of disinformation about Covid-19 acknowledge and verify the effectiveness of frequency profiling to identify and diagnose lexical models of manipulative language.

Key words: disinformation, infodemia, fake news, corpus research, social networks, frequency, language of deception, language profiling.

В.В. Яковлева, Ю.В. Верещинская (Москва, Россия)
МГИМО(У)МИД России
v.yakovleva@my.mgimo.ru, y.vereshchinskaya@inno.mgimo.ru

СИЛА СЛОВА: К ВОПРОСУ О СПЕЦЭФФЕКТАХ В ИСПАНСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Статья посвящена изучению осознанного и неосознанного употребления речевых ошибок в языке испаноязычных СМИ и их воздействия на аудиторию. Рассмотрены причины отклонения от нормы и способы использования речевых ошибок в различных формах медиатекста.

Ключевые слова: речевые ошибки, медиатекст, СМИ, отклонение от нормы.

Изучая язык печатных и электронных газет, интернет-, радио- и телевизионных источников информации и встречая в них ошибки, неправильное или некорректное использование лексических единиц, нередко мы задаемся вопросом: становится ли язык медиа манипулятором не только человеческого сознания, но и языка аудитории. Ведь многие читатели и слушатели перенимают данные «промахи» и употребляют ошибки в своей речи, принимая язык СМИ за эталон.

Причины возникновения таких отклонений от языковой нормы могут быть разными: технический сбой, недостаток знаний, стилистическое использование, эмоциональное состояние говорящего, особенности речемыслительной деятельности. Нас интересует именно когнитивный аспект употребления того или иного отступления от нормы, свойственного как устной, так и письменной форме языка СМИ. Ошибки могут возникать на любом этапе создания текста: осмысление объекта, выбор языковых средств для выражения этого смысла и их реализация в речи [Кукушкина 1998]. Отступление от литературной нормы может быть осознанным и неосознанным.

Однако не стоит забывать, что любое отклонение, в свою очередь, потенциально может стать нормой. По мнению Г.Я. Солганика, язык СМИ одним из первых вбирает в себя новые термины, слова иностранного происхождения, стилистически сниженную лексику, которые не соответствуют норме [Солганик 1996]. Поэтому подвижный характер языка современной прессы способен вызвать затруднения для адекватного восприятия транслируемой информации, требуя от аудитории переосмысления некоторых языковых явлений, основываясь на фоновых знаниях [Яковлева 2015].

Способность языка СМИ воздействовать на сознание реципиента, определять его мировоззрение, заставляя изменять ход мыслей, манипулируя общественным мнением, неоспорима. Однако в не меньшей степени значимым становится влияние языка медиапространства на язык читателя и слушателя. Сила его воздействия такова, что иногда какому-либо лингвистическому курьезу достаточно появиться или прозвучать однажды, чтобы в тот же миг быть подхваченным, переданным из издания в издание, из видеоролика в видеоролик, из соцсети в соцсеть и, в конце концов, закрепиться на какое-то время, возможно даже на продолжительный период, в языке вне медиапространства. Такой путь в испанском языке прошел, например, калькированный с английского языка термин *crema antiedad*, введенный индустрией красоты и заменивший испанские *crema antiarrugas* или *antienvjecimiento*. Подобные лексические единицы создаются намеренно с целью привлечения внимания или придания новых оттенков значения уже существующему понятию. Слово,

прозвучавшее с экрана из уст журналиста, телеведущего или иной знаменитости, воспринимается зрителем / слушателем как правильное, оно не может быть сказано с ошибкой, а потому может заменить в сознании реципиента существовавший ранее правильный вариант. Так, например, по воспоминаниям одной испанской актрисы режиссер Л.Берланга был “director de cine español *por exclusiva*”. Это выражение теперь часто можно увидеть в комментариях пользователей социальных сетей к публикациям о знаменитостях из мира моды, кино, спорта, имея в виду обычно употребляемое в таких случаях “*por excelencia*” или “*por antonomasia*”. В подобных ситуациях мы наблюдаем эффект подмены одного из компонентов устойчивого/связного выражения близким по значению или звучанию: “la juventud es muy *volátil*” = *voluble*; “la actriz posa en un traje *enjutado*” = *ajustado*; “yo soy como el *ave Félix*, estoy por encima de todo esto” = *ave fénix*; los *requerimientos* principales que debe tener un salón son espacio y claridad = *requisitos*.

Зачастую в основе такого эффекта лежит речевая ошибка, оговорка, допущенная ненамеренно профессиональным журналистом, работающим в прямом эфире или ведущим репортаж с места событий, когда необходим быстрый комментарий и оговорка простительна. Однако не стоит забывать и о новом явлении в построении медиатекста – деятельности блогеров, которые не являются профессиональными журналистами и могут привносить в медиа или интернет-пространство не только элементы их профессиональной, отличной от журналистской, коммуникации, но также и элементы просторечия, жаргона, речевые ошибки, характерные также для таких популярных жанров как ток-шоу и реалити-шоу, которые свидетельствуют о высокой степени коллоквиализации языка и об общем падении грамотности современного общества. Подобные явления не могут не беспокоить исследователей испанского языка. Так, А. Грихельмо [Grijelmo 2001: 24], С. Фернандес-Прьетто [Fernández-Prieto 2013: 17] выражают озабоченность растущим невежеством носителей испанского языка и одной из основных причин этого процесса считают снижение качества образования ввиду сокращения учебного времени, предусмотренного для изучения таких гуманитарных дисциплин как литература, классические языки, история. Другой причиной снижения уровня грамотности испанцев лингвисты считают повышение активности использования английских слов вместо испанских без особой необходимости: *es lo más fashion* en esta temporada; si *linkas* ese enlace verás las imágenes; los Reyes Magos darán un *speech* en este escenario; es el *gran crack* informativo de la semana. Первый заместитель председателя правительства Испании с 2018 по 2021 гг. и министр культуры Испании (2004-2007) Кармен Кальво, высказывая обеспокоенность современным состоянием родного языка, в одном из публичных выступлений допустила досадную оговорку (или ошибку?), назвав англицизмы англицизмами: La lengua española está llena de *anglicanismos*”.

Формированию и частотности употребления некоторых речевых ошибок способствуют паронимы, вызывающие путаницу у говорящего и создающие в некоторых ситуациях комический эффект, если они употребляются намеренно: el gobierno tiene la *obligatoriedad* de tomar medidas = *obligación*; el diputado N es muy *francófono* porque es buen gourmet = *francófilo*; la pasiflora es una planta *inicua* que va muy bien para los problemas de insomnio = *inocua*; en este momento el alcalde *se personifica* en la plaza = *se persona*.

На подобном эффекте основана паронимазия, каламбур, часто используемый в новом жанре интернет-коммуникации – мемах, юмористических картинках, основной

функцией которых является передача информации в комической или остроумной форме. Мемы как явление постепенно вытесняют *chistes*, анекдоты, текстовый юмор: почти полностью исчезли с испанского телевидения и радио популярные еще пятнадцать-двадцать лет назад конкурсы рассказчиков анекдотов. Из устного жанра, требующего от исполнителя определенного актерского мастерства и стилистики, анекдот трансформировался в визуализацию события, сжатую до изображения, видео, идеи. По сравнению с анекдотом мем обладает простотой воспроизведения, более высокой скоростью передачи и распространения, не содержит сложных сюжетных матриц. Мемы могут рождаться в момент события, облетать пространство интернета и уходить в небытие через несколько дней. Например, после финала теннисного турнира Уимблдон появилась фотография, на которой король Испании Филипп VI пожимает руку исполнителю роли Джеймса Бонда в одной из частей «бондианы» актеру Дэниэлу Крейгу. Диалог к этой фотографии содержал следующее: *Encantado, soy Bond. – Un placer, y yo Borbond*. Другой пример: на картинке певец Хулио Иглесиас изображен с упаковкой от игры UNO и подписью “el uno de julio” (первое июля). Во время избирательной кампании накануне выборов в Генеральные Кортесы испанский парламент, председатель правительства Испании Педро Санчес опубликовал в социальных сетях фотографии своих домашних любимцев – двух собак. Таким образом он поздравил подписчиков с Международным днем собаки. В этот же день сначала в комментариях к публикации, а затем и в виде мема имя Педро Санчеса превратили в *perro sanxe* и сопроводили каламбуром: *más sabe el perro senxe por perro que por sanxe*, трансформировав таким образом испанскую поговорку *más sabe el diablo por viejo que por diablo* (буквально, «дьявол знает больше, потому что стар, а не потому что дьявол», т.е. мудрость приходит с годами).

Необходимо отметить, что речевые ошибки, ставшие маркерами жанра репортажа, актуальной новости и комментария в медиaprостранстве / медиатексте, заметны не только на лексическом уровне, но также и на грамматическом. Подобные ошибки заключаются в отсутствии согласования глагольных форм, в избыточном использовании предлогов или, напротив, в их отсутствии, ошибочном образовании форм множественного числа существительных и прилагательных или указании рода существительного (особенно существительных женского рода, начинающихся на ударный А: *el mejor agua, una hambre tremenda, este ave, el nuevo arma*). В последнее время получила широкое распространение тенденция к использованию наречия места *donde* в эмфатических конструкциях вместо любого местоимения или наречия, а также в иных позициях вместо местоимения *que* - «который»: *Ha sido durante este fin de semana donde la cantante se dirigió a sus fans* = cuando; *“Fue un gran juego donde mostramos el mejor fútbol”* = en el que; *“Prepárate para ver una película donde el cine y el baile lo son todo”* = en la que.

Несмотря на то, что в лингвистике существуют разные точки зрения на появление многочисленных речевых ошибок в языке СМИ, нельзя не согласиться с тем фактом, что язык постоянно изменяется, а все нововведения сначала воспринимаются языковым коллективом как отклонение от нормы, однако необходимо помнить: чем более далек язык СМИ от нормы, тем меньше возможностей у общества достичь высокого уровня речевой культуры [Яковлева, Яковлева 2021: 554-555].

Литература

Кукушкина О.В. Речевые неудачи как продукт речемыслительной деятельности. автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М.: МГУ, 1998.

Солганик Г. Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990–1994) // Журналистика и культура русской речи. Вып. 1. М., 1996. С. 13-25.

Яковлева А. Р. Соотношение явлений нормы и аномалии в языке современной прессы // Актуальные вопросы филологических наук : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2015 г.). Казань: Бук, 2015. С. 70-73.

Яковлева В.В., Верецинская Ю.В. Новые тенденции в языке СМИ: речевые ошибки или особые приемы? (на примере испанского языка) // V Фирсовские чтения "Современные языки, коммуникация и миграция в условиях глобализации". Материалы докладов и сообщений Международной научно-практической конференции. М.: Российский университет дружбы народов. С. 550-555.

Fernández-Prieto S. Palabras al aire. Madrid: Ediciones Planeta, 2013.

Grijelmo A. Defensa apasionada del idioma español. Madrid: Suma de Letras, 2001.

Lázaro Carreter F. El dardo en la palabra. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2001.

V.V. Yakovleva, Yu.V. Vereshchinskaya (Moscow, Russia)
MGIMO University (Moscow State Institute of International Relations)

THE POWER OF WORDS: THE QUESTION OF SPECIAL EFFECTS IN SPANISH MEDIA TEXT

The article is devoted to the study of conscious and unconscious use of speech errors in the language of Spanish-language media and their effect on the audience. The reasons for deviation from the norm and ways of using speech errors in various forms of media text are considered.

Key words: speech errors, media text, mass media, deviation from the norm.

Х. ПАРАДИГМАЛЬНЫЕ СДВИГИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: КАТЕГОРИЗАЦИЯ И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ

*И.И. Абдулганеева (Казань, Россия)
Казанский (Приволжский) федеральный университет
abdulganii@bk.ru*

СПЕЦИФИКА АКТУАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ИНТЕНСИВНОСТИ В ЮМОРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В настоящей статье представлены результаты исследования по проблеме актуализации категории интенсивности словообразовательными средствами языка в русско- и немецкоязычном юмористическом дискурсе. Юмористический дискурс рассматривается как прецедентный феномен, обусловленный спецификой когнитивных и этнокультурных схем сознания носителей определенного языка.

Ключевые слова: категория интенсивности, словообразование, юмористический дискурс, прагматика, словообразовательные форманты интенсификации.

Юмор как философско-эстетическая и языковая категория на протяжении всей истории человечества приковывал к себе внимание исследователей. В теоретических концепциях мыслителей периода античности категория юмора рассматривалась как неотъемлемая часть психологической составляющей индивидуума. Слово *юмор* происходит от латинского слова *humor* – влага, жидкость и согласно античному учению о соотношении четырех «жидкостей» человеческого тела определяет четыре темперамента или характера отдельного индивидуума, с одной стороны. С другой стороны, юмор представлял и ныне представляет собой неотъемлемую часть социокультурного уклада и бытия, наполнявшую духовно-созерцательную, мыслительную жизнь человека и представленную различными формами искусства, такими как кино, живопись, литература и т.д. Юмор как философско-эстетическая категория определяется как «особый вид комического, переживание противоречивости явлений, соединяющее серьезное и смешное и характеризующееся преобладанием позитивного момента в смешном» [Философский энциклопедический словарь 1989: 781]. В этом определении заключается основная антропоцентрическая сущность юмора: во всех аспектах своего присутствия юмор связан с миропониманием и отношением человека к внутренней и внешней части бытия человека и неразрывно связан с психоэмоциональным состоянием индивидуума. Таким образом, юмористический дискурс рассматривается нами как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами», как «речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1990: 135].

Выражение категории юмора в языке всегда акт индивидуального творчества, как свойство характера отдельного человека юмор отражает вопросы категоризации отдельным индивидуумом имманентно-сущностных и абстрактных категорий бытия, многогранного проявления бесчисленных проявлений смыслов определенных аспектов жизни. Проявляясь в речевом портрете отдельного индивидуума, юмор функционирует благодаря социокультурному сообществу, внутри которого именно

данная форма юмора будет вызывать эффект комичного, смешного, т.е. воздействовать и вызывать определенные эмоции у субъектов сообщества. Необходимо рассматривать юмор как многомерную категорию неразрывно взаимосвязанную с сатирой, иронией, комическим. Являясь тончайшим сплавом мысленной игры сквозь призму мировидения отдельного индивидуума различных аспектов бытия, юмор – это также отношение к миру, это ответ человека на те проблемы и вызовы, которые порождает жизнь. Этот несомненный факт и обуславливает необходимость рассмотрения юмористического дискурса как прецедентного феномена, аккумулированного в рамках того или иного социо- и этнокультурного сообщества и пространства.

Наряду с лексическими средствами, большую роль, согласно результатам нашего исследования, при репрезентации категории интенсивности играют средства словообразовательного уровня. Сопоставление и выявление специфики актуализации категории интенсивности средствами словообразовательного уровня на материале юмористического дискурса русского и немецкого языков в сопоставительном освещении в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы и явилось основной целью настоящего исследования. Ресурсы словообразовательного уровня языка влияют на процессы категоризации внешнего и внутреннего мира человека его бытия: «словообразование и деривационная система языка отражены в языковой картине мира и указывают на специфику самой языковой картины мира и ее носителей» [Абдулганеева 2022: 96]. Анализ актуализации категории интенсивности средствами словообразовательного уровня на материале юмористического дискурса позволяет приоткрыть занавес на такие сложные вопросы как: «Какие концептуальные знания эксплицированы словообразовательными средствами? Какие когнитивные механизмы задействованы при выборе определенного словообразовательного форманта?» и др. [Абдулганеева 2022: 7].

Жанрово-стилистические типы дискурса основаны на таких признаках, которые характеризуют тексты в плане их соответствия функциональным разновидностям речи [Сергеева 2023: 33]. Актуальность и необходимость исследования заявленной лингвистической проблемы обусловлена рядом факторов: сегодня изучение и исследование юмористического дискурса осложнено тем, что наряду с традиционно выделяемыми текстами юмористического жанра такими как шутка, анекдот, юмористический рассказ, сатира, пародия и др. возникает большое количество новых юмористических «продуктов», специфика которых обусловлена их цифровым или дигитальным форматом функционирования. Речь идет, прежде всего, об Интернет-пространстве, различных видах коммуникации в мессенджерах и посредством многочисленных видов цифровой продукции. В связи с этим и выражается специфика «наслоения» не только языковых, но и графических, аудиовизуальных и иных маркеров, которые характерны для современного юмористического дискурса и обуславливают его полимодальные характеристики.

Вслед за В.И. Карасиком мы относим к текстам юмористического дискурса, такие тексты, которые погружены в ситуацию смехового общения [Карасик 2004: 305]. Очевидно, что природа юмора и комического, заключая когнитивную сущность с одной стороны, с другой, по нашему глубокому убеждению, функционирует при учете этнокультурной специфики, поэтом у выражения «русский юмор», «немецкий юмор», «американский юмор» и т.д., подтверждают мысль о «наличии определенных моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре» [Там же].

Анализируя современный юмористический дискурс следует сказать о неоднородном характере текстов юмористического дискурса цифрового формата, жанры и классификация данных юмористических текстов характеризуется неоднородностью, смещением структурно-композиционного и содержательного начал. К цифровым текстам современного юмористического дискурса следует отнести и стендап-выступления. Большой частью они напоминают спонтанные всплески, эмоциональную реакцию на конкретные социальные явления и реалии сегодняшнего дня и поэтому столь выраженным становится их прагматический эффект. К факторам, определяющим специфику стендап-выступлений следует отнести, в том числе перенос повседневногo межличностного общения в цифровой формат.

Русско- и немецкоязычные тексты стендап-комиков характеризуются индивидуальным стилем и субъективным способом выражения эмоций, а именно: наличием большого количества междометий, восклицательных предложений, слов, образованных при помощи словообразовательных формантов интенсификации, окказиональных образований, гибридных образований с англоязычными словами. Так, например, в выступлениях современного немецкого комика Феликса Лобрехта, характеризующимися высокой степенью «излишества» при обличии пороков современного общества наблюдается большое количество адъективных композитов. Компонентами сложносоставных слов выступают прилагательные, которые в сочетании друг с другом актуализируют усилительную семантику и репрезентируют категорию интенсивности, например, *“friedhofreif”*, *“baumfest”* [Felix Lobrecht]. Прибегая к словообразовательным средствам (словосложение, окказиональные образования) стендап-комик использует ментальные механизмы немецкого сознания, закрепленные схемы позволяют поклонникам его творчества самостоятельно выстраивать определенные ассоциации, в процессе которых и рождается достижение комического эффекта. В выступлениях русскоязычных стендап-комиков преобладает использование эмоционально-оценочных аффиксов, которые в контексте смыслового комического выступления актуализируют в речи категорию интенсивности: *«...28 ноября день матери, давайте поздравим всех матерей, всех: мамы, мамулечки, мамушки, мамочки, будущие мамы, всех вас с праздником!»* [Павел Воля]. Очевидно, что юмор может отличаться выделением определенной тематики в область смешного или комичного на основе выделения или акцентирования посредством интенсификации определенных смыслов. Приведенный пример также свидетельствует о неодинаковой продуктивности словообразовательных формантов интенсификации, о которой писал в своей работе И.С. Улуханов: «Многие аффиксы в сочетании с разными частями речи характеризуются неодинаковой продуктивностью» [Улуханов 2004: 111].

Учитывая вышеизложенное, следует сделать следующие промежуточные выводы настоящего исследования: актуализация категории интенсивности в юмористическом дискурсе средствами словообразовательного уровня в русско- и немецкоязычном юмористическом дискурсе рассматриваемая нами как прецедентный феномен, обусловлена спецификой когнитивных и этнокультурных схем сознания носителей определенного языка.

Литература

Абдулганеева И.И. Окказиональное словообразование: когнитивно-дискурсивный аспект // Вопросы когнитивной лингвистики. 2022. № 3. С. 96-107.

Абдулганеева И.И. Специфика функционирования аргументативов в свете когнитивно-дискурсивного анализа // Филология и культура. 2022. № 4. С. 7-13.

Арутюнова Н.Д. Дискурс // ЛЭС. М.: Советская энциклопедия, 1990.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.

Павел Воля «День отца». URL: https://gostandup.ru/videos/kamedi_klab_den_otca_pavel_volya (дата обращения: 23.05.2023).

Сергеева Ю.М. Дискурс: интеграция парадигм и методов анализа в англистике XXI. М.: МПГУ, 2023.

Улуханов И.С. Словообразовательная семантика в русском языке и принципы ее описания. М.: Едиториал УРСС, 2004.

Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1989.

Felix Lobrecht – Semesterferien // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Wwdb9v2tp844> (дата обращения: 12.05.2023).

I.I. Abdulganeeva (Kazan, Russia)

Kazan Federal University

SPECIFICITY OF EXPRESSION OF THE INTENSITY CATEGORY IN HUMOR DISCOURSE

This article presents the results of a study on the problem of updating the category of intensity by word-formation means of the language in Russian and German-language *humorous* discourse. Humorous discourse is considered as a precedent phenomenon due to the specifics of the cognitive and ethno-cultural mindsets of native speakers of a particular language.

Key words: cognitive linguistics, category of intensity, word formation, humorous discourse, pragmatics, word-formants of intensification.

О.И. Александрова, А.С. Борисова, С.А. Москвичева (Москва, Россия)

Российский университет дружбы народов

alexandrova-oi@rudn.ru; borisova-as@rudn.ru; moskvicheva-sa@rudn.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕМОВ: СМЕХ ПРОТИВ ПАНИКИ

В статье рассматриваются мемы как современные формы представления комического с точки зрения их структуры, некоторых функций, когнитивных механизмов их порождения и восприятия. Обозначена терапевтическая функция мемов и возможности различного эмоционального воздействия на адресата. Выявлено, что наличие нескольких перспектив, соположение референций к разным реальностям обеспечивают основу для создания и восприятия комического, а фоновое знание и актуализация предмета или ситуации позволяют обнаружить множественность интерпретаций. Конструирование и интерпретация комического в мемах обеспечиваются когнитивными операциями с использованием разных семиотических кодов, при этом необходимым условием комического эффекта является не простое их сочетание, а синкретизм разноуровневых компонентов текста.

Ключевые слова: комическое, юмор, мем, когнитивные механизмы, фоновые знания, интернет-дискурс, социокультурный контекст.

Пока мы смеемся – с нами все в порядке (Сол Беллоу)

Введение. Одной из основ создания смысла является образ, его появление обусловлено специфическим мировоззрением, мироощущением и базисными

представлениями, закрепленными в языковом сознании индивида как члена отдельного лингвокультурного сообщества. В XXI веке образы приобретают креолизованную визуально-вербальную форму и становятся неотъемлемой частью коммуникации в различных социокультурных контекстах. Одним из воплощений такой формы является интернет-мем, получивший широкое распространение в сетевом пространстве. Термин «мем» был предложен еще до начала цифровой эпохи Ричардом Докинзом для обозначения единицы информации, значимой для той или иной культуры (научные знания, фольклор, художественная литература, кино, музыка, мода, юмор и т.д.) и способной транслироваться через поколения [Докинз 2013]. Сравнивая мем с геном, Р. Докинз характеризует его как способный переноситься на дальние расстояния, мутировать и множиться, наделяет операциональными функциями управления идеями, мыслями и чувствами. Мем признается одним из социальных инструментов народного самопознания и самовыражения [Denisova 2019: 2].

Мемы в интернет-коммуникации. В современных обстоятельствах, когда количество пользователей сети Интернет ежегодно растет (только в России к 2023 г. их число достигло 127,6 млн человек – 88,2% населения страны (<https://datareportal.com/reports/digital-2023-russian-federation>), а частота обмена изображениями составляет более 7 миллиардов в день, стремительное распространение визуальных образов, дополненных лаконичными юмористическими репликами, приобретает особое социальное значение. Мемы передают информацию аффективно без опоры на рациональную аргументацию, а их воздействующая функция обеспечивается эмоциональной и когнитивной связью коммуникантов. Современные мемы – это часть «новой политики идентификации, аффективности, эмоций и юмора» [Way 2021: 789]. Семиотическая сущность мема обеспечивает высокую скорость его обработки адресатом – пользователем сети интернет, поскольку для мема характерна концентрированная информативность и визуальная привлекательность. Пользователи, привыкшие к быстрой смене коротких информационных сообщений и большому количеству изображений, воспринимают мемы как узнаваемую коммуникативную форму. В свою очередь создатели мемов используют их как эффективное средство эмоционального воздействия, как положительного, так и отрицательного.

Одним из эффектов воздействия на адресата является терапевтическая функция юмора, способствующая снятию напряжения в критических для общества ситуациях. Сменяющие друг друга кризисы постковидной реальности становятся причиной роста уровня тревожности. Социально-политические изменения, потеря близких, вынужденная самоизоляция, трансформация привычного уклада жизни, негативные экономические последствия, страх смерти порождают тревожность и фобии [Мусийчук 2021]. На этом фоне в интернет-пространстве появляются комические мемы, позволяющие через юмор и отстранение воздействовать на аудиторию, снижая общую напряженность. Терапевтический эффект комического достигается не в любых случаях, а лишь тогда, когда сохраняется целостность создаваемого образа при его семантической многослойности и формальной разноплановости, а степень разрыва между совмещаемыми планами не выходит за рамки табу.

Структура мемов и механизмы создания комического в них. Комизм в мемах обеспечивается тем, что в одном пространстве поликодового текста соплагаются референции к разным реальностям, например, разделенными временем или типами дискурса, или же совмещаются два (или более) различных когнитивных сценария или

фрейма [Москвичева 2022], при этом по сравнению с другими комическими формами в мемах это возможно благодаря сочетанию формально разных вербальных и невербальных, визуальных кодов. Второй сценарий или фрейм оказывается несовместимым с первым, но в меме присутствует скрипт-переключатель, знак, позволяющий переключиться или перейти от первой интерпретации ко второй, фоновой [Вгоне 2006: 204].

Фоновые знания оказываются принципиально значимыми, именно они позволяют совмещать и одновременно противопоставлять различные референции, дискурсы, фреймы, сценарии. В поликодовом тексте мема соположение референций к разным реальностям может приводить к пересечению двух (или более) перспектив благодаря наплаиванию. Формальная параллелизация фреймов и прецедентных знаков, единиц поляризует их содержание, благодаря чему отождествляемое противопоставляется. Рассмотрим два примера мемов, появившихся в период пандемии (Рис. 1 и 2).



Рис. 1. Мем с фрагментом картины Микеланджело «Сотворение Адама»



Рис. 2. Мем с изображением кукол, помещенных в ситуацию обряда похорон

В меме, изображенном на рис. 1, совмещается мир искусства и мир реальности, одновременно с этим совмещается божественное и бытовое. Помещение изображений предметов действительности, маркирующих эпидемиологическую ситуацию коронавируса (антисептик, перчатка), в контекст произведения искусства разрывает шаблон, создавая комический эффект. Допущение такого совмещения намекает на обязательность, навязчивую повсеместность использования средств гигиены, вынужденные ограничения контактов, сложившаяся ситуация высмеивается как печально узнаваемая, к тому же контекст позитивен (божественное начало воспринимается как исключительно положительное, гигиена/чистота также характеризуется мелиоративной оценкой), что эмоционально сопровождается облегчением.

В меме, изображенном на рис. 2, смерть из бытия переносится в бытовое, совмещается бытие и быт, совмещается мир детства и смерть, обнажается страх восприятия детьми смерти как нормы, передается ужас массовых потерь близких в период пандемии. В данном случае скриптами-переключателями становятся предметы и символы традиционного похоронного обряда (черное одеяние, гроб, свечи, оформление мема как некролога), а также вербальная составляющая мема с неожиданной коллокацией «Похороны Барби». В меме нарушаются границы

табуированной в социуме темы – смерти; положительно оцениваемое чистое, детское погружается в ситуацию, сценарий, вызывающий страх, негативную оценку. Такой юмор (не зря называемый черным), на первый взгляд, не несет эмоционального облегчения, но через инициацию, мысленное переживание самого страшного, вероятно, помогает преодолевать этот страх.

Совершенно очевидно, что без фоновых знаний в рассмотренных примерах интерпретация комического невозможна. Значимым при создании и восприятии мема оказывается хронотоп (в рассмотренных примерах – время и события пика пандемии коронавируса), а когнитивным механизмом становится внимание: благодаря детализации транслируемого фрейма или сценария внимание адресата концентрируется на скрипте-переключателе [Bröne 2006: 204] и запускается коммуникативный механизм юмора [Мусийчук 2010: 50]. Без знания дискурсивной ситуации и социального контекста двойственность поликодового текста деактуализируется, переключения не происходит, когнитивный механизм не работает, и комический эффект не достигается.

Еще одним примером значимости фоновых знаний может послужить мем «политические игры», изображенный на рис. 3. Происходящая в сценарии трансформация, создающая комический эффект, становится понятной благодаря вниманию к деталям: оно сосредоточено на кинесических знаках и их интерпретации. Фоновые знания (узнавание лидеров стран, вовлеченных в активные политические процессы, значимые для России) актуализируются через связывание визуального и вербального.



Рис. 3. Мем с политическими лидерами П. Порошенко, Б. Омамой и А. Меркель

В качестве когнитивной операции, конструирующей в данном случае комическое, использована концептуальная метафора «политика – это игра». Интерпретируется она через совмещение политического дискурса и игрового, переосмысление семантики жестов политиков, соотнесение с актуальным на момент появления мема политическим контекстом: известные политики представлены как играющие в детскую игру «камень-ножницы-бумага», являющуюся прецедентным феноменом в отечественной культуре. В данном случае скриптом-переключателем является вербальный план мема, объясняющий совмещение в одном визуальном пространстве выбранные из иных контекстов изображения политических лидеров. Фоновое знание изначально является скрытым и обнаруживается благодаря интерпретации, переключению.

Итак, мемы, получившие широкое распространение в интернет-коммуникации, становятся инструментом эмоционального воздействия, в том числе

терапевтического. Конструирование и интерпретация комического в мемах обеспечиваются когнитивными операциями с использованием семиотических средств разного типа. Наличие нескольких перспектив обеспечивает основу для комического, а фоновое знание и актуализация высмеиваемого делают возможной обнаружение множественности интерпретаций. Необходимым условием комического эффекта является синкретизм разноуровневых компонентов текста, а не просто использование разных семиотических кодов и каналов. Мемы, в которых изображение или вербальный текст самодостаточны (могут быть использованы отдельно), обладают меньшей воздействующей силой. Помимо мемов, вызывающих смех и снимающих социальное напряжение, в интернет-пространстве существуют мемы саркастического содержания, которые могут стать информационными раздражителями, привлекающими или отвлекающими внимание адресатов, и это осознается пользователями сети интернет, что подтверждает существование мема, изображенного на рис. 4.



Рис. 4. Мем с психиатром, обращающимся к интернет-аудитории

Литература

Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: АСТ CORPUS, 2013.

Москвичева С.А. Александрова О.И. Когнитивные механизмы создания комического в анекдоте // Когнитивные исследования языка. 2022. № 4 (51). С. 442-447.

Мусийчук М.В., Мусийчук С.В. Юмор как эффективная стратегия совладания на самоизоляции в период пандемии коронавируса // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yumor-kak-effektivnaya-strategiya-sovladaniya-na-samoizolyatsii-v-period-pandemii-koronavirusa> (дата обращения: 20.10.2021).

Brône G., Feysaerts K, Veale T. Introduction: Cognitive linguistic approaches to humor // Humor – International Journal of Humor Research. 2006. V. 19 (3). P. 203-228.

Denisova A. Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts. NY – London: Routledge, 2019.

Way L.C.S. Trump, memes and the Alt-right: Emotive and affective criticism and praise // Russian Journal of Linguistics. 2021. V. 25. (3). P. 789-809.

CONSTRUCTION AND INTERPRETATION OF MEMES: LAUGHTER VS PANIC

The article examines memes as modern forms of humor in terms of their structure, some functions, and cognitive criteria for their generation and perception. The therapeutic function of the memes and the possibility of instant emotional impact on the address are indicated. It has been revealed that the presence of several perspectives, the juxtaposition of references to different realities forms the basis for the creation and perception of humor; background knowledge and actualization of the subject or situations provide a multiplicity of interpretations. The construction and interpretation of humor in the memes are carried out by cognitive operations using different semiotic codes, and the condition for the comic effect is not just their combination, but the syncretism of multi-level text components.

Key words: humor, meme, cognitive mechanisms, background knowledge, Internet discourse, sociocultural context.

*Т.Э. Алимов, М.Е. Куприянова (Москва, Россия)
1042228048@pfur.ru; kuprianova_me@rudn.ru*

КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ЭВФЕМИЗАЦИИ В УЗБЕКСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

В статье рассматривается явление эвфемии в рамках когнитивной лингвистики как новый подход к изучению языка. Анализируются лингвокогнитивные механизмы эвфемизации в узбекской лингвокультуре, способствующие формированию и модификации эвфемистических концептов как языковых единиц, служащих для смягчения негативного восприятия явлений действительности и содействующих процессу трансформации концептуального содержания.

Ключевые слова: эвфемизация, концепт, эвфемистическая номинация, когнитивный механизм, языковой механизм, концептуальная деривация.

Эвфемистические единицы – сложное и многогранное явление в системе языка. В работах по вопросам эвфемии приводятся неоднозначные толкования некоторых ее особенностей и признаков, при этом внимание, как правило, концентрируется на отдельном аспекте проблемы.

Когнитивная лингвистика трактует явление эвфемии более широко, чем традиционная, уделяя внимание интеракции языковых единиц, выходящей за рамки имплицитной системы языка, взаимосвязи языка, разума и социально-физических знаний, влияющих на концептуальную установку человека. В когнитивной лингвистике эвфемия представляется как определенный ментальный акт, с помощью которого концепты формируются или модифицируются посредством вторичной интерпретации уже имеющихся в ценностной картине мира знаний у носителей языка. Согласно данной точке зрения, «эвфемия есть способ концептуальной деривации, направленный на нейтрализацию имеющейся отрицательной характеристики, которая ассоциируется с первичным знанием, и соответствующий способ вторичной репрезентации на концептуальном и языковом уровнях» [Бабина 2003: 42]. Следовательно, эвфемистическая номинация в рамках концептуальной

дерирации представляет «модель изменения определенного концептуального содержания с целью формирования нового смысла» [Болдырев 2009: 46].

С точки зрения концепции вторичной номинации, явление эвфемии чаще всего основывается на процессах апроприации первичному концепту новой номинации. В результате данного процесса, первичный концепт, как отмечает В.Н. Телия, получает репрезентацию «имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наречения» [Телия 1977: 129], представляя собой часть общего способа отражения действительности для носителей данного языка. По мнению Л.В. Бабиной, «в основе реализации вторичной номинации лежат сходные денотации, которые интегрированы в определенные реалии» [Бабина 2003: 8]. В случае если это сходство имеет несущественный характер, то существует потенциал создания вторичной номинации, основывающейся на установлении универсальных (комбинированных) характеристик, которые способствуют интеграции некоторых реалий в одну категорию. Для реализации данного акта в рамках теории эвфемии, необходима интеграция производного и первичного концептов, обладающих определенными концептуальными связями, которые способствуют эвфемизации речи. При интерференции данных концептов происходит актуализация общей языковой картины мира носителей языка. Следовательно, новое лексическое выражение обладает возможностью для приобретения нового, дополнительного значения.

Ввиду того, что в процессе эвфемизации мы наблюдаем интерференцию двух дифференциальных оперативно-содержательных единиц памяти, использование определенных когнитивных инструментов может привести к нейтрализации содержания первичной единицы, при этом вторичная единица репрезентирует лишь часть его значения, не выражая оценочные признаки. Особенно это проявляется за счет использования инструментов концептуальной метафоры и метонимии, генерализации, перспективизации и др. Рассмотрим действие некоторых механизмов эвфемизации, используя конкретные примеры:

1. *Жазони ижро этиш муассасаси* хаёт назаримда умрга менинг пешонамга езилгандай эди [Цит. по: Омонтурдиев 2006: 18] (В *пенитенциарном учреждении* жизнь в глазах, отбывающих наказания как бы написана на их лбу на всю жизнь) (перевод здесь и далее наш – Т.А.).

Использование эвфемистической номинации *жазони ижро этиш муассасаси* (пенитенциарное учреждение) заменяет первичный концепт *қамоқхона* (тюрьма), который не обладает широкой семантикой, нежели субститут. Для объяснения оснований данного эвфемистического субститута были проанализированы лексические единицы, которые способствовали выявлению отрицательных оценочных коннотаций исходного концепта, как *қамоқ хужмини (жазосини) ўташ жараени* [Бегматов 2005: 234] (процесс отбывания наказания в виде лишения свободы (наказания)), *қамаладиган жой*, (место лишения свободы), индуцирующие негативное влияние на процесс коммуникации. Результатом процесса эвфемизации данных концептов является нейтрализация перечисленных характеристик первичной коннотации. Анализ лексических единиц обнаружил, что вторичный компонент *жазони ижро этиш муассасаси* (пенитенциарное учреждение) в значительной мере несет в своей семантике абстракцию, нежели заменяемый концепт *қамоқхона* (тюрьма):

Қамоқхона (тюрьма) – Озодликдан маҳрум этилган кишилар, маҳбуслар, жиноятчи ва ш.к. камаладиган жой. Қамоқ жойи; қамоқ; турма [Там же: 234] (Лица,

лишенные свободы, заключенные, преступники и т.д. место заключения. Место заключения; лишение свободы; тюрьма);

Жазони ижро этиш муассасаси – суд хукми тайинланган биноан жазоларни амалга оширувчи муассаса ва органлар [Там же: 65] (пенитенциарное учреждение – организации и структуры, которые осуществляют исполнение наказания, установленного судебным приговором).

Результаты анализа лексических единиц демонстрируют, что в рамках приведенного примера межконцептуальная связь достигается благодаря наличию универсального компонента, а именно функции, которую выполняет упомянутая организация.

Табуированность темы интимной жизни в узбекском социуме во многом обусловлена исламской религией и в силу этого характеризуется иносказательностью. Показательно, что в этой области эвфемизация нередко достигается использованием концептуальной метафоры и генерализации как способов нейтрализации концептов первичного коррелята.

2. Олдинги тўрт йилда *биринчи кечадаги сўроққа жавоб беролмаган* Екутой бора-бора янакоматини тиклаб олди [Цит. по: Омонтурдиев 2006: 18] (Екутой, которая *не смогла ответить на вопрос в первую брачную ночь* за предыдущие четыре года, постепенно обрела самообладание).

3. Тўғри-да, *ҳидланган гулга* ким ҳам қайрилиб қарарди [Там же: 19] (И правильно, кто бы посмотрел *на завянувший цветок*).

4. Назоқат аввалига ҳеч нарса билан иши бўлмади. Бироқ *келинлик либосини киелмаслигини* ҳис этгач, ўзидан нафратлана бошлади [Там же: 19] (Сначала изошренность не имела к этому никакого отношения. Однако, когда она почувствовала, что *не сможет надеть свадебное платье*, она возненавидела себя).

Так, выражения *биринчи кечадаги сўроққа жавоб беролмаган* (не смогла ответить на вопрос в первую брачную ночь), *ҳидланган гул* (завянувший цветок), *келинлик либосини киелмаслигини* (не сможет надеть свадебное платье) демонстрируют различные способы представления концептуальной единицы *қиз эмас* (не девушка, в значении не целомудрена). Опираясь на словарные дефиниции, мы обнаружили инвективную характеристику первичной номинации, как *иффати олинган* (лишенная целомудрия), *эр (йигит) қўрган* (мужские руки ласкали ее), *турмаш қўрган* (находилась в браке). Каждый из трех субститутов использует инструмент концептуальной метафоры, однако между ними существуют различия в межконцептуальных связях, служащие имплементацией данного механизма. В выражении *биринчи кечадаги сўроққа жавоб беролмаган* (не смогла ответить на вопрос в первую брачную ночь) на первый план выдвигается такая концептуальная характеристика, как *ўзбек маданияти меъерлариға тўғри келмасди, яъни у турмушиға қадар боқиралиғидан махрум бўлган* (не соответствовала нормам узбекской культуры, в значении была лишена целомудрия до вступления в брак) путем метафорического переноса с конкретной области-источника (по Дж. Лаккофу и М. Джонсону) (*пок эмаслик* - нечиста) на перцептуальную область-мишень (*биринчи кечадаги сўроққа жавоб беролмаган* - не смогла ответить на вопрос в первую брачную ночь), т.е. эвфемизм демонстрирует результат действия – первая брачная ночь для девушки была совсем не первой.

В выражении *ҳидланган гул* (завянувший цветок) межконцептуальная связь достигается при помощи общего признака, т.е. продукт, утративший естественные свойства. Необходимо отметить, что в данном примере процесс эвфемизации

реализуется посредством синхронной операции двух ментальных инструментов, во-первых, концептуальная метафора, и во-вторых, механизм генерализации значения. В четвертом примере концепт *келинлик либосини киелмаслигини* (не сможет надеть свадебное платье) акцент делается на субъект, в данном случае свадебное платье, которое выступает неким посредником между постыдным действием и счастьем, в значении, что платье (в данном случае счастье) никогда не будет надето.

Результаты исследования показали, что эвфемизация единиц состоит преимущественно из концептуальной деривации и выражается в уклонении от использования прямого antecedента, способного производить нейтрализацию отрицательных признаков первичного концепта. Реализация мелиоративного эффекта в контексте речи происходит за счет использования различных лингвокогнитивных механизмов, в которых превалируют генерализация, концептуальная метафора и концептуальная метонимия. В результате эвфемизации формируется новый концепт, оказывающий положительное воздействие на выраженное значение. В зависимости от лингвокогнитивных механизмов формирования эвфемистического субститута, новый концепт способен возникать, с одной стороны, путем интерференции двух концептов - исходного и концепта, который представляет собой вторичную номинацию, с другой – создание новой словоформы, которая обладает определенным фрагментом содержания первичного концепта.

Литература

Бабина Л.В. Когнитивные основы формирования окказиональных значений сложных слов, образованных по модели N+N // Вопросы когнитивной лингвистики, 2008. № 2 (015). С. 39-50.

Бегматов Э. и др. Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси: 5 жилд. Т.: Ўзбекистон миллий университети, 2008.

Болдырев Н.Н. Оценочная метареферентация: проблемы изучения и описания // Когнитивные исследования языка. Вып. V. Исследование познавательных процессов в языке: сб. науч. тр. / гл. ред. сер. Е.С. Кубрякова, отв. ред. Н.Н. Болдырев. М.: ИЯз РАН; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2009. С. 43-51.

Омонтурдиев А.Ж. Ўзбек тилининг қисқача эвфемик луғати. Тошкент: Фан, 2006.

Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация. Виды наименований. М.: Наука, 1977. С. 129-222.

T.E. Alimov (Moscow, Russia)
M.E. Kuprianova (Moscow, Russia)
RUDN University

COGNITIVE MECHANISMS OF EUPHEMIZATION IN UZBEK LINGUOCULTURE

The article deals with the phenomenon of euphemism within the framework of cognitive linguistics. The linguo-cognitive mechanisms of euphemization in Uzbek linguoculture are analyzed, which contribute to the formation and modification of euphemistic concepts as linguistic units that serve to mitigate the negative perception of the phenomena of reality and contribute to the process of transformation of the conceptual content.

Key words: euphemization, concept, euphemistic nomination, cognitive mechanism, language mechanism, conceptual derivation.

Ю.В. Артемова (Москва, Россия)

*Российский университет дружбы народов
Российская академия народного хозяйства
и гос. службы при президенте РФ, ИОН
artemovaart@gmail.com*

ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ ВЗРОСЛЫМИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ПУТЕМ ИЗМЕНЕНИЯ ОТНОШЕНИЯ К ОШИБКАМ

В статье автор, опираясь на новое видение ученых и преподавателей понятия ошибки в обучении иностранного языка, трактует неправильный ответ обучающегося как ресурс информации к конструированию курса обучения иностранного языка, а способы корректирования как создание устойчивого знания, умения и навыка у обучающихся, тем самым способствуя преодолению взрослыми эмоционального дискомфорта, озабоченности и тревожности при изучении иностранного языка.

Ключевые слова: андрагогика, обучение взрослых, иностранный язык, принципы обучения, исправление ошибок, ошибка, психологический барьер.

Изучение любого иностранного языка (ИЯ) требует огромных усилий как со стороны обучающегося, так и со стороны преподавателя. По мнению С.Г. Тер-Минасовой, самым сложным препятствием на пути тех, кто стремится совершенствоваться в знании ИЯ наряду с культурным и языковым барьером в знании неродного языка, является психологический барьер, важность которого часто недооценивается теми, кто вовлечен в процесс обучения. Изучение ИЯ считают наиболее психологически трудным в сравнении с другими дисциплинами. «Изучение языка – это не просто сумма фактов..., это переход в чужой, другой, чуждый, странный, часто неприятный мир. Это очень сложный психологический процесс» [Тер-Минасова 2023: 5]. Психологические препятствия еще более усугубляются, если в обучение вовлечены взрослые люди. Для начала необходимо выяснить причины, провоцирующие стрессовые состояния, затем можно найти пути взаимодействия преподавателя и обучающихся для снижения эмоционального напряжения, далее продолжать плодотворную работу в доброжелательной атмосфере и с не снижающейся мотивацией [Oteir, Alotaibi 2019: 9], последовательно добиваясь цели обучения. Л.Ю. Хафизова классифицирует источники противоречий, которые формируют психологические барьеры для взрослых [Хафизова 2018: 6]:

- 1) условное подчинение, будучи в позиции ученика, которое может вызывать дискомфорт;
- 2) страх, если выявится некомпетентность, отсутствие способностей в сравнении с другими успешными примерами;
- 3) завышенные ожидания от результатов курса как самого обучающегося, так и преподавателя-андрагога, т.е. специалиста в области обучения взрослых.

Опыт обучения английскому языку в группах повышения квалификации и корпоративного обучения сотрудников компаний в сравнении со студентами вуза доказывает, что такого рода противоречия весьма серьезно отражаются на процессе обучения. Т.Е. Змеева считает главными трудностями в обучении взрослого человека именно те, которые носят психологический характер, наряду с физиологическими, социальными, профессиональными и другими [Змеева 2010: 1]. Связанные с

обучением переживания оказывают негативное влияние на мотивацию особенно в длительной перспективе.

Психологическая поддержка взрослых при обучении необходима и ее следует проводить по следующим основным направлениям:

1) подготовка к учебному процессу и настрой на серьезную работу и ответственность за результаты всех участников учебного процесса;

2) адекватное реагирование на разного рода проявления слушателей и профессиональная коррекция ошибок;

3) преодоление трудностей процесса для поддержания мотивации и интереса обучающихся;

б) помощь в преодолении барьеров;

7) создание благоприятного психологического климата, доверительных отношений, фиксирование результатов и поощрение успехов на занятиях.

Вышеуказанные принципы аналогичны андрагогическим, которые описаны в научной литературе [Попкова 2010: 6; Хафизова 2018: 4], согласно которым традиционные роли преподавателя и слушателя курса меняются, и обучающийся становится активным участником процесса, а преподаватель всего лишь координирует, направляет, регулирует взаимоотношения всех участников, вовлеченных в обучение.

Психологической поддержки требуют все аспекты учебной деятельности, в том числе работы над исправлением ошибок у обучающихся ИЯ. Ученые уделяют большое внимание источнику ошибок у взрослой аудитории, а также тому, как менялось представление об ошибках в иноязычной речи [Мильруд, Кондакова 2005: 3; Кондакова, Мильруд 2005: 2]. Почему так важно понять природу ошибок? Опыт ученых подтверждает, что не все ошибки должны быть исправлены одинаково, не существует универсального подхода для корректировки. При рассмотрении феномена ошибки берутся в расчет [Чикнаверова 2018: 7] все составляющие: природа ошибки, тип ошибки, варианты взаимодействия, исправления в разных видах учебной деятельности, а также психологические и индивидуальные особенности разных возрастных категорий обучающихся [Врем 2021: 8].

Ученое сообщество осуществляло попытки классифицировать ошибки как по природе происхождения, так и по определенным критериям (структурный, лингвистический, коммуникативного эффекта, по источнику), ведь именно подробное изучение данного вопроса изменяет подход в изучении речемыслительного процесса в изучении ИЯ для разных категорий обучающихся [Мильруд, Кондакова 2005: 3]. На практике источник ошибки трудно распознать и отнести к определенной категории. Безусловно, опытному педагогу профессиональная интуиция подскажет какова природа возникшей ошибки, но для начинающего педагога теоретические знания об ошибках должны стать необходимым элементом при подготовке преподавателей. Возможно, в методических материалах для преподавателей необходимо больше уделять внимание данному феномену, более широко размещать примеры типичных ошибок и эффективных подходов их исправления и предотвращения.

Один из критериев, на основе которых сформированы типологии ошибок перечисленные в статье [Мильруд, Кондаков 2005: 3] это критерий коммуникативного эффекта. Анализируя опыт работы со взрослой аудиторией, необходимо отметить, что именно ошибки, отнесенные в эту категорию, являющейся основополагающей для изучения ИЯ у взрослых, и потенциальный неуспех повышает неуверенность и страх перед иноязычной средой у взрослых в целом. Например, не

препятствует пониманию смысла неправильное образование условного наклонения в предложении: “I will send you a contract when I will receive it” или неверное употребление модального глагола с частицей to, в таком примере: “I shouldn't to do this task”, но при этом факт коммуникации успешно достигается. И обратные примеры, когда предложения грамматически верны, но смысл непонятен или имеет противоположное значение. Абсолютно грамотно-составленное предложение: “I used to be alone” является неверно выраженным: «Я привык жить один», которое должно было выглядеть на английском: “I am used to be alone”. Предложения с использованием правильно составленных пассивных конструкций, но неверно использованные в контексте также дают сбой при коммуникации. Например, “He will inform” и “He will be informed” в определенной ситуации могут иметь глобальную разницу: «Он проинформирует/скажет» или «Его проинформируют/Ему скажут».

Важно подчеркнуть, что согласно этому критерию, необходимо исправлять глобальные ошибки. Локальные ошибки влияют лишь на отдельные элементы речи и не искажают смысл. Более того, на эффективность исправления такого рода ошибок может влиять ситуационный или индивидуальный факторы, а также количество ошибок. Существует необходимость выбора насущных ошибок, чтобы дожидаться положительной реакции на исправление, ведь для повторения правильного варианта, закрепления в разных формах, без осознания ошибки, согласия с ней и потребности в исправлении не будет общего прогресса от обучения и удовлетворения от результатов. Таким образом, общий настрой, темп обучения, положительные сдвиги предоставят больше возможностей бесконфликтного и позитивного взаимодействия слушателей и преподавателя в иноязычном образовании. Помимо этого, изучение понятия ошибки, ее исправление при изучении ИЯ взрослыми, а также препятствий психологического характера, провоцирующих ошибки разной категории, должно стать важным элементом учебной деятельности, требующий особого внимания со стороны андрагога, т.к. он напрямую отражается на психологическом состоянии, который часто не учитывается при изучении ИЯ.

Литература

Змеева Т.И. Андрагогические особенности обучения иностранному языку в системе дополнительного профессионального образования взрослых // Альманах современной науки и образования. 2010. № 11 (42). Ч. 1. С. 65-69.

Кондакова Н.Н., Мильруд Р.П. Эволюция представлений об ошибке в иноязычной речи учащихся // Вестник Томского государственного университета. 2005. Вып. 3 (39). С. 91-97.

Мильруд Р.П., Кондакова Н.Н. Теории ошибок в методике обучения иностранному языку // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2005. № 1 (7). С. 128-134.

Попкова Е.М. Типология барьеров в андрагогической модели обучения иностранным языкам и методы их преодоления // Иностранные языки: теория и практика. 2010. № 2 (11). С. 50-59.

Тер-Минасова С.Г. Выступления на пленарном заседании 15-й всероссийской научно-методической конференции «Актуальные проблемы современной лингвистики и гуманитарных наук» института иностранных языков РУДН / Церемония открытия. Пленарное заседание // YouTube. URL: <https://youtu.be/vwdqNEu6RF8> (дата обращения: 06.08.2023).

Хафизова Л.Ю. Психологическая поддержка взрослых в обучении иностранному языку // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2018. № 3 (11). С. 70-73.

Чикнаверова К.Г. Интерпретация и коррекция ошибок в речи изучающих иностранный язык. Обзор зарубежных источников // Казанский педагогический журнал. 2018. № 3. С. 129-135.

Brem N. Barriers in Foreign Language Acquisition in Different Periods of Adulthood // International Conference on Language and Technology in the Interdisciplinary Paradigm. 2021. V. 118. P. 37-44. DOI: 10.15405/epsbs.2021.12.6.

Oteir A., Alotaibi A.N. Foreign Language Anxiety: Systematic Review // Arab World English Journal. 2019. V. 10. № 3. P. 309-317. DOI: <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol10no3.21>.

J.V. Artemova (Moscow, Russia)

RUDN University

*The Presidential Academy of national economy
and public administration (RANEPA)*

OVERCOMING PSYCHOLOGICAL BARRIERS OF ADULTS IN FOREIGN LEARNING THROUGH CHANGING ATTITUDES TO MISTAKES

In the article, the author, studying on a new scientists' and teachers' vision of the notion of a mistake in foreign language teaching, interprets the wrong answer as a resource of information for designing a foreign language course, and ways of correcting as creating a sustainable knowledge, skills, and ability of adults, thereby contributing to overcoming emotional discomfort, concerns and anxiety when learning a foreign language.

Key words: andragogy, adult learning, a foreign language, teaching approaches, mistake correction, mistake, psychological barrier.

A.Y. Bagiyani (Pyatigorsk, Russia)

Pyatigorsk State University

alexander.0506@mail.ru

CONCEPTUAL LINGUISTIC ENGINEERING OF PROFESSIONAL IDENTITY: IN SEARCH OF A NEW SYSTEMIC METHODOLOGY

The article explores the importance of systems engineering in linguistics, highlights the main aspects of professional identity in cognitive sciences, and discusses why conceptual linguistic engineering (CLE) is considered one of the most prolific methods for shaping professional identity. The author provides a step-by-step approach to CLE as a new systemic methodology and points out its main features: synergistic effect, functional manageability, pattern universality, deconstruction <-> reshaping <-> formation capabilities.

Key words: professional identity, modelling, discourse, conceptual linguistic engineering, pragma-axiology, systems engineering, research methodology.

In our rapidly evolving world, the establishment and maintenance of professional identities become increasingly crucial for success in various fields. Effective communication and the perception of capabilities are vital components of professional identity (PI). Conceptual linguistic engineering (CLE), with its foundations in systems engineering (SE), offers a unique methodology to shape and reinforce PI. This article explores the importance of SE in linguistics, highlights the main aspects of PI in cognitive sciences, and discusses why CLE is considered one of the most prolific methods for shaping PI.

Despite the fact that the theory of transcendental philosophy as a judgment of reality (the principles of reality are to be discovered by the study of the processes of thought, where "basic rational and cognitive capacities play both an explanatorily and epistemically

fundamental role” [Schafer 2021: 661]) argues that the construction of any system that includes an interpretive component should be carried out taking into account the “subjective error” in calculations, the construction of even a non-technical system devoid of absolute mathematical accuracy explicates reality through the corresponding system categories, bringing it to a certain model (i.e. conceptual equivalent). Formalization and schematization are key components of scientific and philosophical knowledge, since, on the one hand, “formalization, as a parenthetical function, is a way to bring things under the criteria of cognition”, and on the other, “subjective designation of things, that is, their schemes, form a single system of transcendental reality, its possible subjective models” [Зайнуллин 2021: 111]. As a result, the object under study is designated as some formalized synonym for reality, schematically denoting the everyday equivalent of a thing.

Therefore, a deep study of the object is possible only taking into account its schematization and formalization with the subsequent procedure of research operations on the created system for its correction, improvement and bringing to the values and indicators as close as possible to ideal. That is exactly why SE has a potential of becoming a solid methodological foundation for transdisciplinary (mainly – linguistic) studies of PI.

Engineering practices, relying on the “system” as a cognitive category of analysis, build a methodological field on solving two interconnected research problems: firstly, the study of system objects as a form of existence and movement of the real world, as manifestations of its orderliness; secondly, the construction of a system of categories that reflects the system connections of the studied objects and makes knowledge itself well-structured [Заяц 2015: 85]. At the same time, the most complete and consistent methodological program is built in the second position, representing the systemic approach during engineering as a methodology for integrating various sections of knowledge about the object into the holistic system picture.

According to computer sciences research, model-based SE is a formalized modelling application to support system requirements, design, analysis, evaluation, and validation, beginning with the conceptual engineering phase and continuing throughout development and subsequent life cycle phases. A key characteristic of this system is the support for the simultaneous use of multiple description methods (viewpoints), i.e. the simultaneous use of multiple modelling methods to obtain multiple groups of descriptions (views) that address the different interests of the relevant outcomes [Гаричев, Горбачев, Давыденко 2022: 150]. In other words, SE is the interdisciplinary approach concerned with designing, analyzing, and managing complex ‘engineering-like’ systems with a certain outcome in mind.

The application of SE principles to linguistics offers an innovative and efficient approach to analyse and manipulate language systems, leading to the development of linguistic engineering. Therefore, this methodology can be seamlessly extrapolated to linguistics, where SE would provide a valuable framework for understanding the intricate relationships between language and thought components on a much more profound level. By studying language as a ‘system of systems’, linguists can not only identify patterns, structures, and underlying rules that shape communication, but also uncover cognitive and pragma-axiological underpinnings of this communication.

Methodologically speaking, SE is designed to generalise the methods and tools of various subject areas to form methods of their localization by the deductive method – from general rules and patterns to specific solutions [Романов 2015]. This idea perfectly falls in line with our system of CLE of PI, since the result of the latter is the modelling of a linguocognitive system, which includes a set of basic (necessary and sufficient)

characteristics, on the basis of which the full PI formation of the future specialist is possible. Thus, the system of CLE is also based on a deductive principle.

PI is the way in which individuals perceive and identify themselves within their chosen profession. We suggest that this phenomenon is best understood within the cognitive framework. From the perspective of cognitive science, PI formation involves various cognitive processes such as perception, attention, memory, and decision-making, influencing how individuals interpret and process information related to their profession and leading to their PI development. From the standpoint of cognitive psychology, PI formation involves the cognitive processes of self-reflection and self-evaluation in relation to individual's profession. This self-appraisal process helps shape PI by identifying the attributes and characteristics people consider important to define themselves as professionals. As for cognitive linguistics, which explores how language and cognition interact, and how language influences our thinking and perception of the world [Болдырев 2019: 31], it provides valuable insights into the cognitive processes underlying communication within professional and semi-professional domains and emphasizes the role of language in constructing and expressing PI. Through the use of language, individuals can articulate their professional aspirations and establish a shared understanding of what it means to be a professional in their field. The idea of CLE as a most potent tool for shaping PI is also supported by the fact that language is the only safe 'window' to analyse individual's mental and spiritual nature [Jackendoff 2007].

CLE as a new systemic methodology encompasses all the methods of analysis used for professional identity deconstruction and frames them into one supersystem. In broad terms, the methodology can be explained in the following way:

1. A linguistic engineer chooses a certain area of knowledge where PI formation is about to take place and subsequently collects a corpus of texts reflecting the corresponding professional discourse space. As soon as all the necessary data is collected, the multifaceted modelling process begins.

2. Each analytical method that is used in PI deconstruction/formation is designed as modelling to cover each part of the cognitive framework mentioned earlier and is aimed at reconstructing each particular part of PI [Bagiyan, Shiryayeva 2018: 221-222]: linguocognitive modelling is largely based on psychological approach, socio-lexicographic modelling is based on sociological approach, pragma-axiological and linguo-ecological modelling include elements of philosophical and ethnocultural approaches. From the standpoint of applied linguistics, understanding these processes enables linguistic engineers to tailor language resources to match specific professional identities effectively; therefore, pedagogical approach is represented by a comprehensive methodology for studying language phenomena to teach languages for special purposes. Thus, the proposed methodology combines existing approaches to the study of PI when exploring it through the prism of language [Bagiyan et al. 2021].

3. When all the modelling procedures are in place, their results are combined into one CLE supersystem which has the following characteristics: all the elements of this system are co-dependent but equally important for shaping PI; the system is general has a synergistic effect, where its combined pragma-axiological influence is much greater than that of each separate part; the system is functionally manageable, i.e. each new 'independent variable' in professional discourse changes the whole pragma-axiological influence as its 'dependent variable' and, thus, shapes PI differently (therefore, the choice of lexical units as 'independent variables' becomes of crucial importance); the system helps to identify all the patterns necessary for further PI studies in terms of the universality of this process for

different professional domains; the system works both ways, being able to deconstruct and reshape an already existing PI as well as to form a brand new one.

Overall, PI formation from the perspectives of cognitive science, cognitive psychology, and cognitive linguistics highlights the cognitive processes involved in self-perception, self-evaluation, and the role of language in constructing and expressing professional identities. Understanding these cognitive aspects can provide insights into how individuals develop and shape their professional identity, which is crucial for career development and professional growth. In this case, CLE, underpinned by SE and cognitive linguistics through its systemic approach to language modification, presents a versatile, effective, and powerful methodology for shaping and reinforcing PI of any professional domain.

Литература

- Болдырев Н.Н.* Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: ЯСК, 2019.
- Гаричев С.Н., Горбачев Р.А., Давыденко Е.В.* Модельно-ориентированный инжиниринг физико-технических, информационных и интеллектуальных систем // ТРУДЫ МФТИ. Труды Московского физико-технического института. 2022. Т. 14. № 2 (54). С. 149-161.
- Зайнуллин Р.А.* Схема как эквивалент вещи: деконструкция объективной реальности // Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 2 (448). С. 109-115.
- Заяц П.В.* «Система» как когнитивная категория анализа в инженеринговых исследовательских практиках // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 7. С. 81-86.
- Романов А.А.* Прикладной системный инжиниринг. М.: Физматлит, 2015.
- Bagiyana A.Y., Shiryayeva T.A., Tikhonova E.V., Mekeko N.M.* The real value of words: how target language linguistic modelling of foreign language teaching content shapes students' professional identity // Heliyon. 2021. V. 7. № 3. P. 1-8.
- Bagiyana A.Yu., Shiryayeva T.A.* Developing the Method of Conceptual Linguistic Engineering of Professional Identity: Approaches, Essence, Prospects. Science Journal of Volgograd State University. Linguistics. 2018. V. 17. № 4. P. 214-228.
- Jackendoff R.* Language, Consciousness, Culture: Essays on Mental Structure. Boston: MIT Press, 2007.
- Schafer K.* Transcendental Philosophy as Capacities-first Philosophy // Philosophy and Phenomenological Research. 2021. T. 103. № 3. P. 661-686.

*А.Ю. Багиян (Пятигорск, Россия)
Пятигорский государственный университет*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ИНЖИНИРИНГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: В ПОИСКАХ НОВОЙ СИСТЕМНОЙ МЕТОДОЛОГИИ

В статье обосновывается важность системного инжиниринга в лингвистике, освещаются основные аспекты профессиональной идентичности в когнитивных науках и обсуждается, почему концептуальный лингвистический инжиниринг (КЛИ) следует считать одним из наиболее продуктивных методов формирования профессиональной идентичности. Автор предлагает пошаговый подход к КЛИ как новой системной методологии и указывает на ее основные особенности: синергетический эффект, функциональная управляемость, универсальность паттернов, возможность деконструкции <-> перестройки <-> формирования.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, моделирование, дискурс, концептуальный лингвистический инжиниринг, прагма-аксиология, системный инжиниринг, методология исследования.

Е.Г. Баранова, М.А. Мазанова (Нижний Новгород, Россия)
Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова
letterale@yandex.ru

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ «МАРИАННА» В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ФРАНЦУЗОВ

В статье рассматриваются современные вербальные и визуальные репрезентации концепта прецедентного имени Марианна, являющегося символом Французской Республики. Со временем ассоциативное поле данного концепта претерпевает изменения, что видно на примере текстов СМИ разной политической направленности.

Ключевые слова: концепт, прецедентное имя, Марианна, символ, свобода.

В когнитивной базе франкоязычного лингвокультурного сообщества имя собственное Марианна имеет статус прецедентного, являясь одним из важнейших способов репрезентации таких основополагающих для французов концептов как *Республика* и *республиканские ценности*.

Впервые ассоциация имени *Марианна* с Республикой возникает в 1792 г. в быстро ставшей популярной песне *La guérison de Marianne*. Создавая «гражданскую религию», призванную заменить христианство, деятели Великой французской революции, подхватывают эту идею, и вскоре Марианна становится аллегорией Республики, богиней нового культа Разума и Свободы.

В отличие от большинства других символических знаков, созданных Французской революцией, Марианна пережила эту эпоху, обрстая многочисленными вербальными ассоциациями и получая различное визуальное воплощение в связи со сменой культурно-исторических эпох. Представляется, что двойная этимология этого имени – по одной версии, слияние наиболее распространенных имен простолюдинок, *Мария* и *Анна*, по другой – аллюзия на Деву Марию и ее мать Анну – отражает два полюса натяжения смысла, между которыми возникали эти дополнительные значения.

Соответственно формируется и прецедентный визуальный образ («хранящийся в памяти представителей социокультурного сообщества образ сознания, имеющий визуальную природу» [Мардиева: 203]). К середине XIX в. сложились две основных иконографических традиции, отражающие два полюса интерпретации концепта – *Марианна мудрая* (с убранными волосами, венком или диадемой на голове, сидящая или в образе сеятельницы) и *Марианна сражающаяся* (с распущенными волосами, обнаженной грудью, красным фригийским колпаком на голове, в позе воительницы) [Agulhon: 33].

Не будучи государственным символом, закрепленным в Конституции, Марианна тем не менее является одним из центральных концептов общественно-политического дискурса Франции, а бюст ее можно увидеть практически в каждой мэрии и школе. Апелляции к концепту этого ПИ в СМИ высокочастотны, контексты, в которых оно воспроизводится, разнообразны и эмоционально нагружены. В нашей статье будут рассмотрены структурные и семантические трансформации, которые концепт ПИ *Марианна* претерпевает под влиянием экстралингвистических факторов в картине мира франкоязычного сообщества в конце XX в. – начале XXI в.

Рассматривая концепт, вслед за представителями Воронежской научной школы, как глобальную мыслительную единицу, представляющую собой «квант структурированного знания» [Попова, Стернин: 4], репрезентативными которого в языке являются лексемы, словосочетания, предложения, тексты и совокупности текстов, мы считаем, что анализ языковых выражений концепта позволяет получить представление о его содержании в сознании носителей языка.

Исследование включало анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ 126 микротекстов и 78 изображений, полученных методом сплошной выборки и содержащих ПИ Марианна в прямом и в переносном значении.

В лексикографических источниках XXI в. набор дефиниций ПИ остается практически тем же, что и в XIX в.: *молодая женщина, Республика и республиканские ценности, выраженные девизом «Свобода, равенство, братство», воительница, Родина-мать, защитница, кормилица*. Изменения претерпел лишь многочисленный список атрибутов: по сравнению с XIX в., в современном словаре зафиксирован лишь самый главный из них – фригийский колпак. Вместе с тем, анализ современных вербальных и визуальных представлений ПИ в медийных источниках показывает семантические сдвиги.

Наиболее важным изменением представляется появление нового значения «каждая гражданка Франции, француженка» в котором актуализируется сема *конкретность* и, как правило, *множественность*. На вербальном уровне в нашей выборке ПИ применяется в атрибутивной функции к француженкам в 23 контекстах:

- в 14 названиях, где это имя используется во множественном числе. Приведем в качестве примеров документальный фильм *Les Mariannes Noires* о француженках африканского происхождения, подкаст *Les Mariannes* о женщинах, «создающих Францию завтрашнего дня», посвященные женщинам выставки *109 Mariannes* и *Mariannes d'aujourd'hui*, многочисленные ассоциации женщин (*Les Mariannes du Nord, Les Mariannes de la Diversité*, и мн. др.), *les Mariannes* как прозвище женской лиги Франции по волейболу.

- В 9 высказываниях, типичный пример которого “Marianne, c’est un peu chacune d’entre nous”.

На визуальном уровне наблюдается та же тенденция – от обобщенно-идеального образа через персонификацию (в 1969-2012 гг. бюсты Марианны создавались по образу знаменитых француженок, в основном актрис) к «демократизации» образа. Художественные проекты последнего десятилетия объединяет стремление представить лицо обычной француженки. Так, по инициативе агентства по рекламе и связям с общественностью DDB° Paris в десятках мэрий появились бюсты Марианны, прообразом которых послужили женщины, неизвестные широкой публике, далеко не всегда молодые и красивые, но замечательные своей гражданской позицией. Отметим также интерактивный проект *Nous sommes toutes Marianne*, создающий при помощи искусственного разума собирательный образ Марианны на основе сотен тысяч фотографий, присланных француженками. Показательно также стремление отразить этническое разнообразие современной Франции, например, появление чернокожих Марианн.

При рассмотрении традиционных для Марианны характерных признаков важно разграничивать денотативное (указывающее на Марианну непосредственно как на символ Республики) и коннотативное (в метафорическом значении) использование.

Денотативное использование отмечено в 62 рассматриваемых контекстах, все из них относятся к сфере общественно-политического дискурса. К ПИ *Марианна*

активно апеллируют представители всех политических течений. При этом, такие семы как *отчизна* и *защитница* сегодня актуализируются редко (6 контекстов) и были обнаружены только в высказываниях представителей консервативных (правых и особенно крайних правых) партий. Эти характеристики представлены в ряду понятий, отсылающих к концептам *порядок* и *традиция* (*veilleuse de notre société* – сторож нашего общества, *dignité* – достоинство, *sérénité et bienveillance* – спокойствие и благожелательность, *loyauté* – верность, *respect* – уважение, *semeuse* – сеятельница) и противопоставлены понятиям *inquiétude* (беспокойство) и *incertitude* (неуверенность). В 2 контекстах из 6 Марианна ассоциируется с Жанной д'Арк (образ, традиционно эксплуатируемый крайними правыми) и/или святой Женевьевой, спасительницей Парижа. Для «консервативных» контекстов типична также визуализация Марианны в белой одежде (белый цвет во французской культуре символизирует благородство и аристократию) и без фригийского колпака, либо в колпаке белого цвета.

Для представителей левых политических сил и центристов (54 случая) характерна актуализация образа Марианны-воительницы и освободительницы. Практически во всех таких контекстах фигурируют характеристики *combattante*, *militante* и/или понятия, отсылающие к концептам БОРЬБА и СВОБОДА (*libération* – освобождение, *courage* – мужество, *combat*, *lutte* – борьба). Такая ценность как *равенство* возникает также в контексте борьбы за равенство женщин и мужчин. Визуальная репрезентация концепта в этих контекстах всегда соответствует образу *Марианны сражающейся*.

Частота актуализации сем *Республика*, *равенство*, *братство* и *ресурс*, *забота* (кормилица) практически не зависит от политической ангажированности источника, при этом их встречаемость, за исключением семы Республика, в целом ниже. Отметим также, что использование «правыми» образа Марианны в политической пропаганде неизменно вызывает во Франции шквал критики, тогда как как, например, выбор названия *Marianne* для «левого» журнала представляется в общественном сознании весьма легитимным.

К числу коннотативных, или метафорических случаев использовании ПИ, мы, в соответствии с общими принципами когнитивного исследования метафор [Растье 2001; Чудинов 2001], мы относим и случаи использования ПИ в составе сравнительных конструкций или иных компаративных тропов. В полученной выборке выделяются две линии ассоциирования:

1. Актуализация определенных атрибутов. Как реакция на зрительный стимул, ассоциация с прецедентным визуальным образом Марианны связана во всех случаях с картиной Э. Делакруа «Свобода, ведущая людей». Метафорический перенос осуществляется по признакам *свобода*, *нагота*, *эмансипация*: обнаженная грудь, распущенные волосы, фригийский колпак, вытянутая в широком жесте рука со знаменем (“On peut aussi être surpris de la voir, (...) dévoiler un sein, telle une Marianne”; “Une dame à demi dénudée, telle une Marianne en colère, exhibe fièrement sa poitrine et leur lance : “La vraie liberté, c'est ça!”; “Telle une Marianne combattive (...) elle y dévoile un décolleté plongeant”; “cette image du bébé Maggie, brandissant telle une Marianne des temps modernes un drapeau “Je suis Charlie””, и т.п.).

2. Образ женщины-лидера, организующей людей на борьбу (“...elle reparit sous la figure de la travailleuse universelle, telle une Marianne syndicale guidant les masses”; “Telle une Marianne franco-japonaise, elle prend le lead de l'équipe qui se révolte avec elle par la danse et le rythme”, и т.п.).

Проведенный анализ показывает, что ПИ Марианна со временем претерпевает семантические трансформации. Из трех республиканских ценностей во всех контекстах на первый план выступает идея свободы. При этом в «левом дискурсе» свобода, репрезентированная ПИ Марианна, чаще ассоциирована с активным действием/борьбой, в то время как источники «правого толка» идею свободы связывают с такими понятиями, как «порядок» и «традиция». Большая часть дифференциальных признаков, восходящих к полусу *Марианна мудрая* актуализируется только в «правом» дискурсе. Значимой является и тенденция к семантико-прагматическому расширению ПИ за счет появления нового значения «каждая гражданка Франции, француженка».

Литература

Мардиева Л.А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2011. № 3 (15). С. 202-207.

Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж, 1999.

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2001.

Agulhon M. Marianne au combat. L'imagerie et la symbolique républicaines de 1789 à 1880. CR Alain Corbin, Annales ESC, 1979.

E.G. Baranova, M.A. Mazanova (Nizhny Novgorod, Russia)
Nizhny Novgorod Dobrolyubov State Linguistic University

LINGUOCULTURAL CONCEPT “ MARIANNE ” AS PERCEIVED BY THE FRENCH PEOPLE TODAY

The article deals with modern verbal and visual representations of the precedent name concept Marianne, the symbol of the French Republic. Over time, the associative field of this concept undergoes changes, which can be seen in media articles from all across the political spectrum.

Key words: concept, precedent name, Marianne, symbol, liberty.

Ю.А. Богатикова (Москва, Россия)

Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»
y.bogatikova@misis.ru

Е.В. Троценкова (Санкт-Петербург, Россия)

Санкт-Петербургский Государственный университет
e.troschenkova@spbu.ru

ДИСКУРСИВНЫЕ МАРКЕРЫ НЕ/ФИКЦИОНАЛЬНОСТИ И КОГНИТИВНАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ ТЕКСТА НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ


В статье рассматриваются функциональные языковые единицы, выполняющие роль маркеров, которые определяют фикциональный или нефикциональный характер дискурса новостных сообщений. Проведенный анализ показывает, что наличие и отсутствие таких маркеров определяет качественную природу текста и модус его читательского восприятия. Чтение с учетом маркеров не/фикциональности формирует ряд метакогнитивных навыков.

Ключевые слова: медиалингвистика, социальные сети, метакогниция, метарепрезентация, правдоподобие, Телеграм, фикциональность.

Поводом для статьи послужил курьезный случай с главой британской разведки MI-6, официально обратившимся в соцсетях к пародийному каналу турецкого министра иностранных дел. Об этом сообщил Телеграм-канал Sputnik Ближнее зарубежье: «Глава MI-6 Ричад Мур поздравил с назначением пародийный аккаунт нового министра иностранных дел Турции Хакана Фидана» (<https://t.me/sputniklive/62338>). Необходимо проанализировать языковые средства, формирующие в сознании читателей медийного дискурса знание о фикциональной или нефикциональной природе информации, получаемой из СМИ и социальных сетей. В современной ситуации границы не/фикционального информационно-аналитического медиа-контента размыты, тем не менее, есть ряд маркеров дискурса, позволяющих читателю определять качество информации. В зависимости от интенции автора и осведомленности читателя текст может быть воспринят как фактическая или переосмысленная информация.

Языковые маркеры дискурса – информационного, аналитического, оценочного и др., в том числе маркеры недостоверного медийного текста, – это особый функциональный тип языковых единиц. Их восприятие и понимание зависит от индивидуального опыта чтения СМИ. Сами дискурсивные маркеры, в силу того что к ним в работах различных исследователей [Schiffirin 1987; Redeker 1990; Fraser 1996] могут относиться разнообразные языковые единицы, выделяются как функциональная категория. В основу объединения единиц в такой класс кладутся выполняемые прагматические функции управления вниманием адресата и привязывания высказывания к коммуникативной ситуации и продуцируемому дискурсу [Потапова, Троценкова 2021: 121]. Распознавание маркеров не/фикционального дискурса представляет собой особый когнитивный опыт: пользователь должен обращаться к предыдущим случаям своих встреч с текстами не/фикциональной природы, к комментариям других участников коммуникации и апостериорным данным о степени фикциональности текста. На этой основе в сознании читателя вырабатываются представления о том, какие элементы или особенности организации текста, его подачи в СМИ могут служить относительно надежным сигналом о его не/фикциональности и применяться для вероятностного прогнозирования при дальнейшем взаимодействии с такими текстами. Выявление и описание таких особенностей текста представляет как теоретический интерес для исследования принципов организации текста и читательской рецепции, так и с практических позиций цифровой гигиены.

В случае с ошибкой главы MI-6 текстуальная переработка информации представляет собой следующую цепочку:

1) Р. Мур, глава разведки и официальный представитель Великобритании, имеет канал в Twitter (запрещен в РФ). Канал подтвержден как нефикциональный иконическим маркером , который выдается администрацией сети после проверки подлинности данных автора канала. В канале выражается позиция представителя британских властей, он обозначен должностью чиновника @ChiefMI6.

2) От лица этого официального канала в канале *Hakan Fidan@hakanfidan_tr* размещено поздравление на турецком языке, а затем авто-комментарий «неловко вышло» (перевод *Sputnik Ближнее зарубежье*). Канал *Hakan Fidan@hakanfidan_tr* в описании сопровождается пояснением на турецком и английском языках: “It is not an

official Account. Parody account” и не имеет значка подтверждения личности владельца.


3) Вышеописанный фрагмент переписки зафиксирован в виде фотографии новостным Telegram каналом *Sputnik Ближнее зарубежье* (<https://t.me/sputniklive>) и приведен в качестве курьезной, но реальной новости о факте ошибки британской разведки. *Sputnik Ближнее зарубежье* имеет знак подтвержденных данных, в описании указано, что канал принадлежит медиагруппе *Россия сегодня*.

4) Организация *Россия сегодня* на своем сайте (россиясегодня.рф) предлагает самописание: «Международная медиагруппа "Россия сегодня" объединяет русскоязычные информационные ресурсы: РИА Новости, ПРАЙМ, ИноСМИ, ТОК, КОТ, Baltnews, Украина.ру, Социальный навигатор и Arctic.ru. За рубежом она представлена международным новостным агентством и радио Sputnik. Одним из основных продуктов медиагруппы являются информационные ленты на русском, английском, китайском, испанском, арабском языках и фарси» (<https://xn--c1acb12abd1kab1og.xn--p1ai/mediagroup/>). Перечисленные информационные ресурсы зарегистрированы в Роскомнадзоре (<https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/?id=521167>).

5) Новость может быть перепечатана другими каналами. Так сделал Telegram канал *Радио стыдоба*, который не является официальным СМИ, не имеет свидетельства о регистрации и знака подтверждения, но находится среди первых 20 в списке ТОП-100 лучших российских Telegram каналов. Канал *Радио Стыдоба* имеет самописание «"Войны начинают не пушки, а газеты". Политика и сарказм. Кратко и по делу» и цитирует канал *Sputnik Ближнее зарубежье* уже в оценочной форме: «Британская разведка снова на высоте: "Глава MI-6 Ричад Мур поздравил с назначением пародийный аккаунт нового министра иностранных дел Турции Хакана Фидана"» (<https://t.me/RadioStydoba/23316>). Новость перепечатана с иронической подводкой и, хотя информация снабжена ссылкой на первоисточник, в тексте есть опечатка "Глав", что можно интерпретировать или как недосмотр автора частного канала, или как намеренную опечатку с целью избежать точного цитирования.

Опечатки могут повторяться регулярно при перепечатке новостей, поэтому они становятся маркерами опосредованной передачи информации, снижения ее качества в аспекте проверенности/ соответствия реальности. Информационный акцент в последнем случае в целом смещен со стилистически нейтральной подачи новости как факта. Название канала *Радио Стыдоба* акцентирует внимание на эмоционально-оценочных признаках освещаемых событий: ирония и сарказм, комическое осмысление, критика и т. п.

Как видно из приведенных примеров бытования события в новостном дискурсе, маркеры не/фикциональности помещаются авторами на границах текста: в имени и заголовках, описании профиля, оформлении канала. Особое внимание следует обратить на то, что повод для реальной новости дал пародийный (фиктивный) канал о турецком чиновнике. Таким образом, хотя текст официального поздравления появился в фикциональном дискурсе неподтвержденного канала, новость о курьезе переходит в поле нефикционального дискурса, а затем, при перепечатке, опять возвращается в поле неофициального, оценочного дискурса.

Маркеры нефикциональной информации во всех случаях перехода границы не/фикциональности: знак подтвержденного канала , возможность проверки регистрации информационных каналов в государственных органах, заявленная цель/миссия канала в нейтральной форме. **Маркеры фикционального дискурса:**

отсутствие иконического подтверждения, стилистически маркированные границы (название, описание в профиле, подводка к перепечатаемому тексту). Однако в фикциональном дискурсе все без исключения маркированные и нейтральные функциональные стилистические средства могут быть использованы автором для создания эффекта «правдоподобия» текста [Богатикова, 2023]. Если читатель знает об этом из предыдущего опыта чтения, и согласен продолжить языковую игру, речь идет о фикциональном дискурсе. Если читатель не осведомлен о модусе чтения, можно говорить о непонимании или преднамеренном введении в заблуждение (фейке).

Вымышленный новостной дискурс обычно имеет дискурсивные маркеры фикциональности, которые позволяют читателю согласиться на дальнейшую языковую игру и продолжить чтение. Без таких маркеров стилистическое оформление вымысла не позволяет читателю принять осознанное решение. Например, портал *ИА Панорама* (<https://panorama.pub/>) в начале деятельности столкнулся с тем, что их новости передавали официальные СМИ без проверки подлинности. Сейчас самопрезентация *ИА Панорама* сопровождается маркерами фикциональности: «старейшее советское и российское информационное агентство. Основано в 1822 г. как личная курьерско-новостная служба графа Шеремета фон Рабиновича...» (<https://panorama.pub/about>). Издание имеет постоянные рамочные маркеры фикциональности: заголовок «Панорама. Сатирическое издание»; всплывающее окно: «Предупреждение. Все тексты на этом сайте представляют собой гротескные пародии на реальность и не являются реальными новостями», лозунг «Панорама. Опережая события». Telegram канал *ИА Панорама* имеет пометки в описании: «ВНИМАНИЕ! Канал @ia_panorama и аккаунт @panorama_ads – наши единственные официальные в Telegram» (https://t.me/s/ia_panorama), что указывает на попытки других каналов создать ложное впечатление о себе как о популярном сатирическом издании. Парадоксально портал вымышленных новостей вынужден настаивать на собственной подлинности.

Таким образом, когнитивная категоризация медийных текстов происходит на основании выявляемых дискурсивных маркеров не/фикциональности, а также их качественно-количественного распределения и соотношения. Читательское восприятие имеющихся в тексте маркеров или самого факта их отсутствия варьируется на основании предыдущего опыта чтения и самоорганизации комментирующего сообщества. Каждый из обсуждаемых видов текста становится частью картины мира читателя, увеличивает опыт чтения, в результате интерпретации языковых маркеров адресат сообщений либо соглашается на участие в языковой игре с целью развлечения, либо использует информацию как релевантную действительности.

Литература

- Богатикова Ю.А.* Правдоподобие как аспект читательского восприятия текста // Филологические науки. 2023. № 2. С. 54-61.
- Потапова Н.Д., Троценкова Е.В.* Сигналы саркастической оценки в англоязычном онлайн-общении: варианты дискурсивных маркеров // Современная англистика: культура и социум в калейдоскопе англоязычного дискурса. СПб.: Астерион, 2021. С. 118-131.
- Fraser B.* Pragmatic markers. Pragmatics // Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA). 1996. 6 (2). P. 167-190.
- Redeker G.* Ideational and pragmatic markers of discourse structure // Journal of Pragmatics. 1990. № 14. P. 367-381.
- Schiffirin D.* Discourse markers. Cambridge – NY: Cambridge University Press, 1987.

Yu. A. Bogatikova (Moscow, Russia)

National University of Science and Technology MISIS

E.V. Troshchenkova (Saint-Petersburg, Russia)

Saint-Petersburg State University

COGNITIVE CATEGORIZATION OF NEWS MEDIA TEXTS BY FICTION AND NON-FICTION DISCOURSE MARKERS

The article deals with linguistic units which function as discourse markers of fictional or non-fictional news. The case study of the reader's mistake in social media news discourse shows that such markers determine the non-fictional qualities of texts and their reading modes. Conscious reading and interpretation of discourse markers develop the metacognitive reading techniques that allow to qualify the text nature and avoid informational abuse and manipulations.

Key words: media studies, social networks, metacognition, credibility, fiction, nonfiction.

А.В. Верещагина (Москва, Россия)

Московский государственный лингвистический университет

linaanghelina@mail.ru

ПОНЯТИЕ «СУДЬБА» В НОВОГРЕЧЕСКОМ ЯЗЫКЕ

В данной статье проводится анализ новогреческой языковой картины мира в сравнении с древнегреческой. В качестве материала были взяты новогреческие лексемы, обозначающие «судьбу», и описаны механизмы метафорической вербализации данного понятия и словарные гнезда, связанные с данным понятием в греческом языке, в диахронии. Были отмечены определенные сдвиги в обозначении данного понятия в греческом языке.

Ключевые слова: языковая картина мира, судьба, древнегреческий язык, новогреческий язык, метафора, диахрония.

Данная статья является продолжением статьи, описывающей понятие «судьба» в древнегреческом языке и находящейся в печати [Верещагина 2023]. Понятие «судьба» как одно из центральных в языковой картине мира исследуется различными авторами [Карасик 2004; Степанов 2004; Маслова 2007; Ибрагим 2015; Каюмова 2011; Лю Чаоцзе 2017; Подгаец, Цветухина 2009; Тань Аошуан 2004; Толстых 2008; Чупрына 2012; Понятие судьбы в контексте разных культур 1994]. В том числе нами отмечаются сравнительные исследования, а также труды, рассматривающие материал древних языков и конкретно греческого языка [Онианс 1999; Горан 1990]. В данном исследовании мы рассматриваем в сравнительном аспекте греческую лексику, связанную с обозначением понятия «судьба», в диахронии – в древнегреческом и новогреческом языке, в том числе исследуется ее деривационный потенциал. При работе над данным исследованием были использованы материалы следующих словарей древнегреческого и новогреческого языка [Дворецкий 1958; Хориков, Малев 1993].

В новогреческом языке из 15 древнегреческих лексем, связанных с обозначением понятия «судьба», сохранились μοῖρα, τύχη, εἰμαρμένη и εἰμαρμένον, τελερμένον и производные от древнегреческой лексемы αἴσα.

1. Лексема μοῖρα «доля, часть; удел, жребий, доля, участь, судьба» является довольно продуктивной и имеет в новогреческом языке, во-первых, два новых однокоренных образования со значением «судьба» – простое существительное

μοῖρα(ί)ο(v) «рок, судьба; смерть» и сложное слово μοῖρογράφο «рок, судьба», которое содержит еще и корень γραφ- «писать». Во-вторых, следует отметить прочие дериваты от данного корня именно от значения «судьба» – всего около 25 слов. Среди них, например, существительные (11) – μοῖροκρατία «философ. фатализм», μοῖρολατρ(ε)ία «фатализм, вера в судьбу», какоμοῖρία «несчастье, горе, злополучие; бедность; жалкий вид, тщедушность», кроме одного – все сложные; прилагательные (10) – μοῖραῖος «роковой, неизбежный, фатальный; пагубный, губительный», μοῖρολατρικός «фаталистический», δύσμοῖρος «несчастливый, неудачливый, злополучный», ἀμειψίμοῖρος «терпеливый, выносливый, не жалующийся на судьбу», καλόμοῖρος и καλομοῖρης «счастливый, удачливый (о человеке)»; глаголы (4) – μοῖραίνω «предопределять судьбу», συμμοῖρίζω «распределять по жребию», εὐμοῖρό «быть богатым (о человеке), иметь в изобилии; быть счастливым», μοῖρολογό «оплакивать; причитать».

Можно сделать вывод, что количество дериватов от этого корня именно в значении «судьба» в новогреческом языке повышается по сравнению с древнегреческим языком.

2. Однокоренными со словом μοῖρα являются в новогреческом языке лексемы εἰσαρμένῃ и εἰσαρμένον «судьба, рок; предопределение, то, что суждено», образованные еще в древнегреческом от глагола μεῖρομαι «получать по жребию, принимать в удел». Они являются непродуктивными как в новогреческом, так и древнегреческом языке.

3. Слово τύχη «участь, доля; судьба; удача, счастье, везение», образованное от глагола τυχαίνω «случаться», имеет в новогреческом языке большое количество дериватов и однокоренных образований. Среди них можно отметить, например: существительные (31) – δυστύχημα «несчастный случай, происшествие, несчастье», какотυχία и какотυχία «несчастье, беда; невезение, неудача, злополучие»; прилагательные (20) – τυχαῖος «случайный, неожиданный, непредвиденный», άτυχος «неудачный, неудачливый, злополучный», ευτυχής «счастливый», καλότυχος «счастливый, удачливый»; глаголы (15) – какотυχίζω «жалеть, испытывать жалость», καλοτυχίζω «считать счастливым, осчастливливать, делать счастливым»; наречия (4) – τυχόν «случайно», (ε)λιτυχημένα «успешно, удачно», ευτυχώς «к счастью, счастливо», δυστυχώς «к сожалению, к несчастью». Количество дериватов и однокоренных слов значительно выросло в новогреческом языке (70) по сравнению с древнегреческим языком (40).

4. Лексема περρωμένο(v) «судьба, рок, участь», образованная от глагола περρωται «суждено», является непродуктивной, как и в древнегреческом языке, и встречается, например, в поговорке τό περρωμένο(v) φυγεῖν αδύνατον «от судьбы не уйдешь».

5. От древнегреческой лексемы αἴσα «судьба» в новогреческом языке сохранились только дериваты: αἰσιός «благополучный, благоприятный, успешный», αἰσιώς «благополучно, успешно, удачно», εξαισιός «превосходный, изумительный, исключительный».

6. Следует отметить, что древнегреческих лексем μόρος, θεομοῖρη, μόρσιμον, λάχεσις, λάχος, πότμος, χρῆν, обозначающих «судьбу», в новогреческом языке не отмечено. Лексема ἀνάγκη употребляется в новогреческом языке в основном в значениях «нужда, необходимость; бедность», а значения «судьба» не зафиксировано.

Перейдем к лексемам со значением «судьба», которые появились уже в новогреческом языке. Кроме уже упомянутых μοῖρα(ί)ο(v) «рок, судьба; смерть» и μοῖρογράφο «рок, судьба», можно выделить следующие словарные гнезда.

1. Во-первых, в результате метафорического переноса значение «судьба» появляется у однокоренных лексем с первичным значением «звезда» – *αστέρας*, *αστέρι*, *αστρίκ*, *ἀστέρι* и *ἀστρο* «светило; звезда; судьба, звезда чья-либо». Проанализировав дериваты от этих лексем, не удалось зафиксировать слов, относящихся к значению «судьба», а только к значению «звезда», например, *διάστερος* «межзвездный». В древнегреческом языке была зафиксирована только лексема *ἀστήρ* в значении «звезда».

2. Во-вторых, в новогреческом языке следует отметить непродуктивную лексему *κismet*(ι) «судьба, участь; счастье, удача», которая, вероятно, тюркского или арабского происхождения, и в исламе обозначает «неизбежность, предопределенность; рок, судьбу». В древнегреческом языке этой лексеме не зафиксировано.

3. В-третьих, можно выделить новогреческие лексемы *κλήρα* «чаще бран. наследник, чадо; судьба, доля» и *κλήρος* «жребий, земельный надел, доля наследства, судьба, духовенство». Эти лексемы не имеют в новогреческом языке дериватов со значением «судьба». Следует отметить, что в древнегреческом языке отмечается лексема *κλήρος* (*κλῆρος*) в значении «жребий; метание жребия; доставшееся по жребию, удел, доля, наследство; удел, владение, земельная собственность».

4. В-четвертых, от корня *γραφ-* «писать» образованы, помимо уже упомянутой сложной лексемы *μοιρογραφο*, простые лексемы – *γραφοί* и *γραψίμενο*, которые дословно обозначают «предписание, предназначение», например, *ἔτσι μου ἦτανε γραψίμενο* «так мне было на роду написано». В словарной статье словаря новогреческого языка выделяются значения «предопределение, судьба, рок; жребий».

5. Наконец, от прилагательного *ρίζικός* «коренной, главный, основной» в новогреческом языке образовано существительное *ρίζικό* «судьба, участь; род, происхождение». В основном отмечают дериваты от значения «корень», однако можно отметить несколько дериватов со значением «судьба», являющихся сложными словами: *κακορίζικιά* «несчастье, злополучие, убожество, строптивость, неуживчивость», *κακο(ρ)ρίζικος* «несчастливый, злополучный, жалкий, строптивый, неуживчивый», *καλο(ρ)ρίζικα* «совет да любовь (пожелание новобрачным)», *καλο(ρ)ρίζικος* «счастливый, благополучный, приносящий счастье, удачу». В древнегреческом языке прилагательное *ρίζικός* «корневой» зафиксировано только у Плутарха и является дериватом от лексемы *ρίζα* «корень; основание, основа», встречающейся у многих древнегреческих авторов.

Таким образом, засвидетельствованы определенные изменения в языковом выражении понятия «судьба» и изменение языковой картины мира в новогреческом языке, а также подтверждается множественность языковых картин мира греческих авторов. Несомненно, понятие «судьба» как в древнегреческом, так и новогреческом языке является метафорическим понятием и пересекается с понятиями «счастье» и «несчастье».

Литература

Верещагина А.В. Понятие «судьба» в древнегреческом языке // Когнитивные исследования языка. Выпуск: Когнитивная лингвистика в контексте современной науки: сборник материалов международной конференции 19-21 сентября 2023 г. 2023. В печати.

Горан В.П. Древнегреческая мифологема судьбы. Новосибирск: Наука, СПб., 1990.

Ибрагим В.Ф. Концепт «судьба» в русской и арабской лингвокультурах // Русистика. 2015. №4. С. 161-170.

Дворецкий И.Х. Древнегреческо-русский словарь. М., 1958.

Каюмова Д.Ф. Языковое воплощение концепта «судьба» в английской, татарской и турецкой лингвокультурах // Вестник Челябинского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. 2011. №1 (69). Ч. 1. С. 96-100.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.

Лю Чаоцзе Концепт «Судьба» в современном русском языке // Вестник Орловского государственного университета. 2017. №8 (208). С. 21-23.

Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: Двойничество в культуре: судьба, душа, тоска, совесть. М.: Флинта, 2007.

Онианс Р. На коленях богов. Истоки европейской мысли о душе, разуме, теле, времени, мире и судьбе. М.: Прогресс–Традиция, 1999.

Подгаец А.М., Цветухина М.А. Репрезентация категорий «Бог», «Судьба», «Природа» в письменной культуре древних германцев, славян и кельтов // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2009. № 2. С. 41-48.

Понятие судьбы в контексте разных культур: сб. ст. / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. М.: Наука, 1994.

Степанов Ю.С. Константы // Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2004.

Тань Аошун Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность. М.: ЯСК, 2004.

Толстых Ю.А. Особенности лингвокультурологической репрезентации концепта «destin» («судьба») во французском языке // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 20. С. 134-140.

Чупрына О.Г. Эволюция языковой репрезентации понятия «судьба» в английском языке // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия Филология. Теория языка. Языковое образование. 2012. №2 (10). С. 36-43.

Хоригов И.П., Малев М.Г. Новогреческо-русский словарь. М., 1993.

A.V. Vereschagina (Moscow, Russia)
Moscow State Linguistic University

CONCEPT “FATE” IN MODERN GREEK

This article analyzes the modern Greek linguistic picture of the world in comparison with the ancient Greek one. As a material, the modern Greek lexemes denoting "fate" were taken, and the mechanisms of metaphorical designation of this concept and dictionary nests associated with this concept in the Greek language, in diachrony, were described. Certain shifts in the designation of this concept in the Greek language are noted.

Key words: language picture of the world, concept, fate, ancient Greek, modern Greek, metaphor, diachrony.

О.А. Димитриева (Чебоксары, Россия)

Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева
olgaal_79@mail.ru

СИМВОЛИКА ВИНА В ПРОСТРАНСТВЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

В статье рассматриваются особенности репрезентации ситуации винопития в мире художественного произведения. Отмечается, что литература XX в. характеризуется усилением роли человека чувствующего – перцептора, актуализацией сенсорных и эстетической оценок. Особое внимание уделяется семантической паре *вино – кровь*, ее символическому прочтению.

Ключевые слова: винопитие, лексика, семантика, художественная картина мира, индивидуально-авторский образ мира, ментальность.

Вводные замечания. Ситуация винопития при кажущемся постоянном наборе компонентов – субъект, объект, действие – осмысливается говорящим / пишущим по-разному. С одной стороны, конструирование мира, как отмечает Е.С. Кубрякова, осуществляется через набор «альтернативных средств выражения примерно одной и той же мысли», которые предоставляет человеку язык [Кубрякова 2004: 522]. Человек интерпретирует объект речи в категориях, ему знакомых. С другой стороны, «вещи нам навязывают манеру поведения», по Ю.М. Лотману [Лотман 1999: 10]. Мир художественного произведения обусловлен описываемым историческим периодом. Так, в текст вписываются текущие реалии и события (*наркомовские сто грамм; сухой закон*), единицы измерения (*кэст вина; полбренты*), наименования сосудов (*амфора, штоф*). В некоторых случаях ситуация винопития образно преломляется через господствующую идеологию и современные реалии: *Главный тезис – пей, но знай меру. Вообще не пить – это слишком. Это, как говорится, антимарксистская утопия* (С. Довлатов, «Зона»); *Ну кому хочется, чтобы шампанское «администрировали»? Его должны наливать в бокал* (В. Пелевин, «Любовь к трем цукербринам»).

За излюбленными авторскими средствами «конструирования» ситуации винопития считается ее индивидуально-авторская проекция. Так, в литературе вт. пол. XIX в. негативно окрашенный образ шампанского (см. одноименный рассказ А.П. Чехова) является одновременно и социальным маркером (например, напиток генерала Пралинского в «Скверном анекдоте» Ф.М. Достоевского), и вехой, этапом жизни (в романе «Братья Карамазовы» Грушенька разбивает выпивает бокал шампанского и разбивает его, прежде чем отправиться к своему бывшему жениху-поляку). «Предметные и признаковые сущности» (по выражению Е.С. Кубряковой) в описываемом фрагменте мира обрастают авторскими коннотациями. Таковы, например, деривации слова *веселый (повеселеть)*, окрашенные негативно, применительно к вакхической ситуации в мире Л.Н. Толстого; прилагательные *степенный* и *слабый* (и их деривации) в рассказах А.П. Чехова. Интересно нарочитое изменение звукового облика слов, в т. ч. с семантикой употребления спиртного в произведениях Н.С. Лескова и сказках И.С. Шмелева.

Целью данного исследования является изучение вербализации сакральной составляющей ситуации винопития в произведениях перв. пол. XX в. Материалом является авторская картотека примеров, извлеченных методом сплошной выборки, включающих описание ситуации винопития и / или приема пищи в произведениях И.С. Шмелева (282 фрагмента), М.А. Булгакова (177), Д.С. Мережковского (336). В качестве дополнительного метода для верификации данных привлекается Национальный корпус русского языка.

Символика вина в мире художественного произведения. Изменение социально-политической ситуации в начале XX в. повлекло за собой и изменения в литературе. Н.М. Солнцева отмечает, что литература XX в. характеризуется отсутствием ответов и аксиом в отличие от классической литературы («классика средневековья и «золотого века» по природе своей аксиоматична и аналитична» [Солнцева 2002]), она «рефлексивна, лирична, ей удобней <...> выразить зачатые мысли, мимолетное чувство, мгновенную реакцию» [Там же]. Описание бытовых деталей, служащих для выражения общей идеи произведения, в литературе XX в.

также меняет свою аксиологическую нагрузку. На первый план выступают ощущения перцептора, человека чувствующего: включаются детальные визуальные элементы объекта восприятия, подробные характеристики его аудиальных, ольфакторных и других свойств. В качестве примера приведем отрывок из произведения М.А. Булгакова «Собачье сердце»: *На разрисованных райскими цветами тарелках с черной широкой каймой лежала тонкими ломтиками нарезанная семга, маринованные угри. На тяжелой доске кусок сыра со слезой, и в серебряной кадлушке, обложенной снегом, – икра. <...> Зина внесла серебряное крытое блюдо, в котором что-то ворчало. Запах от блюда шел такой, что рот пса немедленно наполнился жидкой слюной. Цвет (черная кайма, райские птицы), размер (тонкими ломтиками), вес (тяжелая доска), фактура (со слезой), материал (серебряный, со снегом), звук (что-то ворчало), реакция (рот наполнился жидкой слюной) и т.д. – все эти параметры составляют разноплановые качества ситуации приема пищи и то, как воспринимает ее наблюдатель. В ситуацию винопития также привлекается тщательный, детализированный комментарий, содержащий рефлексии героя. Ср.: (1) <...> между разговором тихо и комфортно потягивали шампанское. Бутылка стояла тут же на столике в серебряной вазе со льдом (Ф. Достоевский, «Скверный анекдот»); (2) <...> наконец, водка в объемистом ювелиршином графинчике. Особенно поразило Степу то, что графин запотел от холода. Впрочем, это было понятно – он помещался в полоскательнице, набитой льдом (М. Булгаков, «Мастер и Маргарита»).*

Слова *вино* и *кровь* становятся «парой», употребляющейся в одном контексте: во-первых, как элемент описания предмета, во-вторых, как взаимосвязанные и взаимозависимые компоненты ситуации винопития, в-третьих, винопитие осмысливается в своем архетипическом понимании, в сакральном ракурсе в связи с «образами жизни и смерти» (о еде и жертве и их метафорическом осмыслении см. подробнее [Фрейденберг 1997]), и *кровь–вино* становятся ее репрезентантами. Рассмотрим подробнее.

В описаниях второй компонент пары *вино–кровь* является, как правило, цветовой характеристикой.

(1) *К морю – малютка гора Кагель, крепость над виноградниками, гремящими надалеко славою. Там и золотистый «сотерн» – светлая кровь горы, и густое «бордо», пахнущее сафьяном и черносливом, и крымским солнцем! – кровь темная* (И.С. Шмелев, «Солнце мертвых»); (2) *Аззелло извлек из куска темной гробовой парчи совершенно заплесневевший кувшин. Вино нюхали, налили в стаканы, глядели сквозь него на исчезающий перед грозною свет в окне. Видели, как все окрашивается в цвет крови* (М.А. Булгаков, «Мастер и Маргарита»); (3) *Она [Кассандра] <...> налила густого, как масло, вина, странно пахучего, золотисто-розового, в древний кубок из хризолита, с резьбою по краям, изображавшей бога Диониса и вакханок, и, подойдя к окну, подняла чашу, как будто для жертвенного возлияния. В луче бледного солнца на прозрачных стенках оживились розовым вином, словно теплою кровью, голые тела вакханок, славивших пляской бога, венчанного гроздьями* (Д.С. Мережковский, «Воскресшие боги, или Леонардо да Винчи»).

Как видно из приведенных фрагментов, слово *кровь* используется как способ репрезентации цветового оттенка: с помощью метафоры (сотерн – светлая кровь, бордо – кровь темная), аналитического наименования цвета (в цвет крови), сравнения с компаративным союзом (словно теплою кровью). В данных примерах – это может быть как способ описания самого вина (1), (2), так и частично предмета –

изображения вакханок на хризолитовом кубке с вином (3). В отрывках (2), (3) вино становится объектом восхищения и особого поклонения: его рассматривают на свет, им любуются: (2) *глядели сквозь него на исчезающий перед грозой свет в окне;* (3) *подойдя к окну, подняла чашу; в луче бледного солнца.* Вино здесь приобретает символическое прочтение: (2) – это последние минуты мастера и Маргариты перед сменой их сущности, (3) – последняя встреча Кассандры и Джованни.

Вино-кровь могут быть обуславливающими друг друга деталями описываемой ситуации. Вино в таких случаях являются обобщающим наименованием любого спиртного и / или имплицитной составляющей описания, включающего вакхические действия: (4) *Бежали и перебиты хозяева, в землю вбиты! – и новый хозяин, недоуменный, **повыбил** стекла, **повырывал** балки... **повыпил** глубоко подвалы, в кровине поплавал, а теперь, с праздничного похмелья, угрюмо сидит у моря, глядит на камни. Смотрят на него горы...* (И.С. Шмелев, «Солнце мертвых»); (5) *Недовольный их работою – руки неумелых палачей дрожали – царь велел привести к столу, за которым пировал, двадцать осужденных и тут же **казнил** их собственноручно под задранные клики, под звуки музыки: **выпивал** стакан и **отрубал** голову; **стакан за стаканом, удар за ударом; вино и кровь лились вместе, вино смешивалось с кровью*** (Д.С. Мережковский, «Петр и Алексей»). Несмотря на то, что в приведенных фрагментах употребляются глаголы, обозначающие конкретные действия (*повыбил стекла, повырывал балки; выпивал стакан, отрубал голову*), создается типическая картина, изображающая и обобщающая определенный временной период, объединяющий кровопролитие и винопитие, который оценивается в этическом (негативном) ключе: сами действия-поступки из-за своей несочетаемости внушают ужас, что также создается посредством повторяющихся элементов (словообразовательной модели *повы-*; лексики *вино и кровь, стакан за стаканом, удар за ударом*).

Вино-кровь являются элементами таинства евхаристии. В качестве примера приведем ключительную сцену бала из романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита», в которой убивают барона Майгеля и кровь его оказывается в кубке: – *Не бойтесь, королева... Не бойтесь, королева, кровь давно ушла в землю. И там, где она пролилась, уже растут виноградные гроздья.* И.В. Якушевич вслед за Т. Позднейвой пишет о причастии наоборот: когда кровь превращается в вино как символ власти над душами доносчиков, убийц и т. п. [Якушевич 2023: 49]. Кровь превращается в вино (*растут виноградные гроздья*) – налицо символически-сакральная функция обозначенной пары.

Выводы. Таким образом, с одной стороны, литература начала XX в. в сравнении с литературой вт. пол. XIX в. (подробнее см. [Димитриева 2022]) характеризуется усилением перцептивных характеристик при описании ситуации приема пищи и винопития, что, как следствие, влечет за собой маркирование эстетической оценки (по словам Н.Д. Арутюновой, «сублиматом сенсорной оценки является эстетическая» [Арутюнова 1988: 195]). С другой стороны, в этот период актуализируется значение семантической пары *вино – кровь*, которая, выполняя в т.ч. роль сенсорной (визуальной) оценки, обнаруживает свое символическое прочтение.

Литература

Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.

Димитриева О.А. Концептуализация ситуации винопития в художественном мире писателей второй половины XIX в. // Когнитивные исследования языка. 2022. № 2 (49). С. 220-225.

Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира М.: ЯСК, 2004.

Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства (XVIII – начало XIX века). СПб: Искусство-СПБ, 1999.

Солнцева Н.М. О некоторых универсалиях новой литературы // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2002. № 2. С. 35-46.

Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра. М.: Лабиринт, 1997.

Якушевич И.В. Пищевой код в романе М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» // Русский язык в школе. 2023. Т. 84. №3. С. 45-57.

О.А. Dimitrieva (Cheboksary, Russia)

Chuvash I. Yakovlev State Pedagogical University

SYMBOLISM OF WINE IN THE SPACE OF A LITERARY TEXT

The article deals with the peculiarities of representation of situation of wine drinking in the world of a work of art. The author notes that the literature of the XX century is characterized by the strengthening of the role of a feeling person – a perceptor, the actualization of sensory and aesthetic assessments.

Key words: wine drinking, vocabulary, semantics, artistic picture of the world, individual author's image of the world, mentality.

О.Г. Дубровская (Москва, Россия)

Московский государственный лингвистический университет

o_dubrovskaya@inbox.ru

МОДУСНЫЕ КАТЕГОРИИ И ИХ МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В РАЗНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

В работе признается, что любое языковое оформление мысли потенциально ориентировано на воздействие, т.е. на изменение концептуальной картины мира с помощью языка, независимо от того, осознает ли адресат манипулятивный замысел адресанта или нет.

Ключевые слова: манипуляция, речевое воздействие, оценка, оценочная категория.

Признание за языком когнитивной способности, а также выделение интерпретирующей функции языка (см. работы Н.Н. Болдырева: [Болдырев 2011; 2014]) открывает широкие возможности для исследований единиц разных уровней. В когнитивной лингвистике признается, что язык не только реализует познавательные процессы и репрезентирует результаты познания, но также выступает средством вторичной обработки полученных знаний в концептуальной системе субъекта, тем самым выступая средством их интерпретации. Модусные (интерпретирующие) категории обеспечивают вариативность интерпретаций субъектом концептуального содержания в рамках индивидуальной системы знаний, предоставляя субъекту широкие возможности для воздействия (манипуляции) на адресата.

Манипуляция как явление получила изучение во многих областях научного знания: философии, психологии, социологии, культурологии, политологии и др., в связи с чем термин «манипуляция» используется в разных сферах жизнедеятельности человека. В медицине, например, он обозначает осмотр пациента руками врача, а также лечебные процедуры, совершаемые над и с телом пациента; в технических

работах им называют действия с рычагами; в психологии и логопедии этапы развития ребенка связывают с его (ребенка) предметно-манипулятивной деятельностью в том числе; в карточных играх и фокусах этим термином именуются приемы отвлечения внимания субъекта от действий игрока или фокусника.

Очевидно, что широкий диапазон сфер деятельности, которые могут быть названы термином «манипуляция», способствует тому, что под манипуляцией понимается воздействие не только на предметы, но и также воздействие на субъекта. При этом в науке сформировалось понимание манипуляции как скрытого воздействия, направленного на субъект, целью которого является изменение поведенческих реакций, выгодных манипулятору. Не последняя роль в процессе манипулирования принадлежит языку, который и обеспечивает доступ к знаниям манипулируемого субъекта. Однако в лингвистике сложилась традиция говорить о *речевом воздействии* (иногда о манипулятивном воздействии) как убеждении, что, вероятно, связано с сущностью языка как явления: считается, что язык человека, в отличие от языка животных, предполагает разумное поведение (ср.: «Разумное поведение и язык». Вып. 1. Коммуникативные системы животных и язык человека. Проблема происхождения языка». М., 2008), которое связано со способностью человека рассуждать и убеждать, формировать оценочные суждения в том числе.

В лингвистических работах существует обширная литература по изучению речевого воздействия как явления (см., например, в: [Чернявская 2006]). Метафоре отведено особое место среди средств речевого / манипулятивного воздействия. Чаще всего изучаются рекламные тексты, политическая коммуникация, дискурс СМИ как очевидные и яркие примеры, иллюстрирующие креативные возможности человеческого сознания управлять сознанием адресата (реципиента). Признается, что, как и воздействие, манипуляция направлена («эксплуатирует») на систему ценностей субъекта, на его естественную способность реагировать на умозаключения собеседника и приходить к собственным умозаключениям, на способность человека ассоциативно воспринимать мир и формировать межконцептуальные связи, которые «навязываются» человеку с помощью языка. Наиболее очевидным и ярким примером межконцептуальных связей, формируемых в последние десятилетия, является подмена образования услугой, когда лексема «услуга» активирует совокупность знаний концептуально-тематической обрести РЫНОК (ср.: *образовательная услуга как ключевой элемент рынка образования*), но не ВОСПИТАНИЕ / ОБУЧЕНИЕ, подразумевающие иные модели коммуникации и образцы поведения участников образовательного процесса. В этом смысле любое языковое оформление мысли потенциально ориентировано на воздействие: на изменение концептуальной картины мира с помощью языка, независимо от того, осознает ли адресат манипулятивный замысел адресанта или нет (ср.: терминосочетание «манипуляция знаниями субъекта»).

В этой связи интересным для изучения представляется манипулятивный потенциал оценочной (модусной) категоризации (в терминологии Н.Н. Болдырева) [Болдырев 2019]. Поскольку человек не является пассивным наблюдателем мира, а постоянно взаимодействует с ним, по-разному конструируя и оценивая события / явления в своем сознании, то, как справедливо отмечает Н.Н. Болдырев, «...различные объекты, их многочисленные характеристики, как и происходящие в мире события, могут различаться по их воздействию на человека [Болдырев 2019: 275], результаты которого (воздействия) и обеспечивают формирование субъективной оценки, которая

и «передается» адресату в процессе коммуникации (в самом общем виде коммуникация представляет собой обмен знаниями субъектов).

Такая теоретическая установка дает возможность рассмотреть любой дискурс как потенциально «манипулятивно / воздействующе заряженный / нагруженный». Перенос фокуса внимания с характеристики «скрытость воздействия» на «субъективность миропонимания / субъектность», т.е. собственно на *субъект* (человека как автора и получателя сообщений в процессе коммуникации) позволяет в поле исследовательского интереса включить любой дискурс, а не только положительно / отрицательно окрашенный. Иными словами, *оценочная категоризация обеспечивается человеком* (субъектом), т.е. антропоцентрична по сути: «В окружающем нас мире нет хороших или плохих вещей в абсолютном смысле, они выделяются как таковые только в сознании человека, с точки зрения человека и только с помощью и на основе языка» [Болдырев 2019: 276].

Приведем примеры, демонстрирующие манипулятивный потенциал оценочных категорий:

(1) *На льду наш замечательный фигурист / прославленный фигурист / Евгений Плющенко; Bravo // всей команде /кто работает с Плющенко; Прокат / достойный чемпиона нашего // Прокат / достойный современного фигурного катания; Нет слов / после такого выступления хочется аплодировать и кричать / браво; Российские парни / российские фигуристы способны растопить лед любого народа // Это мог сделать только Евгений Плющенко // И весь зал / весь зал / я думаю / что весь зал сегодня аплодирует Евгению / и кричат / браво / спасибо / Женя / что доставил удовольствие // За тебя болели все / вся Россия // Ну что / есть / есть / браво // Есть то / что мы ожидали // Есть то / во что мы верили / именно в такой прокат / именно в такое мастерство // Bravo / Евгений / мы аплодируем вместе со зрителями / вместе с трибунами дворца спорта // У Лайсечка была программа проще // Количество элементов здесь практически у всех одинаковое / но качество // По прыжкам / конечно / Евгений перепрыгал Лайсечка // Он еще раз доказал здесь на чемпионате Европы / что равных ему нет; This Olympics begins right after top first quad / the combination right here / quad toe combination / triple axel / beautiful / see it; Triple axel / switch / absolutely gorgeous landing; Triple axel / beautifully done // Everything about his approach to this competition is calculated / it is smart / the choreography is dramatic / it enhances incredible technical moves that are gorgeous / triple axel // It's unbelievable achievement for Plushenko //*

Манипулятивное воздействие на адресата в (1) осуществляется когнитивными механизмами: метафорой (*растопить лед*), метонимией (*весь зал аплодирует*), сравнением (*у него программа проще*), профилированием признаков (*перепрыгал*), дефокусированием (*unbelievable achievement*). Разнообразные языковые механизмы формирования смысла представлены в виде номинативных единиц-терминов, за счет которых активизируется признак «профессионализм», воздействующий на формирование положительной оценки у адресата. Параллельные конструкции, языковые повторы, отрицательная частица *-не*, сравнительная степень прилагательных, префиксы, а также иные единицы языка участвуют в формировании оценочной категоризации фрагмента мира (выступление Е. Плющенко и Э. Лайсечка на Олимпиаде в 2010 г.).

Манипулятивный потенциал оценки проявляется за счет когнитивного механизма ориентирования и глагола с семантикой каузативности, а также модальности долженствования в (2) в судебном дискурсе:

(2) *The Divorce Code makes it clear that alimony is to be a secondary remedy / awarded only if there is not sufficient assets for the court to award the dependent spouse* [Barbara J. Shah].

Манипулятивный потенциал оценочной категоризации характерен и для переводческого дискурса, т.к. переводчик является субъектом, формирующим дискурс на принимающем языке:

(3) *Мы будем вами любоваться* // (В. Путин, обращаясь к М. Келли).

(3a). *We will look at you // You are gorgeous* (перевод А. Садыкова).

В (3) наблюдаем ориентацию на действие за счет глагола в будущем времени (*будем любоваться*) и дефокусирование оценки, тогда как в (3a) наблюдаем признак «усиление положительной оценки» за счет прилагательного (*gorgeous*), которого в тексте оригинала нет. Иными словами, в речи переводчика степень манипулятивного воздействия оказывается выше.

Таким образом, приведенные примеры свидетельствуют, что речевое (манипулятивное) воздействие предполагает «внедрение» мнения автора сообщения (адресанта) и его оценки в сознание адресата как изменение картины мира.

Литература

Болдырев Н.Н. Интерпретирующая функция языка // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 60. № 33 (248). 2011. С. 11-16.

Болдырев Н.Н. Интерпретирующая функция языка как проявление его антропоцентрической природы // Теоретическая семантика и идеографическая лексикография: эволюция интерпретаций. М.: Екатеринбург. 2014. С 53-57.

Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: ЯСК. 2019.

Разумное поведение и язык. Вып. 1. Коммуникативные системы животных и язык человека. Проблема происхождения языка / сост. А.Д. Кошелев, Т.В. Черниговская. М.: ЯСК, 2008.

Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006.

O.G. Dubrovskaya (Moscow, Russia)
Moscow State Linguistic University

EVALUATIVE CATEGORIZATION AND ITS MANIPULATIVE EFFECT IN DIFFERENT DISCOURSES

The article adopts a broad interpretation of manipulation: any verbal message is potentially oriented to influence, that is, to change the conceptual system of an addressee, regardless of whether the addressee is aware of the manipulative intent against him / her or not.

Key words: manipulation, persuasion, evaluation, evaluative categorization.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КОГНИТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДИАТЕЗЫ

Возможность перевода одной диатезы в другую свидетельствует о наличии таких оппозиций, как языковая личность – внеязыковая действительность, событийная актуальность – ее неактуальность, линейность – объемность, очевидность действия – его неочевидность, существенность субъекта – его несущественность для говорящего. Указанное важно с точки зрения процесса категоризации и концептуализации действительности.

Ключевые слова: денотативная ситуация, залог, диатеза, категоризация, антропоцентричность.

Изучение семантики различных языковых средств, используемых для описания одних и тех же денотативных ситуаций, актуализирует проблему выбора конкретного способа описания этой ситуации конкретным человеком при конкретном акте коммуникации. Так, говорящий чаще неосознанно делает выбор между широкозначным глаголом (в сочетании с существительным) и глаголом более конкретной семантики: *Он сделал запись об этом в журнале* vs *Он записал это в журнале*. Ситуация отсутствия сна у человека также допускает различные варианты описания: *Он не мог заснуть* vs *Ему не спалось* и так далее.

Рассмотрение подобных примеров позволяет сделать вывод о наличии ряда оппозиций, представляющихся весьма важными при описании процессов категоризации и концептуализации действительности в мышлении человека. Они заключаются в том, что противопоставляют:

- языковую личность (я) внеязыковой действительности,
- событийную актуальность неактуальности,
- пространственно-временные отношения;
- линейность объемности,
- очевидность действия его неочевидности,
- существенность субъекта его несущественности для говорящего.

Весьма наглядно эти оппозиции демонстрируют различные залоговые конструкции. Залог – удобное языковое средство, позволяющее вербализировать определенные смысловые нюансы. Это основывается на том, что залог отражает трактовку действия говорящим (сторонним наблюдателем) в плане его направленности и иерархии его участников в описываемой денотативной ситуации, которая остается неизменной. Залоговое же значение относится к сфере языка.

С категорией залога тесно связано понятие диатезы, под которой понимается схема соответствия между единицами синтаксического и семантического уровня, т.е. членов предложения (подлежащего и прямого дополнения) и партиципантов ситуации (субъекта и объекта действия) [Храковский 1974: 13]. Исходная диатеза – это соответствие членов предложения партиципантам ситуации, фиксируемое в исходной конструкции (действительного залога). Производная диатеза фиксируется в конструкциях, производных от исходной (конструкции производных залогов), где происходит «отклонение» от канонической схемы распределения партиципантов по членам предложения; на лексическом уровне они вообще могут не обозначаться. «В каждом употреблении глагол имеет какую-то диатезу, а диатетический сдвиг

переводит одну диатезу в другую» [Падучева 2001: 26]. Таким образом, залог определяется как морфологическая категория глагола, выражающая диатезу.

Рассмотрим на конкретном примере, как проявляются приведенные выше оппозиции. В высказывании *Специалист запускает программу посредством (введения) пароля* описывается действие, обозначенное как *запустить*, в ситуации наличия субъекта – *специалист*, объекта – *программа* и инструмента – *пароль*. Ситуация, включающая указанных партиципиантов, может быть описана целым рядом способов, что позволяет сделать акцент на конкретном участнике или, напротив, вообще не упоминать его при том, что «роль» его в ситуации постоянна. При изменении формулировки в фокусе внимания оказывается:

(1) агентивный субъект (о роли субъекта см. ниже) при выведении инструмента действия на периферию – *Специалист запускает программу посредством пароля*;

(2) агентивный субъект при выведении за кадр инструмента действия – *Специалист запускает программу*;

(3) объект при выведении на периферию агентивного субъекта и инструмента действия – *Программа запускается специалистом посредством пароля*;

(4) объект при выведении за кадр инструмента действия – *Программа запускается специалистом*;

(5) инструмент действия при выведении за кадр субъекта действия – *Пароль запускает программу*;

(6) объект при выведении за кадр субъекта действия – *Программа запускается паролем (посредством пароля)*;

(7) объект при выведении за кадр субъекта и инструмента действия – *Программа запускается*.

Из примеров следует, что в определении взаимоотношений участников ситуации участвуют глаголы *запустить* и *запускаться*. Нельзя не признать, что нередко возвратность влечет за собой изменения в семантике глагола. Однако при диатетическом сдвиге по оппозиции актив/пассив имеет место чисто грамматическое преобразование форм глагола *запустить* → *запускаться*.

Таким образом, каждый диатетический сдвиг отражает соотношение участников ситуации, при акцентуации определенной информации о происходящем. Сам факт возможности смены диатезы указывает на активную роль **языковой личности** (я, исходя из собственной прагматики, выбирает конкретное языковое средство и вербализует информацию о наблюдаемой ситуации), что противопоставляется **внеязыковой действительности** (денотативной ситуации). При этом для языковой личности явно оказывается важен конкретный аспект внеязыковой ситуации – субъект (*специалист*), объект (*программа*), инструмент (*пароль*) ситуации. В зависимости от этого происходит выбор залога и глагола (его невозвратной или возвратной формы); могут выводиться на периферию или опускаться неактуальные участники. Т.е. речь идет об **актуальности или неактуальности события**.

Мы здесь говорим именно о событии, т.к. оно может характеризоваться с точки зрения локализованности в пространстве и времени: действие может быть сосредоточенно в сфере субъекта (*специалист запускает*), объекта (*программа запускается*) или инструмента (*пароль запускает*). Соответственно определяется течение действия, имеющего продолжительность и внутреннюю последовательность. Я фиксирует внимание на определенном этапе/этапах действия: действие описывается как более длительное и имеющее последовательность *специалист* → *пароль* → *программа* (высказывания (1), (3)), действие представляется менее длительным при

исключении этапов, обозначенных как *пароль* (высказывание (2), (4)) и *специалист* (высказывание (5), (6)), действие максимально кратко при сосредоточении его в сфере только объекта и исключении этапов *специалист* и *пароль* (высказывание (7)). Таким образом, актуализируются ***пространственно-временные отношения***.

Очевидно при этом, что действие может быть определено как «***линейное***» (описанное поэтапно – высказывания (1), (2), (3), (4), (5), (6)) и «***объемное***» (сконцентрированное в конкретном участнике ситуации – высказывание (7)).

Ранее также упоминалась роль субъекта (агентивный субъект) в рассматриваемых примерах. При определении семантической роли субъекта (X), независимо от его синтаксической функции, мы, вслед за О.Н. Селиверстовой [Селиверстова 1982: 111-112], исходим из представления об активности/неактивности, по которой могут противопоставляться предикаты. Во-первых, роль X-а может быть определяющей для того, чтобы событие Р имело место. В противном случае, при обусловленности наличия Р внешней по отношению к X-у силой Z, роль X-а трактуется как неопределяющая (что явно не относится к предикату типа *запустить*). Во-вторых, при определяющей роли X-а в фокусе оказываются две возможности. В первом случае X прикладывает усилия и/или проявляет волеизъявление, тогда он определяется как «агентивный» субъект. Здесь также имеет место контролируемость ситуации субъектом, т.е. сознательное приложение усилий со стороны субъекта на разных этапах реализации события Р [Сулейманова, Фомина 2010: 41]: *Специалист запускает программу*. Во втором случае X «как бы независимо от себя самого является источником энергии, которая поддерживает и/или определяет возникновение Р» и роль его определяется как «неагентивный» субъект: *Пароль запускает программу*. Однако, приведенные примеры явно свидетельствуют о том, что такое положение дел является результатом повышения статуса именной группы, обозначающей инструмент действия (*посредством пароля*), до уровня подлежащего при метонимическом переносе и диатетическом сдвиге из-за утраты агентивным субъектом значимости в связи с его очевидностью: за неагентивным субъектом стоит агентивный, определяющий реализацию события (*Специалист запускает программу посредством пароля* → *Пароль запускает программу*). Включение или невключение агентивного субъекта в высказывание и обозначение его посредством конкретного члена предложения определяется прагматикой высказывания: ***очевидностью/неочевидностью способа реализации действия*** для говорящего и ***существенностью/несущественностью для него субъекта***, определяющего и контролирующего события. Именно возможность идентифицировать активного субъекта во внеязыковой ситуации, которому соответствует агентивный субъект при описании ее языковыми средствами, представляется важным для языковой личности, по сути, ставящей во главу угла саму себя, исходя из антропоцентричности языка.

Вышесказанное позволяет не только подтвердить наличие ряда оппозиций, играющих принципиальную роль в когнитивных процессах, но и сделать вывод о существенном когнитивном потенциале диатезы, выраженной залогом.

Литература

Падучева Е.В. К структуре семантического поля «восприятие» (на материале глаголов восприятия в русском языке) // Вопросы языкознания. 2001. № 4. С. 23-44.

Селиверстова О.Н. Второй вариант классификационной сетки и описание некоторых предикатных типов русского языка // Семантические типы предикатов / отв. ред. О.Н. Селиверстова. М.: Наука, 1982. С. 86-157.

Сулейманова О.А., Фомина М.А. Принципы и методы семантических исследований: учебно-методическое пособие. Ч. 1. М.: МГПУ, 2010.

Храковский В.С. Пассивные конструкции // Типология пассивных конструкций: диатезы и залог: коллективная монография / отв. ред. А.А. Холодович. Ленинград: Наука, 1974. С. 5-48.

*M.J. Evteeva (Moscow, Russia)
Moscow City University*

SOME ASPECTS COGNITIVE CAPACITY OF DIATHESIS

The possibility of translating one diathesis into another indicates the presence of such oppositions as linguistic personality – extralinguistic reality, eventual relevance – its irrelevance, linearity – voluminousness, evidence of action – its non-obviousness, materiality of the subject – its insignificance for the speaker. This is important from the point of view of the process of categorization and conceptualization of reality.

Key words: denotative situation, grammatical voice, diathesis, categorization, anthropocentricity.

*Zherdeva O.N. (Barnaul, Russia)
Polzunov Altai State Technical University
vigrijanova@mail.ru
Abubakarova E.V. (Barnaul, Russia)
RANEPА Altai branch
hellen_81@mail.ru*

VERBALIZATION OF CONCEPT “SWEET” IN GERMAN AND RUSSIAN (Based on a comparative analysis of H. Heine’s and A. Fet’s poetry)

The article presents a comparative analysis of the concept “sweet” in Heine’s and Fet’s lyrics. The results of the study show a high word frequency of the concept “sweet” in German poetic tradition which points to the fact that this lexical item describes originally western values and German views of life in particular. The authors have also defined the connection between works by A. Fet and German culture.

Key words: concept “sweet”, linguistic world view, German and Russian poetry of the mid-19th century.

Every culture has its own peculiar world view which influences the way how people belonging to this or that culture perceive, understand, interpret and respond to the reality around them. Nowadays in the context of cultural globalization characterized by the absence of cultural boundaries among nations on the one hand and increasing demand for national self-determination on the other, a study of national world views is of great scientific importance. One of the best ways to penetrate into any culture and know the world view of any nation is to analyze its cultural concepts as they are “the main reason of human emotions, likes and dislikes and sometimes collisions. Concept is the main element of human mental world” [Stepanov 2001: 43]. It explains the relevance of our work.

The purpose of our research is to study the modality and determinate unique ethnic features of the concept “sweet” in the German and Russian languages on the basis of a

comparative lexical analysis of works by outstanding German and Russian poets of the mid-19th century – H. Heine and A. Fet.

The literary analysis of German poets' works (H. Heine, J. Goethe, E. Merike, J. Uhland, J. Kerner, and F. Ruckert) has shown a high frequency of lexical items with a root "süß" (sweet) in German poetry of the mid-19th century. The percentage of the use of these lexical items per 1000 lines is the following: H. Heine – 2.2%; J. Goethe – 0.6%; E. Merike – 0.4%; J. Uhland – 0.2%; J. Kerner – 0.2%; F. Ruckert – 0.2%.

In Russian poetry of the mid-19th century collocations with a root "сладкий" (sweet) are less common. The percentage of the use of such collocations per 1000 lines is the following: A. Fet – 0.7%; A. Grigoryev – 0.2%; F. Tyutchev – 0.2%; A. Maykov – 0.2%.

To identify the modality of the concept "sweet" in both languages we sorted all collocations with a lexical item "sweet" taken from works by H. Heine and A. Fet into blocks on the basis of the continuous sampling method. Table 1 shows the results of the research. As we can see, H. Heine uses a greater variety of collocations with a lexical item "süß" (sweet) than A. Fet. In addition to the blocks "love", "dreams" "sounds/speech", "ambivalent feelings", "flavour", "mysticism/fairy-tales" and "hope" found in A. Fet's poetry, in H. Heine's works we have identified such blocks as "woman's appearance", "forms of address to a darling/others", "life", "songs", "motherland", "direct meaning".

Table 1

Collocations with a root "Süß/ сладкий" in H. Heine's and A. Fet's poetry

	H. Heine's poetry	A. Fet's poetry
Meaning		Collocations
<i>Love</i>	<i>Süße</i> (sweet, desired love); <i>Süßes, Süße Erinnerung</i> (sweet memories about love); <i>Süße Stund</i> (sweet moments when my darling kissed me); <i>Das Süße Bekenntnis, Süße Nahe</i> (sweet love confession).	<i>сладкий жар любви</i> (sweet fever of love); <i>сладкое удовольствие</i> (sweet delight); <i>сладкие мгновения</i> (sweet moments); <i>сладкое очарование</i> (sweet fascination).
<i>Woman's appearance</i>	<i>Süße Augen</i> (sweet eyes); <i>Süße Augeln</i> (look sweetly); <i>Süße Brand</i> (sweet glare); <i>Süße kluge Pracht</i> (sweet light in the eyes); <i>Kuß ist Süßer</i> (sweet kiss); <i>Süß sind Kusse</i> (sweet kisses); <i>Süße Lippen</i> (sweet lips); <i>Süße des Lächelns</i> (sweetness of smile); <i>Süße Stimme</i> (sweet voice); <i>Ein süßes Bild</i> (sweet image); <i>Das süße Gesicht</i> (sweet face).	
<i>Forms of address to a darling</i>	<i>Süße Maid</i> (sweet lady); <i>Wunder süßes Mädchen</i> (amazingly sweet girl); <i>Süß Bräutchen</i> (sweet bride); <i>Meine süße</i> (my sweetie); <i>Süße Puppe</i> (sweet dall); <i>Die süß süße Philomete</i> (sweet Philomele).	
<i>Life</i>	<i>Leben ist Süß</i> (life is sweet); <i>Süß Lästsich Leben</i> (it is sweet to survive); <i>Süß ist Lebensgabe</i> (sweet life given by God); <i>Süßigkeit des</i>	

	H. Heine's poetry	A. Fet's poetry
Meaning		Collocations
	<i>Lebens</i> (sweetness of life); <i>Mein Leben süß</i> (my life is sweet).	
Mysticism, fairy-tales	<i>wunder süß betören</i> (seduce sweetly); <i>ein schauer süßes Zauber</i> (sweet magic); <i>süße Schlangenaugen</i> (sweet snake eyes); <i>die süßen Märchenwunder</i> (sweet fairy wonders); <i>ein süßes Glück verheißend</i> (predict sweet happiness).	сладостная тайна (sweet mystery); сладость таинственных терзаний (sweetness of mysterious torment).
Songs, sounds	<i>süße Gesang</i> (sweet song); <i>es klingt so süß</i> (it sounds sweet); <i>süße Tone</i> (sweet sounds).	сладкие звуки (sweet sounds); сладостный звон (sweet clanking); сладко петь (sing sweetly); сладко насвистывать (whistle sweetly); сладко лепетать (babble sweetly).
Dream	<i>süßer Traum</i> (sweet dream); <i>traumerisch süß</i> (dreamy sweet).	сладкие сны (sweet dreams) сладко спать (sleep sweetly); сладко вздремнуть (have a sweet nap); видеть сладкие сны (have sweet dreams); слаще, чем сон (sweeter than a dream); сладкая нега (sweet delight).
Ambivalence	<i>Tod ist süß</i> (death is sweet); <i>wundersüßes Sehnen</i> (sweet melancholy); <i>süßes Elend</i> (sweet misfortune); <i>süße Träne</i> (sweet tears); <i>qualvoll süße Bilder</i> (sweet pictures).	сладостно и горько (sweetly and bitterly); сладко задыхаясь (choking sweetly); умирать сладко (die sweetly); сладко гореть (burn sweetly); сладкая тревога (sweet alarm); сладкий яд (sweet poison); сердце сжимается сладко (heart clenched sweetly); сладкий крик (sweet cry); сладостно и больно (sweet and painful); сладкая боль (sweet pain); сладостное лекарство (sweet remedy).
Direct meaning	<i>der süßte Wein</i> (the sweetest wine); <i>süßer Wein</i> (sweet wine).	
About motherland	<i>süßer Boden</i> (sweet land); <i>süße Erdenneste</i> (sweet nest).	
Flavour	<i>süße Duft</i> (sweet flavour).	сладкий аромат (sweet flavour); сладкий воздух (sweet air); сладостное дыхание (sweet breath), сладостно вздыхать (breathe sweetly); сладкая амбра (sweet amber).

H. Heine also uses the concept “sweet” in his works as a brilliant vehicle for irony. A very high intensity of collocations with a lexical item “*süß*” (sweet) creates the so-called effect of excessive sweetness. In the poem “Der Gesang der Okianiden” five words with a root “*süß*” are repeated within one strophe.

Ich aber, der Glückliche, koste nur *Süßes*!
 Ich koste den *süßen* Duft der Rose,
 Der mondscheingefütterten Nachtigallenbraut;
 Ich koste noch *süßeres* Zuckerbackwerk,
 Gefüllt mit geschlagener Sahne;

Und das Allersüßeste kost ich,
Süße Liebe und süßes Geliebtsein.

Both H. Heine and A. Fet use collocations with a root “*süß*” / “сладкий” to describe the feeling of love in their works. However, H. Heine more often describes it as something ideal and inspiring, something that makes a person happy.

The poetry of A. Fet, whose life and work are the crossing of two cultures - German and Russian – stands out against the traditional Russian poetry of the mid-19th century. A similar trend can be seen in the use of the concept “sweet” in his works. On the one hand, in A. Fet’s poetry the concept “sweet” is the form of escape from reality into the dream world, some “sweet” ideal place where there is no disappointment and sufferings; on the other hand, A. Fet reinterprets the concept “sweet” within a traditional Russian world view and his own tragic life. As a result, there is some discrepancy of presentation of the concept “sweet” in A. Fet’s lyrics that manifests itself in a strong desire of the poet to show a complex nature of the human feelings including not only something pleasant and beautiful, but also some pain and suffering.

Thus, we can come to the following conclusions. Firstly, collocations with a lexical item “sweet” are more numerous in German than in Russian. Secondly, in the Russian language lexical units with a root “sweet” are often used with negative and even ironical connotations while in German this concept is a form of experience and understanding a human existence and life in general as some pleasure.

References

Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика. Воронеж, 1997.

Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1993

Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. М., 2001.

Фет А.А. Воспоминания. М.: Правда, 1983.

Langenschildts Großwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache. М., 1998.

Жердева О.Н. (Барнаул, Россия)

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

Абубакарова Е.В. (Барнаул, Россия)

Алтайский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «СЛАДКИЙ» В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ (на основе сравнительного анализа поэзии Г. Гейне и А. Фета)

В статье представлен сравнительный анализ концепта «сладкий» в поэзии Г. Гейне и А. Фета. Результаты исследования свидетельствуют о высокой частотности концепта “сладкий” в немецкой поэтической традиции, что указывает на то, что данная лексическая единица описывает исконно западные ценности и, в частности, немецкие взгляды на жизнь. Авторами также определена связь произведений А. Фета с немецкой культурой.

Ключевые слова: концепт «сладкий», западные ценности, языковая картина мира, немецкая и русская поэзия середины XIX в.

**КЛАССИФИКАЦИЯ АНТОНИМОВ
С КОГНИТИВНОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ В АСПЕКТЕ РКИ
(НА МАТЕРИАЛЕ «СЛОВАРЯ РУССКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ»)**

Статья посвящена изучению сущности антонимов и разработке их классификации на основе когнитивного подхода. В статье анализируются существующие классификации антонимов, а также предложена авторская классификация на основе эмпирического анализа концептов, выделенных в «Словаре русской ментальности» В.В. Колесова, Д.В. Колесовой, А.А. Харитоновой.

Ключевые слова: антоним, концепт, противопоставление, ментальность, когнитивная лингвистика, оппозиция, репрезентация.

Русский язык считается одним из наиболее распространенных языков в мире, а также наиболее сложным для изучения, при этом овладение русским – база для формирования функциональной грамотности в условиях инокультурной среды [Кузнецова 2020: 105]. Освоение лексики как проблема обучения РКИ тесно сопряжена с условиями лексического оборота в речи студентов. Те студенты, которые не ведут активной коммуникационной деятельности и мало общаются с носителями русского языка даже при усердном обучении испытывают выраженные лингвистические трудности, в связи с чем обучение должно быть целенаправленным, организованным и комплексным [Достатная 2020: 490]. В качестве ключевой цели развития лексической стороны речи студентов, обучающихся по программам РКИ, исследователи называют формирование навыков семантизации, а именно употребления в речи антонимов, синонимов, толкований и прочих [Голуб, Медведева 2022: 61]. Следовательно, антонимы можно считать одним из средств развития лексики у иностранных студентов. Значимость антонимов для курса РКИ во многом основывается на ранее выявленных философских основаниях. Отношения противоположности – фундаментальные для любой культуры, при этом в разных языковых картинах мира они по-разному репрезентируются. Итак, студентам на курсе РКИ важно понимать специфику противоположностей именно того языка, который они изучают.

На сегодняшний день лексическая антонимия рассматривается как одна из частных систем лексико-семантической системы, в основе которой лежит идея противоположности внутри одной сущности. Антонимы же в наиболее общем смысле представляют собой противоположные по значению слова. Н.М. Шанский считает антонимами «слова разного звучания, которые выражают противоположные, но соотносительные друг с другом понятия», более конкретизирует признаки антонимии» [Шанский 1972: 64-65].

Антонимы классифицируются в лингвистике по самым разным признакам. По структурному признаку антонимы разделяются на разнокорневые и однокорневые. По способу выражения антонимичности антонимы можно разделить на такие, как корневые, префиксальные, суффиксальные, сложнопроизводные и сложные, сложносокращенные и сокращенные [Кузьмина 2021: 169]. Однако в целях

успешного освоения антонимов в рамках курса РКИ таких подходов к их классификации недостаточно.

Представляется, что одним из наиболее актуальных подходов к изучению антонимов и их классификации в системе лингвистического знания является когнитивный подход. Когнитивный подход к изучению антонимов приоритетен тем, что антонимические отношения рассматриваются в аспекте изучения языковой картины мира [Воронина, Черкасова 2018: 10]. Исследователи считают, что противоположности, бинарные структуры «играют фундаментальную роль в когнитивной деятельности человека, участвуя в процессе познания явлений действительности, а также их структуризации» [Новикова 2010: 11]. Это означает, что антонимы могут использоваться для целей, связанных с осмыслением языковой среды и культуры, что важно для сферы образования, в том числе для курса РКИ.

С когнитивной точки зрения классификация антонимов в целях их преподавания студентам РКИ может осуществляться на основе концептов как ключевой научной категории когнитивной лингвистики, наиболее ярко отражающей сущность русской ментальности. Концепты, согласно В.В. Колесову, «представляют собой опорную сеть коренных понятий национальной культуры, существующую вне времени и пространства» [Колесов 2012: 5].

Концепты, свойственные тому или иному народу – ничто иное, как лексические единицы, которые могут быть задействованы в отношениях антонимии. Концептуальная антонимия рассматривается в научной литературе как отношение расхождения единиц на концептуальном уровне, проявляющееся в речи, в дискурсе, при том, что в языковой системе эти единицы могут не иметь зафиксированного статуса антонимов [Наговицына 2019: 391]. Другими словами, по отношению к концептам могут быть сформированы пары лексем с противоположным значением (антиконцепты). В отличие от концепта, «антиконцепт» трактуется как «продукт глубинных познавательных противоречий, присущих самим познавательным объектам» [Степанов 2009: 24].

В рамках настоящего исследования с помощью «Словаря русской ментальности» и антонимических словарей была разработана авторская классификация антонимов, репрезентирующих концепты русской ментальности. Авторская классификация опирается на идею о том, что концепт – это не только языковая единица, но и единица сознания, оппозиция в сознании, и как часть сознания концепт может быть выражен словом. Противопоставленность концептов в сознании выражается в антонимах в языке, что позволяет нам выделить пары антонимов-концептов и разграничить их по типам. Всего в предлагаемой классификации выделяется три типа антонимов-концептов:

Антонимы-концепты как пара слов, которые имеются в виде отдельных словарных статей в «Словаре русской ментальности». Этот вид антонимов-концептов имеет наибольшее значение для обучения студентов РКИ, поскольку оба слова в данном случае признаны концептами, отражающими русскую ментальность. Рассмотрим некоторые примеры таких антонимов. Типичный пример – антонимы «беда» и «радость», пронизывающие большинство произведений русской литературы и других сфер искусства. Аналогичный пример – пара антонимов «смелость» и «трусость», репрезентирующих характерные для русского человека черты характера, широко противопоставляемые в культуре. Также в «Словаре русской ментальности» встречаем такую пару концептов, как «богатство» и «нищета» – проблема соотношения этих понятий имеет выраженное значение для российского общества

как исторически, так и на современном этапе. Другие примеры, ярко отражающие русскую ментальность, антонимы-концепты «гнев» и «милость», «добро» и «худо», «милосердие» и «жестокость», и т.п. Можно заметить, что большинство антонимов-концептов, относящихся к первому типу, связаны с личностными характеристиками людей.

Антонимы-концепты как пара слов, среди которых одно слово – это концепт, а второе слово как отдельный концепт не описано в словарной статье «Словаря русской ментальности», но упоминается в этой словарной статье. Факт упоминания в словарной статье антонима для концепта подчеркивает значимость противопоставления для осмысления сущности самого концепта. Например, в словаре встречаются следующие концепты, для которых антонимы уточнены по тексту словарных статей: «бездарность» и «талант», «вкус» и «безвкусица», «быль» и «небылица».

Антонимы-концепты как пара слов, среди которых одно слово – это концепт, а второе слово отсутствует в виде отдельной словарной статьи и не упоминается в словарной статье для этого концепта, но встречается в других словарных статьях. К таким антонимам-концептам можно отнести следующие: «встреча» и «расставание», «доброта» и «злобность», «искренность» и «лживость», «мудрец» и «глупец», «зной» и «стужа».

При формировании описанной выше классификации антонимов с когнитивной точки зрения имеет важное значение понимание особенностей антонимов второго и третьего видов, для которых в «Словаре русской ментальности» отсутствует параконцепт. Отсутствие пар для концептов в использованном нами словаре можно объяснить разными причинами: невозможностью охвата всей концептосферы лексикографическими средствами; отсутствием оснований, позволяющих выделить в парных словах «концептум». Другими словами, если в первом виде антонимов-концептов оба слова являются концептами, то во втором и третьем типах второе слово является понятием как «приближением к концепту, явленностью концепта в виде одной из его содержательных форм».

Таким образом, в рамках настоящего исследования была уточнена сущность антонимов и их основные классификации, предложена авторская классификация антонимов, репрезентирующих концепты русской ментальности на основе когнитивного подхода. Разработанная классификация основана на идее о том, что антонимы – это не просто слова с противоположным значением, а слова, которые репрезентируют концепты, находящиеся в отношениях оппозиции. С опорой на эмпирический материал, сформированный по данным «Словаря русской ментальности», были выделены группы концептов, которые между собой состоят в отношениях антонимии, и могут использоваться для более продуктивного освоения русскоязычной лексики студентами курсов РКИ.

Литература

Воронина Т.М., Черкасова Е.М. Роль антонимии в концептуализации характеристик звучания в русском языке // Научный диалог. 2018. № 11. С. 9-21.

Голуб Л.Н., Медведева С.А. Предъявление и семантизация новой лексики при обучении студентов русскому языку как иностранному // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. № 3. С. 61-66.

Достатная А.А. Адаптивность иностранных студентов в российском вузе // В сборнике: Личность в современном мире: образование, развитие, самореализация. Материалы Международной научно-практической онлайн-конференции. М. 2020. С. 485-491.

Колесов В.В., Колесова Д.В., Харитонов А.А. Словарь русской ментальности: в двух томах. Санкт-Петербург: Златоуст, 2014.

Колесов В.В., Пименова М.В. Концептология: учеб. пособие. Кемерово: Кемеровский гос. ун-т, 2012.

Кузнецова Г.В. К вопросу о развитии функциональной грамотности при обучении русскому языку как иностранному // Русский язык в поликультурном мире. 2020. С. 103-108.

Кузьмина Н.А. Современный русский язык. Лексикология: теория, тренинг, контроль. М.: Флинта, 2021.

Наговицына Н.В. Концептуальная антонимия как средство языковой объективации концепта «патриотизм» // Русский язык в поликультурном мире: III Международный симпозиум / отв. ред. Е.Я. Титаренко: сб. науч. статей. В 2-х т. Т. 1. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. С. 390-395.

Новикова Ю.А. Речевая антонимия как отражение обыденной картины мира: автореф. дисс. ...канд. филол. наук. М., 2010.

Степанов Ю.С. Понятие концепт и антиконцепт как векторные явления в семантике // Когнитивные исследования языка. 2009. № 1. С. 22-28.

Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка: учеб. пособие для пед. институтов. М.: Просвещение, 1972.

*Ren Chunyan (Saint Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University*

CLASSIFICATION OF ANTONYMS ACCORDING TO THE COGNITIVE APPROACH IN RFL (BASED ON THE "DICTIONARY OF RUSSIAN MENTALITY")

The article is devoted to the study of antonyms and the development of their classification based on the cognitive approach. The author's classification is proposed, formed based on an empirical analysis of the concepts identified in the Dictionary of Russian Mentality by V.V. Kolesov.

Key words: antonym, concept, opposition, mentality, cognitive linguistics, opposition, representation.

*Е.В. Зверева (Москва, Россия)
Российский университет дружбы народов
zvereva_ev@rudn.ru*

КОГНИТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ МОТИВАЦИИ В СОЦИОЛЕКТЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРИМЕРЕ ИСПАНСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ

Статья посвящена изучению когнитивной основы создания пандемического лексического репертуара, представляющего собой метафорические и неметафорические неологизмы – лексемы и фразеологические обороты. Делается вывод, что пандемический социолект является продуктом цикличной интеракции, в ходе которой возникают новые смыслы, представления и символы. Символический интеракционизм как область анализа позволяет расширить лингвистический подход и перевести его в социальную область. В статье рассматривается роль СМИ и соцсетей в формировании и распространении новой лингвистической реальности. Отмечается, что временной фактор выступает в данном случае идентификационным критерием.

Ключевые слова: пандемия, социолект, неологизм, когнитивная мотивация, СМИ, метафора.

Кризис, связанный с пандемией COVID-19, разделил жизнь человеческого сообщества на до и после. Пользователи соцсетей и журналисты единодушно говорят о появлении «пандемического» сленга: «El coronavirus ha “*covidizado*” toda nuestra vida» (коронавирус «ковидизировал» всю нашу жизнь), пишет пользователь Facebook. Пандемия послужила социолингвистической почвой для формирования нового кода – пандемической речи [Loayza-Maturrano: 2022, 11].

С. Романелли утверждал существование в языке когнитивной мотивации символического характера [Romanelli:2013, 48]. Языковое производство новых выражений в обществе определено когнитивными правилами, ментальной логикой, предполагающей развивающуюся и постоянно формирующуюся структуру, которая переходит «из своего латентного состояния в состояние развития через метафоризацию, метонимизацию и концептуальную гиперболизацию в качестве когнитивных процессов языка» [Brdar and Brdar-Szabó: 2014, 324].

Источник процессов, становящихся объектом лингвистической символизации, находится в реальной жизни, следовательно, символы рождаются из реальности и переходят в реальность, где они начинают функционировать и приобретают общественную ценность. Реальность позволяет развивать и запечатлевать символы, которые она превращает в историко-культурные единицы. Представители языковых сообществ создают, воссоздают, модифицируют или копируют знаки. Иными словами, репертуары, подобные репертуару пандемического социолекта, являются продуктом цикличной интеракции, в ходе которой возникают новые смыслы, представления и символы. Символический интеракционизм как область анализа позволяет расширить лингвистический подход и перевести его в социальную область.

Повышение уровня эмоциональной и социальной напряженности способствовало усилению процессов образования именно эмоционально-экспрессивных типов словообразовательных моделей. Тот факт, что общество перешло в виртуальную плоскость и использование возможностей Всемирной сети значительно возросло, создал условия для более активной интеракции между пользователями, выросла пользовательская аудитория и появилось больше свободного времени для сети во всех ее проявлениях, как в плане общения, так и в плане ознакомления с информацией СМИ, что, безусловно, повлияло на внедрение неологизмов в узус как публицистического, так и повседневного бытового дискурса соцсетей.

Мы полагаем, что коммуникацию в период пандемии можно рассматривать в рамках трех этапов: начальная информация; ответное сообщение; создание общего смысла (возникновение нового регистра), и, как результат, рождение нового лексического варианта или нового языкового знака.

Несмотря на царившую атмосферу тревоги, страха и растерянности, такое масштабное социальное явление позволило на лингвистическом уровне сформировать *vade mecum* новых оригинальных терминов и выражений, т.е. лексический и фразеологический репертуар пандемического социолекта SARS-CoV-2. Х. Маскарди, член ассоциации испанского языка *Fundéu* считает, что язык играет ключевую роль, будучи тем способом, с помощью которого мы противостояем пандемии. Журналист ББС К. Ро заявляет, что во время пандемии общество осознанно создает новые термины, которые позволяют людям смеяться и сопереживать. Социолингвист

Р. Лоусон полагает, что обстановка, которая складывается в каждом языке в отношении его словарного корпуса, который в буквальном смысле «бомбардируют» неологизмы, отражает тот факт, что новая лексика играет роль «механизма преодоления». Подобное новаторское отношение к языку крайне важно в условиях пандемии: если вы можете назвать какое-то явление, то вы можете говорить о нем, если вы можете говорить о нем, то вы можете преодолеть проблему. К. Рассел полагает, что создание новых слов может помочь превратить страх в действие: “*alchemizes fear into action*”, т.е. возникает некая терапевтическая «алхимия» и тогда, как это происходит в современных национальных вариантах английского языка в Индии и Канаде термин “*caremongering*” становится альтернативой термина «*scaremongering*», означающего панику. При этом морфема *scare-* (*страх, испуг*) заменяется морфемой *care* – (*забота, уход*). Следуя этому «смягчающему» драматизм происходящего во время пандемии принципу в английском языке появляется неологизм “*sunny*” (буквально «солнечный») для “*sanitiser*”.

Процесс возникновения новых лексических единиц обусловлен рядом когнитивных факторов. J.M. García Platero полагал, что в случае появления неологизма, именно взаимодействие между эмитентом (автором или распространителем слова) и виртуальным реципиентом (читателем или слушателем, интерпретирующим послание) порождает, по его терминологии «соучастие», результатом которого является закрепление неологизма в узусе [García Platero: 1996, 52]. Подобное деятельное соучастие пользователей значительным образом влияет на внедрение «пандемических» неологизмов в языковую практику. Можно отметить, что временной фактор выступает в данном случае идентификационным критерием: неологизм сможет выжить как интегральная часть языковой системы, если его существование окажется оправданным в исторических масштабах. Только время сможет подтвердить возможность существования лексемы как самостоятельной единицы, автономной как в семантическом, так и в формальном и функциональном плане, характеристики, которые будут определяться согласно частотности узуса лексемы или лексического оборота.

Безусловно, какие-то метафорические обороты станут достоянием СМИ этого периода и уйдут в прошлое, например, “*a golear al covid*” (забить гол ковиду) или “*Real Madrid tiene un positivo*”, оборот использовался, чтобы подчеркнуть, что у футбольной команды Real Madrid есть проблемы (по аналогии с положительным результатом анализа на ковид, т.е. команда больна (плохо играет); “*seviche anticoronavirus*” – реклама блюда севиче, где ему приписываются антикоронавирусные свойства), “*guerra del oxígeno*” –кислородная война, концептуальная гипербола, использовавшаяся для проблемы нехватки ИВЛ, “*viviendas baratitas a precio de covid*” – дешевое жилье по цене ковид (речь шла о том, что в этот период снизилась покупательская активность и цены). Другие же появившиеся, например, в трудовой сфере выражения стали неотъемлемой частью нашего лексикона. Так, испанская королевская академия RAE, крайне осторожно относящаяся к неологизмам, включила в свой словарь DLE (*Diccionario de la lengua española*) неологизм “*videollamada*” (*video + llamada* (звонок)) – звонок посредством видеосвязи), расширив, тем самым, количество словарных единиц с указанным префиксом, лексема *videoconferencia* уже существует в словаре. Также был включен неологизм “*videochat*”. Пример из газетных изданий: “*Matrimonio por videollamada en tiempos de cuarentena*”. Хотелось бы отметить авторские окказионализмы, созданные на основе неологизма “*videollamada*” с использованием

приемов языковой игры и метафорического переосмысления: “vinollamada” (vino – вино) и “birralamada” (birra – пиво).

До того момента, как мир перешел в плоскость существования в «видеорежиме», в публицистическом дискурсе понятие videollamada передавалось посредством прилагательного “telemático”, обозначающего общение с помощью видеосредств: “Encuentro telemático con los responsables de emergencias”. В значительной степени выросло количество использований лексемы “teletrabajo” (работа в удаленном режиме посредством видеосвязи): “El Gobierno suspende las clases durante quince días y recomienda el teletrabajo”. Лексема “teletrabajo” закреплена в DLE также как и лексема “teletrabajador(ra)”: «лицо, работающее с помощью средств телекоммуникации». Глагол “teletrabajar”, образованный от существительного, в словаре отсутствует, тем не менее, активно употребляется в дискурсе: “Ideas para entretener a los hijos mientras teletrabajamos en casa”. Аналогичная семантическая ситуация наблюдается во французском дискурсе, где префиксоид télé- сыграл продуктивную роль, образовав глаголы-неологизмы “télésaluer»: «приветствовать, здороваться по видеосвязи» или аналитические конструкции “faire des télépauses”: «делать паузы в работе на удаленке»; “télédéconnecter»: «отдыхать расслабляться по видеосвязи»); “téléfête»: «праздник, организуемый по видеосвязи»; “téléconvivialité»: дословно, «дружелюбие, т.е. совместно проводимый досуг, когда коммуниканты находятся каждый у экрана своего компьютера». Примеры из прессы и записей переписки информантов: “Au travail, on se télésalue, on fait des télépauses, on se télédéconnecte”.

Итак, без сомнения, распространение COVID-19 привело к появлению пандемического социолекта. СМИ и соцсети в наиболее полной мере отразили новую, в том числе и лингвистическую реальность, став как творцом и распространителем, так и социальным эхом метафорических и неметафорических неологизмов-лексем и фразеологизмов, явившихся конфигурацией различного и разнообразного способа мышления человека.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что социолект, созданный пандемией, представляет собой символические единицы, мотивированные посредством лингвокогнитивных процессов метафорического, метонимического и гиперболического типа.

Литература

- Brdar M., Brdar-Szabó R. Where does metonymy begin? Some comments on Janda (2011) // *Cognitive Linguistics*. 2014. 25 (2). P. 313-340.
- Romanelli S. El español y sus variedades // *European Scientific Journal*. 2013. 9 (32). P. 45-58.
- García Platero J.M. Observaciones sobre el neologismo // *Revista de Lexicografía*. 1996, V. II, P. 49-59.
- Loayza-Maturrano E. Motivación cognitiva del lenguaje y las formas de pensar: un análisis semiótico-cognitivo del sociolecto de la pandemia // *Desde el Sur*. 2020. V. 14. № 1. P. 11-16.

E.V. Zvereva (Moscow, Russia)
RUDN University

COGNITIVE BASES OF LINGUISTIC MOTIVATION IN THE SOCIOLECT OF PANDEMIC COVID-19 ON THE EXAMPLE OF SPANISH AND FRENCH LANGUAGES

The article is devoted to the study of the cognitive basis for the creation of pandemic lexical repertoire representing metaphorical and non-metaphorical neologisms – lexemes and phraseological turns. It is concluded that the pandemic sociolect is a product of cyclic interactionism, in the course of which new meanings, representations and symbols emerge. Symbolic interactionism as a field of analysis allows us to extend the linguistic approach and transfer it to the social field. The article considers the role of mass media and social networks in the formation and dissemination of a new linguistic reality. It is noted that the time factor acts as an identification criterion in this case.

Key words: pandemic, sociolect, neologism, cognitive motivation, media, metaphor.

Н.В. Зененко (Москва, Россия)

*Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны
Российской Федерации
zenenko@mail.ru*

ГРАММАТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПОЗНАНИЯ: ЭФФЕКТ ПОЛИПАРАДИГМАЛЬНОСТИ

Представляется актуальным изучение и описание процессов грамматической категоризации как результата познавательной деятельности человека. Эффект полипарадигмальной интерференции и междисциплинарный контекст позволяют системно интерпретировать механизмы категоризации, концептуализации и вербализации языка и, как следствие, глубинные смыслы формирования грамматических категорий.

Ключевые слова: категоризация, грамматическая категория, полипарадигмальность, междисциплинарность, феноменология.

Понятия *категория* и *категоризация*, являясь ключевыми концептами гуманитарных исследований, имеют феноменологический характер. Языкознание с эпистемологической точки зрения трактует системно-структурные языковые процессы через информацию философского, социологического, культурологического и психологического знаний, закладывая основы существующих и будущих теорий, методов и методологий.

Процедура категоризации является уникальной системой организовать и классифицировать все то, что нас окружает, определив сходство и различия многообразия когнитивного пространства (Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Дж. Лакофф, А.В. Бондарко, М.Х. Родригес Эспиньера, О.В. Лукин, Н.Ф. Алефиренко, К.И. Белоусов, В.Г. Кузнецов, П.В. Гращенков, Е.А. Лютикова, О.М. Акай, В.А. Маслова и др.).

Грамматическая теория во всей истории языкознания базировалась на совокупности категорий и понятий, заложенных античной гуманитарной практикой. Категоризация, по мнению исследователей, интерпретирующих категорию как феноменологическое понятие, является следствием «действия глубинных

когнитивных процессов» [Боярская 2011]. Выделяется две группы научных подходов, которые являются взаимодополняющими и взаимообогащающими. К первой группе относятся приверженцы античной теории категоризации Аристотеля, который, в сущности, заложил основу для осмысления роли онтологических категорий в контексте языковых категорий (И.И. Мещанинов, С.Д. Кацнельсон, В.Н. Ярцева, М.М. Гухман, О.С. Ахманова, А. Арно, К. Лансло, Г. Пауль, С. Харнард и многие др.). В основе предлагаемых теорий лежит классическое видение понятий: *категория – процесс категоризации, концепт – процесс концептуализации*.

Объект категоризации должен обладать набором характеризующих его признаков, а концепт реализуется при наличии «двух типов признаков-атрибутов определяющих»: ядра (суть значения категории) и периферии (характеризующие признаки). Разделяя данную позицию, мы полагаем, что процедура категоризации может состояться лишь при наличии определяющей концептуальной категории [Боярская 2011].

Ко второй группе относятся сторонники прототипического подхода (В.Н. Ярцева, В.А. Плулунян, О.Ю. Шубина, Ф.А. Литвин и др.). Теория прототипов позволяет трактовать явления категоризации, в том числе и грамматической, используя знание о том, что «множество оппозиций зависит от сигнификативного содержания индивидуальных знаков» [Жеребило 2010: 292]. Однако для выявления прототипической категории недостаточно установить набор определяющих признаков, которые были бы характерны для всех членов категории, «связь членов категории осуществляется по принципу «семейного сходства» т.е. большей или меньшей степени подобия» [Бектерева 2014:160-169].

Представители прототипического подхода позволяли себе критиковать аристотелевскую теорию категорий, основанную на объяснении «адаптации человека и его мышления к условиям окружающей среды» [Кузнецов 2018: 33]. Мы разделяем позицию В.Г. Кузнецова, который полагает, что категории являются ступеньками в ходе познания мира, где философское мышление обогащается новыми концептами как, например, концептуализация, категоризация, грамматикализация и др.

Языковая категоризация происходит на уровне мышления и приводит к формированию соответствующих мыслительной логике грамматических категорий. Грамматическая категоризация предполагает, в первую очередь, объединение слов в лексико-грамматические классы на основе ядерной грамматической категории. Традиционно в русской лингвистике категория трактуется как двусторонняя формализованная грамматическая единица с четким противопоставлением грамматического и неграмматического, в то время как формальные средства различных языковых уровней в своем взаимодействии выражают категориальные значения [Щерба 1957: 63-64].

Однако лингвистика третьего тысячелетия ставит перед учеными новые задачи, которые нелегко решить, используя лишь предыдущие достижения в парадигмах исторического и системно-структурного описания языковых единиц. «Возникающие в языке проблемы можно решить совместными усилиями представителей ряда наук» [Маслова 2021: 823], контактных наук о человеке. В исследованиях последнего десятилетия нередко поднимается вопрос о соотношении понятий *междисциплинарность* и *полипарадигмальность*, двух методологических подходов, которые не вступают в сущностные противоречия, а наоборот, дополняют, углубляют и обогащают научный анализ. Междисциплинарный и

полипарадигмальный контекст научно-исследовательской работы – это «проблема внешних и внутренних границ науки» [Белоусов 2017: 987].

Применение полипарадигмального и междисциплинарного подходов в исследовании явлений категоризации обусловлено необходимостью системной интерпретации грамматической категории, что приводит к переосмыслению прежних традиционных понятий. Так традиционное определение ряда категориальных значений как морфологических не всегда соответствует реальности, когда «предметом исследования является специальная разработка динамического аспекта функционирования грамматических единиц и категорий во взаимодействии с элементами разных уровней языка, участвующих в выражении смысла высказывания» [Бондарко 1985: 16]. Языковые процессы являются результатом взаимодействия культурного сознания с национальным языком и духовностью многонационального этноса, говорящего на определенном языке. Процесс грамматической категоризации отражает культурно-исторический опыт познания человеком окружающего мира. Мы, вслед за аргентинским лингвистом Элизой К. де Червонагура, считаем, что для рассмотрения этого вопроса, необходимо «принимать во внимание философские и социальные принципы, глубоко укоренившиеся в обществе» (*sino a principios filosóficos y sociales enraizados profundamente en las sociedades*) [Chervonagura 2006-2007].

В процессе когнитивной деятельности человека зарождаются грамматические категории, обоснования которых лежат в понятийной плоскости. Семантическая категория одушевленности или неодушевленности субъекта послужила ресурсом формирования грамматической категории рода; логическая категория квантитативности легла в основу грамматической категории числа; философская категория личности сформировала в языке грамматическую категорию лица. В основе грамматической категории наклонения лежит семантическая категория модальности, а грамматические категории внешнего и внутреннего времени коррелируют с логико-понятийными категориями темпоральности и актуальности соответственно.

Результаты полипарадигмальной интерференции дают возможность провести разносторонний анализ грамматической категоризации, преодолев методологические границы. Мы находим перспективной данную тематику для дальнейших исследований, т.к. этот подход позволяет претендовать на комплексность и новую аналитическую системность.

Литература

Бектерева Ю.В. Признаки категориальной принадлежности субъекта в значении глагола (в контексте теории прототипов Э. Рош) // Вопросы психолингвистики. 2014. № 21. С. 160-169.

Белоусов К.И., Баранов Д.А., Боронникова Н.В., Ерофеева Е.В., Зелянская Н.Л. Междисциплинарность и полипарадигмальность в отечественной лингвистике. Корпусное исследование финансируемых проектов в области языкознания // Вестник Российской Академии наук. 2017. Т. 87. № 11. С. 986-998.

Бондарко А.В. К теории функциональной грамматики // Проблемы функциональной грамматики. М. Наука. 1985. С. 16.

Боярская Е.Л. Категоризация как базовая когнитивная процедура // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2011. Вып. 2. С. 18-28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategorizatsiya-kak-bazovaya-kognitivnaya-protsedura/viewer> (дата обращения: 16.08.2023).

Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010.

Кузнецов В.Г. Аристотелевская теория категорий и прототипический подход // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. 2018. № 1. С. 32-44.

Маслова В.А. Через синергетический союз лингвистики с другими науками - к новым проблемам и направлениям // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 823-847. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-823-847

Щерба Л.В. О частях речи в русском языке // Избранные работы по русскому языку. М. Наука, 1957. С. 63-64.

Chervonagura E. C. Las clases de palabras: entre las complejidades teóricas y la pluralidad de abordajes // Cuadernos de Humanidades № 17-18. UNSa 2006-2007. Universidad Nacional de Tucumán (Argentina). CONICET. P. 257-267. URL: https://docviewer.yandex.ru/view/1187468656/?page=1&*=%fiNP%2FVwUHfBd7 (дата обращения: 03.08.2023).

N.V. Zenenko (Moscow, Russia)

Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation

GRAMMATICAL CATEGORIZATION AS A PROCESS OF VERBALIZATION OF COGNITION: THE EFFECT OF POLYPARADIGMATILITY

It seems relevant to study and describe the processes of grammatical categorization as a result of human cognitive activity. The effect of polyparadigmatic interference and the interdisciplinary context make it possible to systematically interpret the mechanisms of categorization, conceptualization and verbalization of language and, as a consequence, the deep meanings of the formation of grammatical categories.

Key words: categorization, grammatical category, polyparadigmaticity, interdisciplinarity, phenomenology.

О.Н. Иванищева (Мурманск, Россия)

Мурманский арктический университет

oivanishcheva@gmail.com

Мэнцзе Лян (Чанчунь., Китай)

Чанчуньский политехнический университет

mentsze2018@gmail.com

МОДИФИКАЦИИ РУССКОЙ ОРНИТОЛОГИЧЕСКОЙ ПРИМЕТЫ КАК ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА

В докладе дано определение инварианта приметы; выявлены основные процессы, происходящие в тексте примет, – изменения структуры и семантики; рассмотрены варианты приметы как результат их изменения в языке и трансформации как результат их изменения в речи (дискурсе).

Ключевые слова: народная примета, языковой знак, инвариант, вариант, трансформация.

Несмотря на многочисленные исследования русской народной приметы, проведенные в рамках семантико-синтаксического, когнитивного, лингвокультурологического, сопоставительного и др. подходов (см. например [Ломакина 2022]), до сих пор нет систематического исследования законов смысловой организации примет. Тем не менее исследование русских народных

орнитологических примет с точки зрения семантико-семиотического подхода позволит решить задачи, касающиеся сущностных характеристик данной единицы как языкового знака.

Изучение положения приметы среди других сходных единиц подтвердило мнение о том, что примета – «жанр живой, развивающийся» (Н.Н. Фаттахова), что границы жанра и объем понятия «примета», как и статус приметы, недостаточно определены. Отличительными признаками приметы ученые называют ее функцию, двухчастную структуру, семантику однозначности, прямую мотивировку значения. Но существование периферийных (синкретичных, переходных) случаев требует решения вопроса о границах приметы с иных позиций – с позиций *семантико-семиотического* подхода.

Рассмотрение приметы как языкового знака, имеющего структуру *означающее* – прогнозирующая часть (причина) и *означаемое* – прогнозируемая часть (следствие) и пропозитивное (диктумное) содержание, отражающее пропозитивные отношения (*пропозиция-причина* и *пропозиция-следствие*), а также предусматривающего наличие *модусно-диктумной* организации, дает возможность выявить модели построения русских народных примет и уточнить их статус.

В результате анализа структуры и семантики русских народных орнитологических примет с точки зрения семантико-семиотического подхода *инвариант* приметы определяется нами как абстрактная структурная единица с определенным значением – пропозитивным содержанием, отражающим пропозитивные (причинно-следственные) отношения данной паремии. Инвариант – это абстракция, как, например, структурная схема предложения. В *языке* инвариант наполняется содержанием и реализуется в вариантах приметы, а в *речи* представлен ее трансформациями.

Изменения текста русских народных примет в языке мы называем вариантами примет, т.е. такими модификациями ее текста, которые зафиксированы в словарях, «словарные формы». Например, примета *Если ласточки летают низко, то будет дождь* представлена в языке в своих структурных и семантических вариантах: (1) *Если ласточки низко летают, то это к дождю* [БСП: 74]; (2) *Ласточки летают низко – к дождю* [БСП: 74]; (3) *Ласточки низко летают – быть дождю* [Лютин, Бондаренко 1993: 53]; (4) *Ласточки летают (низко) над землей – не жди погоды сухой* [Заянчковский 1991].

В данных примерах представлены *структурные варианты*, которые реализованы в приметах, имеющих форму сложноподчиненного предложения (1), бессоюзного предложения (все остальные примеры), вторая часть которых имеет структуру односоставного простого предложения с инфинитивом (2) и повелительным наклонением глагола (3). В приметах, данных выше, представлены и *семантические варианты*, содержащие добавление семантических компонентов в структуре примет (*это, быть, не жди*). Изменение лексического состава в прогнозируемой части примет происходит путем замены семантического компонента на близкие по значению: *Аист совет гнездо на трубе дома – хозяина ожидает богатая жизнь* [БСП: 22] – *Аист совет гнездо на трубе дома – хозяина ожидает счастье* [БСП: 228] (контекстуальные синонимы); *Птицы садятся на крыши – к ненастью* [БСП: 135] – *Пиговка (пигалица, птичка) приседает по полю – на дождь* [БСП: 76]; *Кто убьет ласточку, голубя, синичку, пигалицу – не будет иметь счастья в скотоводстве* [БСП: 205] – *Кто убьет синицу, у того со скотиною домашней будет неладно* [Кульматов, Кульматова 1999: 80] (гипонимические отношения); *Сова*

кричит – на холод [ГМ: 348] – *Если совы кричат – хлеб будет плохой* [БСП: 259] (отношения «следования»: если будет холодно, то урожай будет плохой).

Изменения текста русских народных примет в речи (дискурсе) мы называем *трансформациями* примет, т.е. такими модификациями ее текста, которые реализованы в дискурсивном пространстве.

Рассмотрим примеры трансформаций приметы с ключевым словом *ласточка*. Анализ материала НКРЯ показал, что в речевой практике представлены как «словарные формы» приметы (*Есть, правда, несколько верных примет, но они логически объяснимы. К примеру, ласточки низко летают – к дождю* (Л. Налбандян. Москва утонет в пальмах); *Вон и ласточки низко летают – быть грозе!* (М.Н. Загоскин. Рославлев, или Русские в 1812 г.), так и ее трансформации. При структурных трансформациях отмечается «перестройка» синтаксической структуры приметы – из сложноподчиненного предложения в простое (*Их полет похож на полет ласточки перед дождем – низко и стремительно* (Н.П. Русин. Дневник); *Перед дождем, например, ласточки всегда очень низко летают, а разве делают так зря, не подумавши?* (С.В. Максимов. Куль хлеба и его походжения)); «разрыв» структуры приметы (*Облака, они и обмануть могут, – заметил Санька. – Я не только по облакам... Другие приметы есть. Смотри вот: клевер листочки складывает, ласточки над самой водой летают. А цветы как пахнут... они всегда перед дождем так* (А.И. Мусатов. Стожары)). При семантических трансформациях происходит добавление семантических компонентов в виде указания на источник сообщения: *Солнце садится в тучи, дым припадает к земле, ласточки летают низко, без времени голоса по дворам петухи, облака вытягиваются по небу длинными туманными прядями – все это приметы дождя* (К. Г. Паустовский. Золотая роза).

При употреблении в речи в тексте приметы происходят не только изменения ее структуры (свертывание, развертывание, сжатие, компенсация), но и изменение содержания в результате импликации содержательного компонента. Так, в случаях, когда содержание приметы представлено не полностью, чаще всего «потеря» содержания прогнозирующей части приметы (*ласточки летают низко*), компенсируется тем, что «в результате простой ассоциативной связи элементов ситуации название одного из элементов является достаточным для того, чтобы представить всю ситуацию» [Фаттахова, Кулькова 2015: 49], т.е. наличием в тексте имплицитного значения.

Таким образом, в результате анализа установлено, что варианты приметы – это результат их изменения в языке, а ее трансформации – результат их изменения в речи (дискурсе).

Литература

БСП – Никитина Т.Г., Роголева Е.И., Иванова Н.Н. Большой словарь примет. М.: АСТ: Астрель, 2009.

ГМ – Грушко Е.А., Медведев Ю.М. Энциклопедия русских примет. Нижний Новгород: «Русский купец», «Братья славяне», 2000.

Заянчковский И.Ф. Животные, приметы и предрассудки. М.: Знание, 1991.

Кульматов В.Д., Кульматова Т.В. Русские народные приметы и поверья. М.: Издательство АСТ, 1999.

Ломакина О.В. Примета как текст культуры в свете изучения языков народов России // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 9 (467). С. 133-140.

Лютин А.Т., Бондаренко Г.А. Народное наследие о приметах погоды: Календарь. Саранск: Мордовское книжное издательство, 1993.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка: информ.-справ. система. URL: <http://www.ruscorpora.ru/> (дата обращения: 01.01.2023)

Фаттахова Н.Н., Кулькова М.А. Народные приметы: синтаксис и прагматика (на материале русского, татарского и немецких языков): монография. М.: Флинта, 2015.

O.N. Ivanishcheva (Murmansk, Russia)

Murmansk Arctic University

Mengjie Liang (Changchun, China)

Changchun University of Technology

MODIFICATIONS OF ORNITHOLOGICAL OMENS OF THE RUSSIAN LANGUAGE AS A LINGUISTIC SIGN

The paper defines the definition of the invariant of omen; the main processes occurring in the text of omen – changes in structure and semantics - are revealed; variants of omen as a result of their change in language and transformations as a result of their change in speech (discourse) are considered.

Key words: folk omen, linguistic sign, invariant, variant, transformation.

В.В. Катермина (Краснодар, Россия)

Кубанский государственный университет

veronika.katermina@yandex.ru

НОМИНАЦИИ ПОКОЛЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НЕОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются когнитивно-прагматические особенности номинаций поколений в англоязычном неологическом дискурсе на материале электронных словарей. Проведенный анализ позволил выявить влияние новой лексики англоязычного дискурса на общественное мнение создателей данного вида дискурса при помощи определенных дискурсивных практик, свойственных данному институту.

Ключевые слова: неологизм, дискурс, когнитивия, оценка, прагматика, язык, поколение.

Неология сегодня развивается в различных направлениях. В научной литературе встречается «упоминание когнитивного, психолингвистического, коммуникативного и социолингвистического направлений, деривационного и стилистического направлений» [цит. по: Базарова, Шангаева 2018: 411]. Я.А. Олефир выделяет «словообразовательную неологию, социолингвистическое направление в неологии, лингвокультурологическое направление, психолингвистическое направление и когнитивное направление» [цит. по: Базарова, Шангаева 2018: 411]. Ю.А. Воронцова считает, что «в современной неологии можно выделить два основных направления: 1) исследование специфики обновления словарного состава языка (неологизм как объект неологии); 2) выявление и изучение проблематики, связанной с лексикографированием неологизмов (неологизм как объект неологии)» [Воронцова 2016: 112]. Обзор специальной литературы показывает «все большее распространение когнитивного подхода в решении задач, стоящих перед неологией. В рамках когнитивного направления, как представляется, можно получить ответы на многие вопросы, связанные с механизмами появления новых наименований в языке, а также

развитием новых значений у существующих единиц языка» [Базарова, Шангаева 2018: 411].

Достижение прагматических целей в процессе коммуникации напрямую связано с «речетворчеством, пополнением лексического состава используемого языка новыми единицами. Неологизмами считаются новые лексические единицы, которые появляются в языке ввиду в первую очередь общественного спроса для обозначения новых объектов или феноменов. Они сохраняют оттенок оригинальности для носителей языка, не вписываются в литературные стандарты и не относятся к общеупотребительной литературной норме» [Самойлова 2023: 149].

Исследователи отмечают, что создание неологизмов является важной частью функционирования картины мира: «новая лексика является языковой репрезентацией результата когнитивной деятельности человека по освоению меняющейся реальности, отражает новые явления, реалии, понятия, а также фиксирует в новых словах более глубокое восприятие и осознание уже известных концептов [...] Накопленный человеком теоретический и практический опыт способствует более точному и адекватному пониманию известного. Прагматический аспект неологизмов проявляется в мотивах выбора языковых средств вербализации новых концептов» [цит. по: Катермина, Липириди 2021: 77].

Исходя из того, что «лексическое значение сочетает в своей структуре либо оба типа содержания – когнитивный и прагматический, либо ограничивается одним из них» [цит. по Агеев и др. 2020: 6], возможно предположить, что номенклатура прагматических функций, которые «реализуются неологизмом в речевом акте, определяется комбинаторикой когнитивного и прагматического компонентов. Процесс возникновения неологизма антропоцентричен по своей сущности и служит коммуникативно-прагматическим намерениям говорящего: номинативным, экспрессивным, эмоциональным, оценочным» [Агеев и др. 2020: 6].

Объектом данной статьи являются неологизмы, номинирующие поколения людей, в англоязычном дискурсе. Материал исследования – электронные словари новых слов.

Первое название поколения, зафиксированное в истории, – «потерянное поколение» (*Lost Generation*). Люди, родившиеся с 1883 г. по 1900 г., принадлежат именно к нему. Данное название связано со знаменитым высказыванием Гертруды Стайн, адресованным когда-то Эрнесту Хемингуэю: «Вся молодежь, побывавшая на войне, – потерянное поколение» (“*All of you young people who served in the war. ... You are all a lost generation*”).

Анализ неологизмов из электронных лексикографических источников позволил выделить следующие номинации поколений:

Generation X – baby bust generation, or MTV Generation, a term typically used to describe the generation of Americans born between 1965 and 1980.

Для представителей этого поколения характерен самый высокий уровень образованности.

Xennials – someone born between 1977 and 1983, between Generation X and the millennial generation.

Люди, родившиеся в это время, еще не были знакомы с социальными сетями и приложениями для знакомств. Им близки конвенциональные ценности.

Людей, родившихся на разделительной линии между двумя разными поколенческими группами, часто называют *generational nomad – someone who was born on the dividing line between two different generational groups.*

Millennials (Generation Y) – people who were born between the early 1981 and 1996.

Они более осторожны в своих действиях. Поколение также более терпимо к другим культурам, расам, мнениям.

iGen / Generation Z – people who are part of this generation are those with birth years between 1995 and 2012.

Это поколение с меньшей вероятностью будет посещать церковь и иметь прочные отношения с Богом. Они больше полагаются на себя. Им не нравится находиться под контролем правительства или других авторитетных фигур.

Generation Me – a way of referring to the group of people born around the year 2000.

Из названия поколения явно прослеживается сосредоточенность на себе как центре вселенной.

Linkster – someone born after the year 2002, said to be “linked” into technology since birth.

Начиная с данного поколения (поколения «линкстеров») наблюдается тесная связь с технологией, интернетом, соцсетями.

В связи с этим возникают еще две номинации данного поколения – *generation mute – a way of referring to the generation of young people who tend to use written forms of communication, such as texting, rather than making phone calls* (поколение немых – способ обозначения поколения молодых людей, которые склонны использовать письменные формы общения, такие как текстовые сообщения, а не телефонные звонки) и *goldfish generation – a way of referring to the group of people who have grown up with smartphones and other technology and have a poor memory and attention span as a result* (поколение золотых рыбок - способ обозначения группы людей, которые выросли со смартфонами и другими технологиями и в результате имеют плохую память и концентрацию внимания). Образность и оценочность данных неологизмов достигается при помощи прилагательного *mute – not speaking, or not willing to speak* и семантики образной лексики *goldfish*.

К характеристикам данных поколений можно отнести и следующие: они испытывают больше изменений в своей жизни, чем их родители, особенно в своих сексуальных партнерах, домах и на работе (*switch and swipe generation – the younger generation who, it is claimed, experience more change in their lives than their parents, especially in their sexual partners, homes and jobs*); они зависимы от своих родителей, потому что не могут позволить себе независимые расходы на проживание (*clipped wing generation – the generation of young adults who are unable to be independent from their parents because they cannot afford independent living costs*).

К современным неологизмам, номинирующим поколения, можно отнести единицы с греческими буквами Альфа и Бета: *Gen Alpha – this generation is people born from 2013 to the year 2025*; *Generation Beta – a way of referring to the group of people who will be born between 2025 and 2039*.

Итак, современная стадия развития неологии характеризуется комплексной разработкой тем природы и функционирования неологизмов. Неология расширила границы понимания термина «неологизм», современные исследователи неологизмов признают важность влияния лингвистических и экстралингвистических факторов генезиса неологизмов. Для настоящей стадии становления неологии характерны следующие черты: сочетание когнитивного и прагматического подхода к изучению новой лексики в едином когнитивно-прагматическом подходе, развитие электронной лексикографии.

Комплексный анализ системы создания номинаций поколений людей в англоязычном неологическом дискурсе, изучение их дискурсивных особенностей позволяет выявить главные изменения в том, как носители языка рассматривают вопросы, связанные с проблемами образования и воспитания подрастающего поколения.

Литература

Агеев С.В., Антоненко Н.В., Пушкарев Е.А. О когнитивно-прагматическом функционировании неологизма // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2020. Т. 6. № 2. С. 5-17.

Базарова Б.Б., Шангаева Н.К. Современные технологии и человек в неологизмах // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 5 (72). С. 411-413

Воронцова Ю.А. Неология и неологизмы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 2. С.111-114.

Катермина В.В., Лутириди С.Х. Прагматико-аксиологический потенциал сетевых английских неологизмов туристического дискурса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021.

Самойлова А.В. Англоязычные политические неологизмы: от семантики к прагматике использования // Вестник новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. Т.21. № 1. С. 145-159.

*V.V. Katermina (Krasnodar, Russia)
Kuban State University*

NOMINATIONS OF GENERATIONS IN ENGLISH NEOLOGICAL DISCOURSE: COGNITIVE AND PRAGMATIC ASPECT

The article deals with the cognitive and pragmatic features of the nominations of generations in the English neological discourse on the material of electronic dictionaries. The analysis made it possible to reveal the influence of the new vocabulary of the English-language discourse on the public opinion of the creators of this type of discourse with the help of certain discursive practices characteristic of this institution.

Key words: neologism, discourse, cognition, evaluation, pragmatics, language, generation.

*И.А. Краева (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
irinakraeva@linguanet.ru*

ВЗГЛЯД НА ВАРИАТИВНОСТЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С КОГНИТИВНОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

Статья посвящена проблеме, широко представленной в научном наследии Н.М. Фирсовой, – территориальному варьированию языка. Исследование проводится на лексическом материале британского и американского вариантов английского языка с привлечением не только культурно-исторических данных, но предпринята попытка рассмотреть материал в терминах когнитивной лингвистики, в частности, семантической прозрачности и фокусировки внимания.

Ключевые слова: территориальное варьирование языка, вариант английского языка, когнитивная лингвистика, фокусировка внимания, семантическая прозрачность, поверхностная структура.

Наталья Михайловна Фирсова была ученым с широким научным кругозором, специалистом в разных областях лингвистики – как известно, на материале испанского языка и его вариантов в странах Латинской Америки она изучала проблемы семантико-стилистического и территориального варьирования языковых единиц, национально-культурную специфику вербальной и невербальной коммуникации, разговорно-обиходную речь, языки и культуры в сопоставительном плане и другие вопросы. И сегодня на Чтениях, посвященных ее памяти, это предоставляет нам возможность широкого выбора тематики для сообщений.

В плане проводимых нами исследований нас всегда интересовала – и в научном, и в практическом плане – проблема вариативности национальной специфики английского языка, который, как и испанский, имеет целый ряд вариантов, в том числе территориальных/национальных. В науке это привело к появлению специального термина *Englishes* (*варианты английского языка*), а также терминов для обозначения региональных вариантов английского языка, например, на африканском континенте – *African Englishes*, в Южной Азии – *South Asian Englishes* и других. Исследование проводится на лексическом материале двух территориальных вариантах английского языка, которые традиционно считаются основными как по значимости, так и по распространенности, – на материале британского и американского английского (*British English and American English*).

Проблема вариативности английского языка многоаспектна, и, несмотря на наличие большого числа работ по исследованию указанных вариантов, некоторые вопросы остаются мало изученными, а сами работы носят подчас чисто описательный характер, перечисляя, как правило, случаи различий между вариантами на разных языковых уровнях. Несомненно, такой подход к исследованию материала важен, особенно для составления разного рода учебных пособий, цель которых – научить учащихся избегать неловких ситуаций во время общения, подбирая верные слова и выражения в зависимости от того, с носителями какого варианта английского языка они в данный момент общаются. Однако для теоретического осмысления проблемы этого недостаточно.

Как отмечала Н.М. Фирсова, для методологически правильного понимания закономерностей развития и функционирования языка, особенно многонационального, необходимо изучить его не только исходя из собственно лингвистического аспекта, но и под углом зрения воздействия различных экстралингвистических факторов [Фирсова 2007]. Это мнение сегодня разделяет большинство ученых, говоря, что характерные особенности вариантов языка нужно рассматривать в контексте национальной языковой картины мира, изучать язык и речь с учетом культурных кодов, которые наиболее явно реализуются через семантические процессы.

Справедливо полагают, что *причиной* большинства расхождений в британском и американском вариантах английского языка являются особенности исторического и культурного развития Великобритании и США, разнообразие региональных устойчивых выражений, влияние средств массовой информации и рекламы. В результате этого в настоящее время в двух вариантах наблюдается, например, значительное число случаев, когда один и тот же объект или явление обозначаются с помощью разных лексических единиц. Думаем, что для объяснения некоторых подобных наименований можно было бы «привлекать» когнитивную лингвистику, в частности, идеи, высказанные другим выдающимся российским лингвистом – Е.С. Кубряковой – относительно семантики разноструктурных единиц языка (слов,

словосочетаний и т. п.). В этом плане Е.С. Кубрякову интересовал «более всего вопрос о том, как соотносится способ представления семантики в этих единицах с их когнитивными и дискурсивными характеристиками и каковы реальные отличия самих этих характеристик у разноструктурных единиц номинации» [Кубрякова 2004: 429].

В ходе исследования нами были проанализированы разные наименования одних и тех же объектов в британском и американском английском в терминах когнитивной лингвистики, а именно – с точки зрения такого явления, как фокусировка внимания, что дало возможность заключить, на чем концентрировалось внимание в процессе номинации того или иного объекта, или, как писала Е.С. Кубрякова, «каким видится окружающий человека мир, что в нем остановило его внимание и какие именно крупицы опыта, знаний и оценок человек счел для себя наиболее существенным» [Кубрякова 2004: 430].

Полагаем, что трудно и даже вряд ли возможно объяснить, в том числе с когнитивной точки зрения, все случаи различий между вариантами, но на некоторых примерах это представляется вполне возможным. Так, в американском английском мобильный телефон называют **cell phone**, где **cell** – сокращение от термина **cellular**, который обозначает технологию беспроводной связи, которая позволяет передавать голосовую информацию и данные между мобильным устройством и базовой станцией и используется в мобильных телефонах, смартфонах, планшетах и других устройствах (<https://ahmt.net/chto-takoe-cellular-i-kak-eto-rabotaet>). Т.е. в данном случае в фокусе внимания оказывается концепт технологии, что, по мнению некоторых лингвистов, вполне характерно для американского английского, где существует целый ряд наименований, включающих название технологии, которая используется при производстве объекта.

В то же время мобильный телефон в британском варианте называется при помощи сложного слова **mobile phone** (“a small phone that you can carry around with you” [MED: 963] / *маленький телефон, который вы можете носить с собой*). В поверхностную структуру наименования вынесена характеристика **mobile** (*мобильный*), т. е. внимание сфокусировано на том, что такой телефон можно носить с собой. А концепт размера – телефон маленький – является в данном случае неважным, он как бы предполагается, т.к. большой предмет носить с собой неудобно.

Фокусирование внимания на *технологии* изготовления объекта в американском английском встречается в процессе номинации и в совершенно другой сфере – в сфере питания. Сваренный в кожуре картофель, т. е. «картофель в мундире», называется в британском варианте аналогично – **jacket potato**, в центре внимания – внешний вид продукта. В то время как в американском варианте данный продукт называется **baked potato** (*to bake варить*), буквальный перевод «сваренный картофель», т. е. внимание фокусируется на технологии приготовления данного продукта.

Другим примером может служить пара слов *cutlery* (BrE) – *silverware* (AmE). Британцы называют столовые приборы словом *cutlery* – “edged or cutting tools; esp. implements (e.g. knives, forks, and spoons) for cutting and eating food” (<https://slovar-vocab.com/english/longman-vocab.html>), т. е. в данном суффиксальном существительном корень *cut резать* сразу фокусирует внимание на функции предметов – во время еды с их помощью разрезают пищу. В американском английском для обозначения столовых приборов было создано слово *silverware*, обобщенную дефиницию которого можно представить как “objects used at meals, made from silver, or from metal that looks like silver” / *предметы, используемые во время еды*,

сделанные из серебра или какого-либо другого металла, внешне похожего на серебро. В этом случае акцент делается на внешнем виде приборов – они сделаны из металла, который такого же цвета и такой же блестящий, как серебро.

Кроме того, существуют более сложные случаи именования в двух вариантах английского языка одного и того же предмета разными словами, обусловленные, на наш взгляд, сочетанием культурно-исторических особенностей развития английского языка и когнитивных процессов, протекающих в ходе номинации. Например, в 1763 г. в английском языке появилось сложное слово *eggplant* (*egg яйцо* + *plant растение*) *баклажан*, называющее съедобное растение, которое выращивали ради его вкусных и полезных плодов. Плоды были продолговатой овальной формы, напоминавшей гусиное яйцо. В Европе того времени повсеместно был распространен сорт баклажана, плоды которого были белого цвета. Как видно, в поверхностной структуре наименования путем употребления слова *egg яйцо* внимание и было сфокусировано одновременно на форме предмета и на цвете плодов, *букв. перевод* «растение, похожее по форме на яйцо».

Известно, что в британском варианте очень много французских заимствований, поскольку английский и французский всегда были исторически близки, а Франция, к тому же, всегда считалась законодательницей моды и славилась своей изысканной кухней, поэтому «питала» английский язык бытовой лексикой. Поэтому, когда в 1775 г. в английский язык из французского пришло слово *aubergine*, которое обозначало плод растения *eggplant*, оно было легко воспринято британским вариантом. Во французский язык существительное *aubergine* пришло из каталонского *alberginera*, которое в свою очередь восходит к арабскому слову *al-badinijan*. В итоге получилось, что британцы, говоря о растении, употребляют существительное *eggplant*, а плоды называют словом *aubergine*. Поскольку чаще говорят о плодах, то и принято говорить, что баклажан по-британски – это *aubergine*. Что касается американского варианта, то к XVIII в. он интенсивно развивался, количество его отличий от британского английского увеличивалось. И в данном случае американцы не стали заимствовать слово *aubergine*, а продолжали употреблять слово *eggplant* для обозначения и самого растения, и его плодов.

В заключение хочется отметить такую черту научных исследований Натальи Михайловны Фирсовой, как проведение исследований на огромном фактическом материале, опора на реальную материю языка. Представляется, что это надо обязательно делать при изучении различий между вариантами английского языка (как и других языков), необходимо детально изучать каждое различие между вариантами, причем с привлечением всех возможных данных – этимологических, культурно-исторических и, в том числе, где это позволяет материал, когнитивных.

Литература

Фирсова Н.М. Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки: учеб. пособие. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007.

Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира М.: ЯСК, 2004.

MED – Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Second edition. Oxford: Macmillan Publishers Ltd, 2012.

VARIABILITY OF THE ENGLISH LANGUAGE FROM A COGNITIVE POINT OF VIEW

The article is devoted to the problem widely presented in the scientific heritage of N. M. Firsova – territorial variation of language. The research is carried out on the lexical material of the British and American variants of the English language involving not only cultural and historical data, but an attempt is made to consider the material in terms of cognitive linguistics, in particular, semantic transparency and focusing of attention.

Key words: territorial variation of language, variant of the English language, cognitive linguistics, focusing of attention, semantic transparency, surface structure.

3.3. Магомедова (Москва, Россия)

*Московский городской педагогический университет
magomedovz975@mgpu.ru*

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЛЕТНИХ ПРИРОДНЫХ ЯВЛЕНИЙ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В данной работе рассматриваются вопросы, связанные с концептуализацией лета в русской и английской языковых картинах мира, а также стратегиями перевода слов, репрезентирующих летние природные явления, с русского на английский язык.

Ключевые слова: семантика, языковая картина мира, концепт, концептуализация лета, стратегии перевода.

Целью данного исследования является изучение концептов *лето/summer* в английской и русской языковых картинах мира, а также решение переводческих проблем, возникающих при переводе русских наименований летних природных явлений на английский язык.

Язык представляет важный аспект в процессе межкультурной коммуникации, он не просто отражает культуру народа, но и хранит в себе все знания о мире в рамках этнокультуры. Таким образом, формируемый языками комплекс образов и представлений об окружающем мире может только частично совпадать с картиной мира носителей другого языка [Сулейманова 2020].

При изучении языковой картины мира исследователь опирается на анализ лингвокультурных концептов, которые служат основным предметом когнитивных исследований. Лингвокультурологи трактуют данное понятие как «сгусток культуры в сознании человека», то, в виде чего культура входит в его ментальный мир или как *определенный объект из мира «Идеальное», отражающий конкретные культурно обусловленные представления людей о мире «Действительность»* [Вежбицкая 1996].

Различие образов и концептов в русской и английской языковых картинах мира обусловлено межкультурными различиями: своеобразием и различием традиций, истории народов и особенностями географического положения. Так, климатические различия России и англоязычных стран также играют важную роль в формировании того или иного образа. Однако, в отличие от зимы лето в России и Великобритании отличается не так значительно. В средней полосе России, как и в англоязычных

странах, лето теплое, но не слишком жаркое, и зачастую дождливое. Лето в Великобритании отличается традиционно большим количеством осадков и частым туманом [Магомедова 2022].

Методика работы определялась целью и поставленными задачами. На первом этапе был проведен компонентный анализ и анализ словарных дефиниций слов, репрезентирующих концепты *summer/лето*, на основе этимологических словарей русского языка М. Фасмера, А.Г. Преображенского, Н. М. Шанского и П. Я. Черных, а также New Collegiate Dictionary of English и Dictionary of Word Origins by John Ayto. Для изучения способов перевода обозначений летних природных явлений с русского на английский язык был проведен корпусный анализ на основе параллельного подкорпуса Национального корпуса русского языка, а также примеров сервиса Яндекс Переводчик и онлайн-переводчика Reverso Context, где были найдены и отобраны 407 примеров перевода исследуемых языковых единиц.

Согласно этимологическим словарям русского языка М. Фасмера, А.Г. Преображенского и Н.М. Шанского, *лето* образовано от старославянского слова *лѣти (лѣть)* посредством присоединения суффикса *-то*. Оно также родственно литовскому *lytùs* или *lietùs* – *дождь*. Таким образом, большинство лингвистов считает, что первоначальное значение слова *лето* в русском языке – *время дождей*, поскольку лето противопоставлялось таким образом зиме, т.е. «времени снега». По мнению П.Я. Черных, родственной является индоевропейская основа *leto* – *пора, когда светит и греет солнце*.

Слово *summer*, согласно New Collegiate Dictionary of English, родственно древнегерманскому слову *sumer* – *летний сезон, летняя пора*, но более раннее происхождение слова относят к древнеиндийскому *satā* – *год, сезон*. Dictionary of Word Origins by John Ayto указывает на то, что этимологическое значение слова *summer* восходит к основе *sumor/sumur*, (*zomer* в датском языке, *sommer* в немецком) что означает *половина, середина года* [Грудева 2009].

Таким образом, можно сделать вывод, что в основе этимологии русского слова *лето* лежат значения, связанные с климатическими особенностями – *период дождей, время дождей*, а также *время, когда светит солнце*. В основе английского *summer* заложены значения, связанные с временным расположением лета в годовом цикле – *половина, середина, год, летний сезон*. Стоит отметить, что значение слова *лет(о)*, как *год* есть и в русском языке и до сих пор используется в речи. Такое совмещение временного и сезонного значений связано с тем, что древние славяне считали лето самым важным и благоприятным сезоном года, который был определяющим в жизни каждого земледельца и противопоставлялся суровой и холодной зиме. Именно поэтому счет у славян велся «по летам», что частично сохранилось и в современном русском языке (*сколько вам лет; сколько лет, сколько зим*) [Желбакова 2015].

Традиционный образ лета в сознании русского человека прослеживается и в пословицах и поговорках. Так, например, в них часто подчеркивается скоротечность лета, его мимолетность: *Лето идет вприпрыжку, а зима — вразвалку*. Образ лета тесно связан с солнцем и теплом: *Худо лето, коль солнца нету*. В русской языковой картине концепт лета также связан с подготовкой к зиме: *Летний день год кормит*. Лето зачастую противопоставляется зиме: *У зимы с летом ладу нету, Лето для души, зима для здоровья*. Важным компонентом образа лета в русских пословицах и поговорках является труд: *Не топор кормит мужика, а июльская работа*.

В английской языковой картине мира также есть свои представления о лете, частично совпадающие с русскими. Например, носители английского языка

ассоциируют приход лета с прилетом ласточек, что закреплено паремиологически: *One swallow does not make a summer*. Для описания жары и солнцепека часто используется идиома *the dog days of summer*. Для описания жарких осенних дней в английской картине мира также есть идиома *Indian summer*, соответствующая русскому выражению *бабье лето*.

В наше время концепт *лето* как в русской, так и английской языковой картине мира тесно связан с отдыхом, сезоном отпусков и каникул в школе и университетах, путешествиями, отдыхом на море и др. Если говорить об ассоциациях, связанных с летними природными явлениями, следует обратиться к результатам опроса. Информантами стали 103 жителя различных регионов России. По результатам опроса, наиболее частотно в летний период времени носители русского языка обсуждают следующие природные явления: гроза (24%), дождь (21%), жара (20%), радуга (17%), зной (7%), засуха (7%), ливень (5%) и др. Приведенные данные показывают, что компонент *сезон, время дождей*, лежащий в основе русского слова *лето* актуален и по сей день.

Различия в концептах и представлениях часто становятся причиной возникновения переводческой трудностей и проблем, которые могут привести к некачественному или неадекватному переводу. Именно поэтому важно изучить наличие эквивалентов к тому или иному исследуемому русскому слову в английском языке, а также различные стратегии перевода частотно обсуждаемых летних природных явлений.

Так, некоторые природные явления могут быть переведены на английский язык как простым эквивалентом, так и описательным атрибутивным словосочетанием (*гроза – storm, stormy weather, thunder, thunderstorm, rainstorm, rocking storm; засуха – drought, dry spell, dry season, жара – heat, hot weather*). Слово *туман* может быть переведено тремя разными способами (*fog, mist, haze*), однако следует учитывать, что на английском языке между данными словами все же есть различия в значении. По данным Cambridge Dictionary Online, *fog – thick cloud above the ground or sea that makes it difficult to see, mist – small drops of water in the air, a haze – the air when it's not very clear because of heat or smoke*. Таким образом все три английских слова описывают хоть и похожие на туман, но все же различные между собой явления, что следует учитывать при переводе и выбирать более подходящее по контексту понятие [Сулейманова 2010].

Довольно часто используется метонимический перевод: *мистер Тенч с непокрытой головой выбежал на солнцепек – Mr. Tench ran without his hat into the sun*. В результате генерализации многие явления, связанные с дождем (*дождь, ливень, гроза, град, грибной дождь*), переводятся просто словом *rain*. Проблемы перевода могут также возникать, если речь идет об определенных реалиях: *белые ночи – white nights, тополинный пух – poplar fluff*. Слово *лето* как обстоятельство времени частотно переводится не только как *summer*, но и *summertime*: *Поэтому лучше запланировать посещение на лето. – Therefore, it's best to plan your visit for the summertime*.

Таким образом при переводе исследуемых языковых единиц на английский язык следует учитывать следующие аспекты: 1) некоторые предлагаемые корпусом и онлайн-переводчиками варианты перевода могут быть не уместными из-за различия в значениях; 2) для перевода реалий или понятий, знакомых только носителю русского языка, например, *грибной дождь*, следует искать похожее понятие в английской языковой картине мира – *sun shower* или простое описание – *light drizzle*, в то время

как калька *mushroom rain*, предлагаемая Яндекс Переводчиком, является примером неадекватного перевода.

При переводе слов, репрезентирующих летние природные явления, с русского на английский язык можно придерживаться следующей стратегии. На первом этапе следует наиболее точно определить значение переводимого слова с учетом контекста и наличия метонимии в предложении (например, выражение *пошел дождь* нельзя перевести дословно – **the rain went*, т.к. данный метонимический перенос знаком только носителям русского языка). Далее следует определить, есть ли у слова в данном значении прямой эквивалент (например, *радуга – rainbow*). Для перевода слов, не имеющих эквивалента, существует несколько выявленных в исследовании стратегий: генерализация (*солнцек – sun*), калька (*белые ночи – white nights*) и описательный перевод (*солнцек – strong sunshine*). Если в рамках заданного контекста нет необходимости в конкретизации, можно прибегнуть к метонимии и генерализации. Если конкретизация необходима, можно прибегнуть к прямой кальке с русского языка или описательному переводу.

Литература

- Вежибицкая А.* Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996.
- Грудева Е.А.* Этнокультурная специфика концептов лето и осень в русском и английском языках // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. № 101. С. 146-149.
- Желбакова М.В.* Лето в русской языковой картине мира // Инновационная наука. 2015. № 10. С. 159-160.
- Магомедова З.З.* Концептуализация зимних природных явлений в русской языковой картине мира и их передача в русско-английском переводе // Лига исследователей МГПУ: Сборник статей студенческой открытой конференции. В 4-х томах. М., 2022. С. 527-535.
- Маслов Ю.С.* Введение в языкознание. М.: Высшая школа, 1998.
- Сулейманова О.А., Беклемешева Н.Н., Карданова К.С.* Грамматические аспекты перевода: учеб. пособие. М.: Издательский центр «Академия», 2010.
- Сулейманова О.А., Фомина М.А., Тивьяева И.В.* Принципы и методы лингвистических исследований. М.: Языки Народов Мира, 2020.

*Z.Z. Magomedova (Moscow, Russia)
Moscow City University*

CONCEPTUALIZATION OF SUMMER NATURAL PHENOMENA IN RUSSIAN AND ENGLISH

The paper focuses on the conceptualization of summer in the English and Russian linguistic maps of the world and Russian-into-English translation of words representing summer natural phenomena.

Key words: semantics, linguistic map of the world, concept, conceptualization of summer, translation strategies.

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ БЕРЕЖЛИВОСТИ В ТУРЕЦКИХ АНТИПОСЛОВИЦАХ

В статье рассматривается концепт TUTUMLULUK (БЕРЕЖЛИВОСТЬ) на материале турецких новых паремий (антипословиц); выявляются и сопоставляются когнитивные признаки концепта, вербализованные в новых и традиционных паремиях, отражающих динамику стереотипов и оценочных норм о бережливости.

Ключевые слова: антипословица, паремия, новая паремия, паремиологическое поле, концепт БЕРЕЖЛИВОСТЬ.

Пословицы являются важным источником лингвокультурной информации о нации, отражая традиции, обычаи, стиль жизни и мировоззрение носителей языка. Вместе с тем, паремиологическая картина мира находится в постоянной динамике, что обусловлено различными экстралингвистическими факторами, меняющими отношение носителей языка к тому или иному объекту/ явлению, что отражается в структурно-семантической модификации существующих пословиц. Наиболее распространенными для обозначения модифицированных паремиологических единиц в отечественной лингвистике являются термины «антипословицы» и «новые паремии»; в турецких исследованиях используются термины “anti-atasözleri” (‘анти-пословицы’) и “aykırı atasözleri” (‘ «противоположные» пословицы’). Под новой паремией, таким образом, понимается «трансформант паремии, порождающий иные, чем в норме и узусе, средства выражения определенного содержания или объективирующий новое содержание при сохранении или изменении старой формы» [Бутько 2009: 143].

Основной причиной широкого распространения новых паремий в настоящее время ученые называют смену системы ценностей во многих культурах, в т.ч. турецкой [Seçkin 2017; Usta Tuzcu 2019 и др.]. Одним из важных качеств человека, объективируемых в традиционных паремиях, является его правильное экономическое поведение, в аспекты которого входит бережливость. Примечательно, что в турецком языке именно паремии, репрезентирующие концепт БЕРЕЖЛИВОСТЬ, имеют наибольшее количество трансформантов по сравнению с другими, что, по мнению П. Сечкин [Seçkin 2017], в значительной мере обусловлено изменениями в экономической политике Турции, повлекшими за собой переоценку ценностей и переход к т.н. обществу сверхпотребления.

Для выявления особенностей динамики представлений носителей турецкой лингвокультуры о бережливости, были выделены когнитивные признаки соответствующего концепта на материале традиционных и новых паремий и проведен их сопоставительный анализ. В ходе исследования использовалась методика построения паремиологического поля [Зайкина 2014], являющегося частью номинативного поля концепта [Попова, Стернин 2007]; при этом концепт TUTUMLULUK рассматривался как лингвокультурный концепт, представляющий

собой многомерный ментальный конструктор, включающий образно-перцептивный, понятийный и ценностный компоненты [Карасик 2007].

Содержательный (понятийный) компонент концепта БЕРЕЖЛИВОСТЬ в **традиционных паремиях** представлен когнитивными признаками, отражающими финансовое поведение человека, направленное на сохранение и приумножение состояния.

«**Запасливость**» Одним из важных аспектов сберегательного поведения является внимание к мелким денежным единицам, постепенное накопление которых позволяет получить «из малого большое»; т.е. копить нужно понемногу: *Ak akçe kara gün içindir* (досл. Белая деньга про черный день); *Sakla samanı gelir zamanı* (Прибереги солому, придет и ее время); *Damlaya damlaya göl olur* (Капля по капле – и озеро наберется); *Altını saklamak değil, kuruşu saklamak hünerdir* (Бережь золотом может любой, а беречь копейки нужно умение) и др.

«**Умеренные траты**» Как бы много человек ни работал и ни зарабатывал, он не сможет жить в достатке, если не умеет экономно тратить, иными словами, деньги приумножаются не столько зарабатыванием, сколько правильным к ним отношением: *Ayağını yorganına göre uzat* (Протягивай ноги по длине своего одеяла); *Çoğu zarar azı karar* (Хорошего помаленьку); *İşten artmaz, diştен artar* (Проедая заработанное, не разбогатеешь) и др.

«**Разумные траты**» Данный признак указывает на принципиальные различия между бережливостью и скупостью: бережливый человек тратит деньги на нужные вещи, в то время как скупой стремится избежать любых затрат, даже необходимых: *Ucuz alan pahalı alır* (Кто покупает дешево – тот покупает дорого (Дешево покупать – деньги терять)); *Ucuzdur vardır illeti, pahalıdır vardır hikmeti* (Дорого, да мило, дешево, да гнило) и др.

«**Осторожность**» Т.к. накопленное можно легко потерять, не следует полагаться на богатство: *Güvenme varlığa, düşersin darlığa* (На богатство не полагайся – обеднеешь).

Далее перейдем к рассмотрению когнитивных признаков концепта, вербализованных в **новых паремиях**.

«**Запасливость**» является одним из константных когнитивных признаков. Как и прежде, считается, что копить нужно постепенно, при этом в антипословицах описываются результаты накоплений с учетом современных реалий, например: *Damlaya damlaya holding olur* (Капля по капле – и холдинг образуется). В трансформантах пословицы *Sakla samanı gelir zamanı* (Прибереги солому, придет и ее время) указывается область применения накопленного: *Sakla samanı ders çalışırken yersin* (Прибереги солому, поешь во время учебы); *Sakla samanı kışın yersin* (Прибереги солому, будет, что поест зимой). Возможность двупланового прочтения реципиентом лексемы *saman* (солома) создает комический эффект, вместе с тем демонстрируя понимание «трудных времен» в современной действительности – это, в частности, период получения индивидом образования. Цифровизация общества приводит к тому, что и такие виртуальные явления, как «лайки» и «репосты» приобретают реальную ценность наряду с материальными объектами, что также находит отражение в новых паремиях, например: *Sakla paylaşımı, gelir trend topic zamanı*.

Дифференциальный когнитивный признак «**Возможность получения выгоды**» как следствие бережливости демонстрирует проявление в турецком обществе тенденции к индивидуализму.: *Sakla samanı, gelir zam anı* (Прибереги солому, придет

время подорожания); *Sakla samanı karaborsa satarsın* (Прибереги солому – перепродашь на черном рынке) и др.

«Сложности накопления». Такие экстралингвистические факторы, как налоги и инфляция заставляют людей пересмотреть необходимость делать какие-либо сбережения, что находит языковое воплощение в таких новых паремиях, как: *Ak akçe kara gün gelene kadar değerini yitirir* (Пока черный день наступит, белая деньга ценность потеряет); *Damlaya damlaya göl olur, ona da vergi koyarlar* (Капля по капле – наберется озеро, и на него тоже введут налог).

Наконец, наиболее ярко выраженным когнитивным признаком исследуемого концепта в «антипословичном» фрагменте турецкой языковой картины мира является признак «Бесполезность накоплений» например: *Damlaya damlaya bir şey olmaz üstelik etrafı da ıslar* (Капля по капле ничего не получится, к тому же все вокруг мокрым станет); *Sakla samanı, çürüsün* (Прибереги солому, пусть сгниет); *Sakla samanı bulamasınlar* (Спрячь солому, пусть ее никто не найдет) и др. Такие единицы, как *Ak akçe her gün içindir/ kumar içindir* (Белая деньга на каждый день); *Ak akçe, kumar içindir* (Белая деньга для азартных игр) показывают, что деньги имеют смысл, когда они тратятся «здесь и сейчас», т.е. обеспечивают непрерывное потребление.

Отдельного внимания заслуживает переосмысление пословицы, в которой, по сравнению с оригиналом, изменяется направление движения средств: *Damlaya damlaya cepte para kalmaz* (Капля по капле – и в кармане денег не будет). Несмотря на перенесение фокуса внимания с накопления на потребление, новая паремия содержит призыв к сберегательному поведению, что позволяет классифицировать ее смысловое наполнение как репрезентацию когнитивного признака «Умеренные траты».

В таблице 1 представлено паремиологическое поле концепта TUTUMLULUK с количественными показателями, демонстрирующими яркость проявления того или иного когнитивного признака. На основании выделенных признаков можно сделать вывод о значительной трансформации ценностной составляющей исследуемого концепта в новых паремиях, где бережливость представляется скорее недостатком, чем достоинством. Образный компонент, в свою очередь, представлен преимущественно теми же базовыми метафорическими моделями, что задействованы в традиционных паремиях.

Таблица 1

Паремиологическое поле концепта TUTUMLULUK (БЕРЕЖЛИВОСТЬ)

	Традиционные паремии	Новые паремии
Ядро концепта	Умеренные траты (8)	Умеренные траты (1)
Ближняя периферия	Запасливость (5)	Запасливость (7)
	Разумные траты (4)	Разумные траты (1)
Дальняя периферия	Осторожность / Бесполезность накоплений (2)	Сложность накопления (4)
Крайняя периферия		Бесполезность накоплений (8)
		Возможность извлечения выгоды из накоплений (3)

Таким образом, проведенный анализ демонстрирует наличие изменений когнитивных признаков концепта TUTUMLULUK, объективированных в новых

паремиях по сравнению с традиционными, как в содержательном, так и в количественном отношении, что является отражением соответствующих изменений экономического поведения нации. В турецких антипословицах о бережливости подвергаются пересмотру оценочные нормы, заложенные в паремиологическом фонде турецкого языка и составлявшие основу воспитания предыдущих поколений, однако при этом высмеиваются не только «устаревшие» представления о рассматриваемом явлении, но и критикуются установки, бытующие в современном обществе.

Литература

Бутько Ю.В. Ассоциативный контекст и его реализация в новых паремиях // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. 2008. № 6. С. 142-153.

Зайкина З.М. Построение паремиологического поля концепта «Die Arbeit» // Современная когнитивная лингвистика: монография / под ред. А.Г. Бердниковой. Новосибирск: СибАК, 2014.

Карасик В.И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007.

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

Aykırı atasözleri URL: https://www.sozcu.com.tr/2015/gunun-icinden/aykiri-atasozleri-890141/?_szc_galeri=1 (дата доступа 10.08.23)

Seçkin P. Toplumsal Yapıdaki Değişimin Göstergesi: Anti-Atasözleri // Milli Folklor. 2017. № 113. S. 17-27.

Tutumluk ile ilgili atasözleri URL: <http://www.beycan.net/1204/tutumluluk-ile-ilgili-atasozleri.html> (дата доступа 10.08.23)

Tutumluk ile ilgili atasözleri URL: <https://www.dersimiz.com/atasozleri-sozlugu/tutumluluk-ile-ilgili-atasozleri/> (дата доступа 10.08.23)

Uludağ sözlük, 2015. Atasözlerini değiştirip komik hale getirmek. URL: <https://www.uludagsozluk.com/k/atas%C3%B6zlerini-de%C4%9Fi%C5%9Ftirip-komik-hale-getirmek/> (дата доступа 10.08.23)

Usta Tuzcu Ö. The effect of the changing society on the Turkish proverbs. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 2019. № 14. P. 374-381.

I.O. Onal (Novosibirsk, Russia)

Novosibirsk State Technical University

Novosibirsk Military Institute named after General of the Army I.K. Yakovlev of the National

Guard Troops of the Russian Federation

CONCEPTUALIZATION OF THRIFT IN TURKISH ANTIPROVERBS

The article deals with the concept of TUTUMLULUK (THRIFT) based on Turkish new paroemias (anti-proverbs). The author examines and compares cognitive features of the concept verbalized in new and traditional paroemias, reflecting the dynamics of stereotypes and evaluative norms about thrift.

Key words: antiproverb, paroemia, new paroemia, paremiological field, THRIFT.

ЭПИСТЕМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ТЕКСТА СКВОЗЬ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦИИ ВОЗМОЖНЫХ МИРОВ

Рассматривается понятие реальности и обусловленное ею текстуально организованное знание, акцентируется дискуссионность данного понятия, в связи с чем постулируется невозможность атрибуции эпистемологической исключительности определенному типу знания. Обосновывается возможность проекции концепции возможных миров на семантику текста различной типологической отнесенности.

Ключевые слова: реальность, знание, текст, возможный мир, интерпретация.

Среди важнейших задач современной лингвистики остается познание способов концептуализации реальности человеком и языковые особенности обработки результатов данного процесса. Несмотря на интенсивные исследования в данной предметной области признается полная проблематизация всех базовых категорий, отсылающих к знанию и когниции [Микешина 2012: 38], возможно, наиболее дискуссионной следует признать категорию реальности. Ее проблемный характер, видимо, объясняет вопрос Е.С. Кубряковой, который лейтмотивом проходит в одной из ее последних работ – «каковы же реальные источники знаний» [Кубрякова 2012: 93]. Действительно, постановка данного вопроса свидетельствует о неудовлетворительности ответа, согласно которому источником знания выступает реальность (ср. сенсуализм, эмпиризм, позитивизм).

Важно отметить, что проблемный характер реальности сохраняется вне зависимости от «языка», к которому исследователь обращается в процессе ее описания, будь то научный, религиозный, философский, художественный и пр. Так, «язык» математики, рассматриваемый наиболее объективным и универсальным средством познания реальности со времен Г. Галилея, сегодня также проблематизируется. «Почему мы должны считать, что математика универсальна и объективна? <...>. Может быть, у Homo sapiens просто голова так устроена, а какой математике на самом деле подчиняется Вселенная – мы не знаем» [Черниговская 2013: 12].

Особенно спорным представляется взгляд на реальность в биокогнитивных исследованиях. Так, Й. Хоффмейер, в изложении А.Г. Гурочкиной, редуцирует реальность исключительно к материальному субстрату: «В мире есть лишь материальные предметы и их свойства <...>» [Гурочкина 2018: 29]. Сведение идеального к материальному, делает весьма серьезный вывод В. И. Карасик, предполагает отрицание феноменов сознания и, как следствие, отсутствие права у гуманитарной науки на существование [Карасик 2009: 16]. Неубедительным представляется осмысление реальности У. Матураной, для которого мир (физическая реальность) существует исключительно в языковых описаниях. В таком понимании, справедливо пишет Е.С. Кубрякова, «все перевернуто с ног на голову!» [Кубрякова 2012: 71], сама же концепция обнаруживает определенное сходство с солипсизмом.

Иное видение реальности предлагается в различных версиях эпистемологического конструктивизма. Основной тезис радикальных форм данного направления – реальность является *конструкцией* познающего субъекта. Принятие

данного тезиса влечет за собой отказ от качественного своеобразия различных видов знания – мифологического, научного, обыденного и пр. [Лекторский 2008: 6].

Упомянутые концепции реальности едины в том, что в них человек рассматривается как своеобразный творец реальности, созидающий ее посредством языка; они слишком радикальны, упрощают реальность и гиперболизируют когнитивную языковую функцию. Полемизируя с конструктивистской концепцией реальности, В.А. Лекторский пишет следующие часто цитируемые слова: «Познание со всеми своими конструкциями имеет дело именно с реальностью. Вместе с тем познающее существо ‘вырезает’ из реальности именно то, что соотносимо с его деятельностью» [Там же: 8-9]. Похожие идеи были высказаны еще А.А. Ухтомским. Человек, по мнению мыслителя, всегда строит *проекты реальности*, обусловленные его доминантами [Ухтомский 2022: 326, 397].

Позиция А.А. Ухтомского, Е.С. Кубряковой и В.А. Лекторского, конечно, предпочтительна, однако вопрос остается решенным лишь наполовину: реальность не порождение языка и не конструкция «из ничего». Однако какова эта реальность? Имеет ли она исключительно горизонтальную сегментацию (физическая реальность, биологическая реальность и пр.), или допустимо говорить о ее вертикальной стратификации (ср. материальное vs. идеальное, имманентное vs. трансцендентное)? Согласимся с Т. Нагелем, что у человека нет ни понимания, ни знания, посредством которого возможно обоснование всеобщей теории реальности (“...we do not now have the understanding or knowledge on which to base a comprehensive theory of reality”) [Nagel 2010: 26].

«Человеческое» измерение современной науки воспринимает как данность пристрастность и избирательность познания мира субъектом [Щирова 2018: 64]. Думается, что, в связи с этим положением, поставленные выше вопросы могут найти определенное решение при обращении к логико-философской концепции возможных миров. В основе данной концепции лежит подвижное понимание истинности знания: истинно то, что истинно в возможном мире.

В существующих концепциях возможный мир трактуется по-разному, однако инвариантом многочисленных интерпретаций рассматривается его альтернативность (“possible worlds are alternatives”) [Hintikka 1975: 27]. Возможный мир можно рассматривать и как возможное положение дел, и как возможное направление развития событий [Хинтикка 1980: 38].

В настоящей работе возможный мир дефинируется как *мир, альтернативный миру материальному, который регистрируется сознанием при наличии специальной рецепции, определяющей его онтологический статус*. «Мир» Шерлока Холмса и «мир» Иисуса Христа в контексте одной рецепции онтологически тождественны, т.е. являются ментальными конструктами, порождением лингвокреативного сознания. Однако в контексте иной рецептивной деятельности их онтология достаточно различна.

Для лингвиста важно помнить, что любые рассуждения о возможных мирах должны верифицироваться лингвистическими сигналами, которые образуют «книгу о возможном мире» (*‘the book on W’*) [Plantinga 1974: 46]. Так, высказывание «Ты – Христос, Сын Бога Живаго» (Мф. 16: 16), формирующее возможный мир сакрального библейского текста, истинно, в то время как высказывание «Ведь Мессия, Иса, сын Марьям, – только посланник Аллаха...» (Коран, 4: 171) – ложно. Однако оно является истинным для возможного мира, моделируемого в сакральном кораническом тексте.

Концепция возможных миров раскрывает новые грани в семантике текста не только принадлежащего к религиозной, философской и художественной коммуникации, но также при осмыслении эпистемических параметров научного текста. Известно, что наука жестко дистанцируется от иных форм постижения реальности. Однако на страницах научных изданий довольно часто фигурируют высказывания, которые возможно рассматривать как языковые маркеры моделируемых возможных миров, миров, онтологический статус которых предопределяется рецепцией интерпретатора. Рассмотрим два фрагмента из работ лингвистической направленности.

«Думаю, что все-таки в начале была эмоция. Пора, наконец, как я полагаю, призвать эмоциональную теорию происхождения языка и исклчить эту проблему из ряда неразрешимых проблем» [Шаховский 2018: 55].

«Возникновение языка – проблема онтологическая, для решения которой (скорее, для понимания которой) необходимо принятие таких понятий как Бог – человек – мир в их единстве» [Степаненко 2006: 11].

Приведенные высказывания, описывающие прошлое языка, диаметрально противоположны, они – суть альтернативы положения дел в далеком прошлом, т.е. возможные миры. Ни одно из высказываний не может претендовать на более высокую степень «научности», поскольку, как справедливо отмечает В. Гумбольдт, осмысляя проблему происхождения языка, между ничто и нечто лежит «целая пропасть» [Гумбольдт 2019: 32].

Резюмируем. Принципиально интерпретативный характер реальности дает основание утверждать, что обращение к концепции возможных миров плодотворно при изучении эпистемических параметров текстов вариативной типологической отнесенности, в том числе и при анализе семантики научных текстов. Доминирование науки в общественном сознании способствовало формулированию спорного тезиса об эпистемологической исключительности научного знания и забвению идеала цельного знания. Согласно этому идеалу, знания, вырабатываемые в области философии, искусства, религии и науки «не равны, но равноценны» (В.С. Соловьев) и «логически равноправны» (А.А. Ухтомский).

Литература

Гумбольдт В. О различии организмов человеческого языка и о влиянии этого различия на умственное развитие человеческого рода: Введение во всеобщее языкознание, – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2019.

Гурочкина А.Г. Язык, познание, коммуникация с позиций современной когнитивно-коммуникативной парадигмы // Язык и текст в антропомерной науке: коллективная монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена. 2018. С. 7-31.

Карасик В.И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009.

Кубрякова Е.С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования. М.: Знак, 2012.

Лекторский В.А. Конструктивизм и реализм в эпистемологии // Философские науки. № 3. 2008. С. 5-9.

Микешина Л.А. Знание в современной культуре (материалы «круглого стола») // Вопросы философии. № 9. 2012.

Степаненко В.А. Слово / Logos / Имя – имена – концепт – слова: сравнительно-типологический анализ концепта «Душа. Seele. Soul»: на материале русского, немецкого и английского языков: автореф. дисс... док. филол. наук. Иркутск, 2006.

Ухтомский А.А. Доминанта. СПб.: Питер, 2022.

Хинтиikka Я. Логико-эпистемологические исследования. М.: «Прогресс», 1980.

Черниговская Т.В. Чеширская улыбка кота Шредингера: язык и сознание. М.: ЯСК, 2013.

Шаховский В.И. Когнитивная матрица эмоционально-коммуникативной личности // Russian Journal of Linguistics, Т. 22. № 1. 2018. С. 54-79.

Щирова И.А. Концептуально-методологические ориентиры описания текста в современной науке // Язык и текст в антропомерной науке: коллективная монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2018. С. 51-77.

Hintikka J. The intentions of intentionality and other new models for modalities. Dordrecht: Springer, 1975.

Nagel Th. Secular philosophy and the religious temperament. Essays 2002-2008, NY: Oxford University Press, 2010.

Plantinga A. The Nature of necessity. Oxford: Oxford University Press, 1974.

S.M. Pashkov (Volkhov, Russia)

Saint Petersburg State Pedagogical University (Volkhov Branch)

EPISTEMIC PARAMETERS OF TEXT IN THE CONTEXT OF POSSIBLE WORLDS CONCEPT

The article deals with the concept of reality and textually organized knowledge generated by it. The author accentuates the questionable nature of reality that is why epistemological exclusiveness cannot be attributed to any kind of knowledge. Substantiated the possibility to project the concept of possible worlds on text semantics of different typological reference.

Key words: reality, knowledge, text, possible world, interpretation.

И.М. Петрова (Москва, Россия)

*Московский городской педагогический университет
miinna@yandex.ru*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСЕМЫ REALITY В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО ПРОСТРАНСТВА

Статья посвящена исследованию атрибутивных структур, описывающих лексему *reality*, которые возникли в период с 1990 по 2012 гг. Использование ноосферного подхода позволило рассмотреть данную лексему как концептообразующую и фиксирующую бинарную оппозицию *virtual-real*. Анализ словообразовательной модели показал, что специфицирующие признаки атрибутов лексемы *reality* носят квазисубъектный характер.

Ключевые слова: ноосферный подход, атрибутивная структура, лексема *reality*, концепт, словообразование

В современной лингвокультурологии наблюдается тенденция обращения к ноосферному подходу, который представляет собой новый инструмент для понимания языковых явлений и культурных ценностей. В рамках этого подхода исследуются культурные доминанты, определяющие уровень осознания языковой личностью культурных ценностей. К числу культурных доминант относится и концепт *reality*, который представлен согласно “The Oxford Thesaurus – An A-Z Dictionary of Synonyms” 48 единицами [Жирова 2022: 1907], а само значение лексемы *reality* сопряжено с философским термином, который относится к существующему в настоящее время, и описывает объективно существующий мир, состоящий из фактов

и явлений [Чудинов 1894]. В этимологическом словаре, отредактированном "Harper", указывается, что лексема *reality* является одним из самых древних слов английского языка, впервые зафиксированным в художественных текстах в период среднеанглийского языка. Происхождение слова *reality* связано с такими лексемами, как *réalité* (истина) и *realitatem* (объективная действительность) [Online Etymology Dictionary]. В традиции диалектического материализма *reality* – реальность включает в себя как материю, так и идеальные продукты, при этом само понятие реальность противопоставляется субъективной реальности, которая охватывает явления сознания. Обращение к языковой репрезентации данного явления позволяет зафиксировать новые аспекты, актуальные для языкового сознания носителей культуры.

Цель настоящего исследования – проанализировать атрибутивные структуры с лексемой *reality*, возникшие в языке в текущий период его развития, и выявить особенности концепта, актуализируемые в атрибуте, сопряженном с лексемой, что активно исследуется в контексте изучения процессов концептуализации внеязыковой действительности [Болдырев 2004; Сулейманова, Беклемешева 2009; Петрова 2018 и др.]. Это обстоятельство обуславливает актуальность представленной работы. В качестве материала исследования используются данные портала, фиксирующего новые слова и выражения в английском языке <https://wordspy.com/>.

Анализ означенного ресурса позволил выделить группу словосочетаний, образованных по модели прилаг. + существительное *reality*. В таблице 1 представлены данные фразы, их значение и пример употребления в раннем периоде существования фразы.

Таблица 1

Атрибутивные структуры с лексемой *reality*

Фраза	Значение	Пример использования
<i>real reality</i>	n. Everything that is not virtual reality.	<i>Real reality, the New England woodlands on a crisp late-summer's day. — Chet Raymo, "Virtual reality is not enough," The Boston Globe, September 10, 1990</i>
<i>mixed reality</i>	n. An environment that combines elements of both virtual reality and the real world.	<i>Military simulation developers who've put grabbed real world images to use are among the most likely to find commercial possibilities in 'mixed reality' entertainment. — Francis Hamit, "From image-exploiting military simulation to live entertainment," Advanced Imaging, November 01, 1994</i>
<i>augmented reality</i>	n. A view in which a computer superimposes images onto the user's field of vision.	<i>Mann is one of the pioneers of a form of computing known as "augmented reality," in which information technology acts as a thin membrane between the user and his or her environment. — Robert Everett-Green, "Joystick on your collar: computers get ready-to-wear," The Globe and Mail (Canada), February 28, 1998</i>
<i>annotated reality</i>	n. Text, images, sounds, and other information related to the surrounding area supplied to a person from a wearable computer.	<i>She detailed the idea of calm technology, the creation of a digital interface that is invisible, where the real world is the screen and a person's actions are the buttons. People can choose the kind of information that's presented in the real world, creating an annotated reality. — Valentino Lucio, "The cyborg life is a busy life," The Houston Chronicle, March 12, 2012</i>

<https://wordspy.com/> (дата обращения 25.08.2023)

В данную таблицу не включен термин *virtual reality*, поскольку он до наступления эпохи компьютерных технологий означал объект или состояние, которые не существуют в реальности, но могут возникнуть при определенных условиях. Актуальное в настоящий период понятие искусственной реальности было впервые представлено Майроном Крюгером в конце 1960-х гг. В своей книге «Сумма Технологий» Станислав Лем в 1964 г. описывает термин «Фантомология» и ставит перед собой задачу создания действительности, которая для разумных существ, населяющих ее, неотличима от обычной действительности, но подчиняется иным законам. Таким образом, возникновение данного термина и широкое внедрение компьютерных технологий предопределило появление сочетания *real reality*, поскольку возникла необходимость вычленив именно реальность, не являющуюся виртуальной. Данное обстоятельство показывает, что лексема *reality* выступает в качестве маркера бинарной оппозиции *virtual – real*.

Хронология фиксаций выражений в языковом пространстве позволяет проследить процесс осмысления трансформаций лексемы *reality* в цифровом пространстве, а именно в поле, созданном новыми технологиями: *mixed reality* – 1994; *augmented reality* – 1998; *annotated reality* – 2012. Очевидно, что после вычленения поля виртуальной реальности наблюдается процесс его развития, а именно: сначала появляется смешанная реальность (*mixed reality*), затем дополненная (*augmented reality*), а затем уже специально структурированная (*annotated reality*). Интересно отметить тот факт, что вычленение реальности как бинарной составляющей представлено в языке с помощью прилагательного *real*, тогда как специфицирующие характеристики лексемы в других словосочетаниях представлены прилагательным, образованным по модели глагол+ed, что подчеркивает их квазисубъектную природу.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что ноосферный подход к анализу лексем типа *reality* дает возможность проследить парадигмальные сдвиги в процессе концептуализации. В рамках ноосферного подхода происходит переосмысление концепции языковой эволюции, которая теперь воспринимается как проявление познавательной свободы языка через стремление к истине и нравственности. Язык функционирует как активное средство объединения человечества в «общем делании» (Н.Ф. Федоров).

Литература

Болдырев Н.Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2001. С. 25-36.

Жирова И.Г. Репрезентация ценностных доминант в английских лексических образованиях с фокусной семьей REALITY и их передача на русский язык (на материале произведения А. Мердок "The Bell" / "Колокол") // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 6. С. 1905-1912. DOI 10.30853/phil20220315.

Петрова И.М. Классификация объекта как отражение процессов категоризации в речи (на материале английской атрибутивной конструкции) // Когнитивные исследования языка. 2018. № 34. С. 311-314.

Сулейманова О.А., Беклемешева Н.Н. Основы языковой категоризации мира: пространство, время, причинность и принцип неслучайной связи // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2009. № 3. С. 87-92.

Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / сост. А.Н. Чудинов. СПб.: Изд-во В.Н. Губинского, 1894. URL: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_003636516?page=1&rotate=0&theme=white (дата обращения 25.08.2023).

Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com> (дата обращения 25.08.2023).

The Oxford Thesaurus – An A-Z Dictionary of Synonyms. / Oxford: Oxford University Press, 1998. URL: <https://archive.org/details/oxfordthesaurusa0000unse> (дата обращения 25.08.2023).

*I.M. Petrova (Moscow, Russia)
Moscow City University*

LEXEME REALITY CONCEPTUAL FEATURES IN THE CONTEXT OF MODERN DIGITAL SPACE

The study of attributive structures describing the lexeme *reality* that emerged between 1990 and 2012 is the focus of this article. We were able to think of this lexeme as a concept-forming and fixing binary opposition *virtual-real* thanks to the application of the noospheric approach. The investigation of the word-formation model revealed that the lexeme *reality*'s specifying features had a quasi-subjective quality.

Key words: lexeme *reality*, noospheric approach, attributive structure, concept, word formation.

*М.В. Пигалева (Пермь, Россия)
Пермский государственный национальный исследовательский университет
pigaleva-m@yandex.ru*

ОБРАЗ ИСКУССТВА В НАИВНЫХ ТОЛКОВАНИЯХ КИТАЙСКИХ ИНФОРМАНТОВ

Зафиксированные в языковом сознании образы можно изучать с помощью метода наивного толкования, который активно используется при экспериментальном изучении языкового сознания носителей разных языков. В данной статье автор рассматривает полученные в результате анкетирования ответы китайских информантов об искусстве.

Ключевые слова: искусство, наивное толкование, эксперимент, информант, языковая картина мира.

Антропоцентрическая парадигма в современной лингвистике обуславливает интерес исследователей к языку как феномену культуры, а также к концептам, выражающим основы и ценности человеческого бытия. На протяжении всей истории существования человеку сопутствует искусство – «вид форматворческой деятельности человека, создающей образные структуры, которые обладают эстетическими, познавательными и коммуникативными функциями» [Философский словарь 2001: 220]. Как видно из определения, искусство – это форма познания человеком окружающего мира, которая непременно находит отклик в его наивной и языковой картине мира.

Китай относится к наиболее древним цивилизациям, в которой начальная стадия развития искусства приходится на IX–VIII тыс. до н.э. В искусстве Китая находит отражение синкретическая картина трех учений – даосизма, буддизма и конфуцианства. От даосизма искусству передались идеи субстанционального, космогенного и онтологического единства всех природных сущностей, от буддизма – постулат о стертости границ между жизнью и творческой деятельностью, спонтанное запечатление образа без специальной подготовки и утверждение, что постижение

истины не требует исключительных условий и признание того, что источником вдохновения и художественного освоения может быть любой предмет [Кравцова 2004: 350]. Конфуцианство же, напротив, требовало каноничности и обращения исключительно к прекрасному, ставя в качестве идеала порядок и гармонию и наделяя любое произведение искусства назидательным смыслом. Согласно конфуцианским эстетическим установкам, любое произведение искусства должно воспитывать личность в духе моральных ценностей и демонстрировать внутренний облик и потенциальные способности человека как члена социума [там же: 328]. Такой дидактико-прагматический подход сделал искусство обязательным занятием для любого чиновника или того, кто планировал им стать. Конфуцианство делало искусство социально ориентированным, в то время как даосизм и буддизм обращались к творцу и его индивидуальности. Идейные и эстетические взгляды трех учений представлены во всех видах китайского искусства, органично сочетая моральное начало конфуцианства, эмоциональную наполненность даосизма и буддийское созерцание.

В толковом словаре китайского языка *Hanyu cidian* встречаются следующие определения слова 艺术 'искусство'

1) литература и (другие виды) искусства, отражающие социально-бытовые условия, а также созданные произведения, включающие в себя литературу, изобразительное искусство, скульптуру, архитектуру, музыку, танец, театр, кинематограф и т.д.;

2) разнообразны методы творческого изображения;

3) уникальный и прекрасный образ с богатым и красочным содержанием [Hanyu cidian: электронный ресурс].

Образ – основное понятие теории познания, встречающееся в философском, психологическом, социологическом и эстетическом дискурсе. Философия определяет образ как объект реконструкции объекта в сознании человека [Новая философская энциклопедия: эл. ресурс] и наделяет его функцией репрезентации идеального, соединенного с нравственно-этическими и социально-культурными ценностями и оценочными суждениями. Образы, зафиксированные в языковом сознании, можно изучать с помощью метода наивного толкования, который активно используется при экспериментальном изучении языкового сознания носителей разных языков.

В рамках настоящего исследования был проведен эксперимент, где информантам предлагалось определить значение слова 艺术, не ограничиваясь в способах толкования. Эксперимент представлял собой письменное анкетирование на китайском языке. Информантам предлагалось заполнить социальную информацию о себе (пол, возраст, уровень образования, специальность) и дать ответы на вопросы «Что такое искусство?» (对您来说, 艺术是什么?)

В эксперименте принимало участие 40 китайских информантов в возрасте от 18 до 35 лет, обучающихся в высшем учебном заведении или уже получивших высшее образование. Выборка информантов была сбалансирована по полу и типу образования: 20 информантов получали или имели техническое образование (из них – 10 мужчин и 10 женщин), а 20 – гуманитарное (из них – 10 мужчин и 10 женщин).

Анализ ответов информантов осуществлялся с использованием Информационной системы «Семограф», позволяющей классифицировать любой лингвистический контент по выбираемым исследователем категориям и автоматически получать данные об объеме категорий и их связи. Для анализа семантики наивных толкований, данных информантами, использовался

компонентный семантический анализ. В результате анализа были выделены семантические признаки, актуализированные в наивных толкованиях слова *艺术*. Всего был выделен 21 признак. Укажем только некоторые из них с большей частотой актуализации: «Эстетика» (14 абс. ед), «Образное определение» и «Человек» (по 13 абс. ед); «Жизнь» (11 абс. ед).

Идея о красоте как обязательном атрибуте произведения искусства уходит корнями в конфуцианство, однако находит отражение и в современных ответах молодых людей: *人类审美的具体表现 наглядное проявление человеческой эстетики; 艺术是提高生活品质的重要手段, 艺术和审美需要学习 искусство - важный способ повысить качество жизни, искусству и эстетике надо учиться; 美, 设计 красота, замысел; 让人欣赏, 陶冶情操 приводящее людей в восхищение, развивающее высокие моральные качества*. Стоит отметить, что даже в представленных примерах информанты упоминают не только красоту (*美*), но и эстетическое наслаждение (*欣赏*), а также то, что чувству прекрасного тоже нужно обучаться, что так же отсылает к дидактической роли искусства.

Отдельного внимания заслуживает группа «образное определение», которая была выделена из-за указания китайскими информантами конкретных образов, с которыми у них ассоциируется искусство: *自然就是一个艺术 природа — это и есть искусство; 艺术是人性与天性的完美结合品 искусство – это явление, идеально сочетающее в себе земное и небесное; 抽象的语言 язык абстракций; 生活的装饰 украшение жизни*. Неоднократно в этой группе упоминается и пища: *生活调味品 приправа жизни; 艺术是生活的调味品, 是不可缺少的东西 искусство — приправа жизни и неотъемлемое явление; 生活的一部分, 就像食物和水 часть жизни, такая как еда и питье*. В китайской культуре кулинария занимает особое место, и многие идиоматические обороты связаны с процессом готовки или с каким-либо вкусом или блюдом. Упоминание китайцами еды так же может быть связано как с эстетической привлекательностью блюд при подаче, так и с неотделимостью искусства от повседневной жизни, о чем свидетельствует одна из указанных реакций.

Предсказуемо и наличие в ответах информантов семантического признака «Человек». Человек – это и создатель произведений искусства, и реципиент творческого замысла; кроме того, согласно одному из определений, искусство отражает состояние общества. Данный семантический признак представлен в следующих наивных толкованиях: *艺术不是普罗大众所拥有的东西, 对于一小部分人而言, 艺术感与生俱来便存在 это не то, чем обладает обычный человек, чувство прекрасного дается при рождении; 艺术是一种文化现象, 是文化的精华提现, 是主要服务于人们精神层面的产 искусство – культурный феномен, сущность культуры, продукт высшего класса духовного уровня людей; 是一种抽象但深深植根于人们心中 что-то абстрактное, но уходящее корнями глубоко в человеческое сердце; 对自然, 科学和人的表达 выражение природы, искусства и человека*. Таким образом, можно сделать вывод, что в представлении китайцев искусство тесно связано с человеческой деятельностью, но не с обществом. Произведение искусства получает признание у общества и выступает связующим элементом между ним и творцом.

Семантический признак «жизнь» представляет искусство неотъемлемым элементом бытия. Несмотря на то, что, согласно одному из словарных определений искусство призвано отражать жизнь, создавая ее более типичный образ, только два

толкования указывают жизнь как источник искусства: *源于生活的、思想抽象的表达 берет начало из жизни, выражает абстрактное; искусство берет начало в жизни. В ряде контекстов искусство фигурирует как неотъемлемая часть жизни: 生活的一部分, 就像食物和水 часть жизни, такая как еда и питье; искусство — приправа жизни и неотъемлемая вещь. В то же время, искусство отвечает и за эмоциональную и эстетическую составляющую жизни: 生活的装饰 украшение жизни; 生活的乐趣 радость жизни. Отмечается и отождествление жизни с производением искусства: 生活就是艺术 жизнь – это искусство.*

Китайское искусство имеет долгую историю развития. Слово *искусство* в китайском языке включает в себя два иероглифа: 艺 [yì] ‘способность, талант, образец; сеять’ и 术 [shù] ‘техника, прием; просо’. Сложение этих двух иероглифов дает двоякое понимание искусства. Прежде всего это сочетание индивидуального таланта творца и мастерства владения навыками, «единство духовного и ремесленного полюсов» [Кобзев 2010: 396]. В то же время значения иероглифов связаны и с сельскохозяйственной тематикой, что отсылает к первоначальному значению латинского слова *cultura* – возделывание, обрабатывание, уход [Латинско-русский словарь: электронный ресурс]. Подобная отсылка также может свидетельствовать как о неразрывной связи понятий искусства и культуры в китайском языке, так и об утилитарности китайского искусства. Представленные ответы информантов подтверждают неразрывную связь искусства с жизнью. Искусство ценно, оно эстетически привлекательно и является важной частью человеческого существования. Подобное понимание искусства выходит за рамки словарных определений, демонстрируя нам более богатое представление об искусстве и его роли в жизни человека.

Литература

Кобзев А.И. Специфика китайского искусства, отраженная в его обозначениях. // Общество и государство в Китае. Т. XL. URL: https://china.ivran.ru/f/Kobzev_A.I._Spetsifika_kitajskogo_iskusstva_otrazhyonnaya_v_ego_oboznacheniyah.pdf (дата обращения: 30.08.2023).

Кравцова М.Е. Мировая художественная культура. История искусства Китая: учеб. пособие. СПб.: Лань: Триада, 2004.

Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. М.: Республика, 2001.

Cultura. Латинско-русский словарь. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/latin_rus/ (дата обращения: 10.07.2023).

艺术. *Hanyu Cidian*. URL: https://baike.baidu.com/item/艺术/95102?fr=ge_ala (дата обращения: 10.07.2023).

M.V. Pigaleva (Perm, Russia)
Perm State University

THE IMAGE OF ART IN NAIVE EXPLANATIONS OF CHINESE INFORMANTS

The images fixed in the linguistic consciousness can be studied using the method of naive explanation, which is actively used in the experimental study of the linguistic consciousness of speakers of different languages. In this article, the author examines the responses of Chinese informants about art received as a result of a survey.

Key words: art, naive explanation, experiment, informant, linguistic picture of the world.

СЕНСОРИКА МЕНТАЛЬНОЙ И ФИЗИОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАТЕГОРИИ ДЕВИАЦИИ В СКАЗКЕ «ДЖЕК – ИСТРЕБИТЕЛЬ ВЕЛИКАНОВ»

Цель исследования – определить особенности языкового выражения ментальной и физиологической составляющих категории DEVIATION с позиции лингвосенсорики в рамках сказки «Джек – истребитель великанов». Рассматриваются лексические единицы семантического пространства ментальной и физиологической составляющих категории DEVIATION, включающие в себя сенсорный сигнал. Представлены зрительные, слуховые, осязательные и обонятельные компоненты.

Ключевые слова: сказка, категория, девиация, сенсорика, лексема, фразеологическая единица.

В центре внимания лингвосенсорики находится лексика, репрезентирующая «показания пяти органов чувств: зрения, слуха, осязания, вкуса и обоняния» [Харченко, 2012: 6]. Данные языковые единицы интерпретированы как средства выражения сенсорной составляющей категории DEVIATION на материале английской сказки «Джек – истребитель великанов». Рассмотрим данную сказку в редакции Эдвина Хартленда [Hartland, 1906].

Герой Джек сообразителен и хитер: *He was brisk and of a ready lively wit...* (здесь и далее – примеры из книги Hartland E.S. English fairy and other folk tales). Зрительный акцент представлен в данном предложении лексемой “brisk” и словосочетанием “lively wit”. Кроме того, в словосочетании “lively wit” наблюдается переключение сенсорного сигнала: со зрительного на слуховой. Эдвин Хартленд наделяет Джека способностью ловко говорить. Лексема «brisk» актуализирует значение «проворный» и указывает на физиологическую составляющую оппозиции NORM / DEVIATION, а словосочетание lively wit репрезентирована положительным значением «находчивость» и включена нами в ментальную составляющую категории NORM.

Джек умеет сбивать с толку даже умудренных людей благодаря своей смекалке: *...he very often even baffled the learned by his sharp and ready invention.* Осязательный акцент репрезентирован в предложении словосочетанием “sharp invention”. Примечательно, что в русском языке словосочетанию “sharp invention” соответствует осязательная метафора «острый ум».

Положительные герои английской сказки всегда красивы, полны сил, а если у них и есть недостаток физический или умственный, то к этому факту автор непременно относится снисходительно, в то время как отрицательный персонаж предстает безобразным, пугающим и/или агрессивным. В истории о Джеке появляется великан, который обитает на горе в Корнуолле. Он не дает людям жить в тех краях – опустошает их земли. Он огромен и безобразен: *...a huge and monstrous giant of eighteen feet in height, and about three yards in compass...* Данная часть предложения указывает на зрительный сигнал при описании внешности героя. Лексемы huge, monstrous, giant в контексте примера актуализируют значения «огромный», «безобразный», «великан».

Смертельные травмы героев характерны для повествования во многих английских фольклорных текстах. В следующем фрагменте смелый юноша Джек

разбудил великана, заманил его в яму и нанес смертельный удар киркой по голове людоеда: *...he gave him a most weighty knock with his pickaxe on the very crown of his head, and killed him on the spot.* В данном случае наблюдается соседство зрительных образов (give a knock, pickaxe, kill on the spot) и осязательного компонента, который усилен детализацией (on the very crown of his head).

В следующем примере представлены лексемы, указывающие на зрительный и слуховой акценты: *...he saw the ground strewed with human bones, the giant telling him his own would ere long increase them.* Данный фрагмент включает стереотипную сенсорную лексику – saw, telling, а также указание возможной расправы великана над Джеком – “his own ... increase them”.

Зрительная лексика пронизывает все повествование, хотя также включает в себя осязательные, слуховые, вкусовые, обонятельные сигналы. Великан Бландербор приглашает к себе домой брата, но Джек набрасывает им на шею веревку, когда они открывают железные ворота: *...while the giants were unlocking the iron gate of the castle he threw the ropes over each of their heads.* Джек слышит, как открываются ворота (giants were unlocking the iron gate of the castle...), затем видит и набрасывает веревки на шею (he threw the ropes over each of their heads). Персонаж тянет веревку, и читатель уже может предположить, чем все закончится: *Then drawing the other ends across a beam, and pulling with all his might, he throttled them.* Глагол drawing актуализирует значение «перекинуть (концы)», а глагол pulling представлен значением «тянуть». Данные лексические единицы указывают на осязательный компонент. Глагол throttle обобщает действие, включает в себя и осязательный и зрительный сигналы, приводя к сенсорному напряжению.

Джек, победив великанов, отворяет темницу и обнаруживает трех дам, привязанных за волосы и чуть не умерших от голода: *Then, taking the giant's keys, and unlocking the rooms, he found three fair ladies tied by the hair of their heads, almost starved to death.* Лексема giant актуализирует прямое значение «великан», указывает на размеры персонажа сказки, вызывает в сознании читателя соответствующий зрительный образ. Фразеологизм starve to death представлен значением «умирать голодной смертью», репрезентирует семантическое пространство зрительной составляющей категории DEVIATION. Словосочетание tied by the hair of their heads является соматизмом, в составе которого выделяются *головы* (heads) и *волосы* (hair). Глагол tie (привязывать) также включен нами в ряд номинаций зрения.

Зрительные образы доминируют в системе сенсорных средств выражения категории DEVIATION. Зрительные акценты возникают в вышеупомянутой сказке даже когда Джек горделиво сообщает освобожденным из плена дамам о том, что он убил монстра и его не менее жестокого брата: *...I have destroyed this monster and his brutish brother.* Лексема destroy актуализирует в данном контексте прямое значение – «убивать». Данная лексема является не только средством выражения ментальной единицы DEATH, но также может указывать в данном случае на семантическое пространство физиологической составляющей категории DEVIATION.

Уэльского великана, с которым сталкивается далее на своем героическом пути Джек, Эдвин Хартленд представляет монстром с двумя головами: *...a monstrous giant with two heads...* Кроме того, что данные лексемы указывают на физиологические DEVIATION, они также включают эстетическую оценку, могут репрезентировать семантическое поле категории BEAUTY.

Великан принимает Джека на ночлег. Ночью юноша слышит, как монстр сквозь сон выдает свои хитрые намерения убить Джека: *... you shall not see the morning light:*

My club shall dash your brains outright! К сенсорной лексике в этом случае нами были отнесены: глагол *see*, указывающий на зрительный акцент в повествовании, а также фрагмент *my club shall dash your brains outright*, включающий переключение сенсорных сигналов со зрительного (*my club*) на зрительно-осязательный (*dash your brains*). Словоупотребление *dash your brains* актуализирует значение «вышибить мозги», репрезентирует семантическое пространство ментальных единиц DEATH и TRAUMA физиологической составляющей категории DEVIATION.

Великан пробирается в комнату Джека и несколько раз со всей силы ударяет дубинкой по кровати. Он уверен, что раздробил все косточки в теле гостя: *...struck several heavy blows on the bed with his club, thinking he had broken every bone in Jack's skin*. Фразеологизм *strike a blow* указывает на ментальные единицы TRAUMA и DEATH в составе физиологической составляющей категории DEVIATION. Лексема *heavy* в составе данного фразеологизма включает зрительный и осязательный акценты. В первой части предложения зрительный образ сочетается со слуховым и осязательным сигналами. Зрительный акцент в сочетании *break every bone in Jack's skin* несколько приглушает осязательный образ. Примечательно, что уэльский великан спросил Джека утром, не почувствовал ли тот чего-либо ночью. Юноша отшутился, сказав, что крыса хлестнула его хвостом: *...a rat, which gave me two or three slaps with her tail*. Лексема *tail* в сочетании с фразеологизмом *give somebody a slap* усиливает осязательный акцент.

В следующем отрезке представлены сразу три сенсорных акцента во фразеологизмах *rip open* и *fall down dead* – зрительный, осязательный и слуховой: *...the monster took the knife, and ripping open his belly, fell down dead*. Великан решил накормить Джека огромным пудингом. Джек схитрил, забросил пудинг в мешок под курткой, сделал вид, что съел, а затем разрезал мешок, словно свой живот, на глазах изумленного монстра. Чудище решило повторить трюк, вытащило нож, разрежало себе живот и свалилось замертво. Фразеологическая единица *rip open* представлена прямым значением «вспарывать», указывает на семантическое пространство физиологической составляющей категории DEVIATION, включает в себя центральный, зрительный канал и сопутствующий осязательный, создавая сенсорное напряжение. Фразеологизм *fall down dead* актуализирует значение «упасть замертво», также отнесен нами к средствам выражения физиологической составляющей категории DEVIATION, включает зрительный, осязательный и слуховой акценты. Лексема *monster* в данном примере имеет значение «чудовище», репрезентирует физиологическую составляющую категории DEVIATION.

В семантическое пространство ментальной составляющей категории DEVIATION нами также включены сенсорные, языковые средства. Они значительно уступают по количеству выявленных лексем и фразеосочетаний, репрезентирующих физиологическую составляющую указанной категории.

В финале сказки о Джеке появляется персонаж, принц, сына короля Артура, решающий искать свое счастье в Уэльсе. Он узнает, что в тех краях живет прекраснейшая дама, одержимая семью злыми духами: *...where lived a beautiful lady possessed with seven evil spirits*. Зрительный образ создается с помощью фразеологической единицы *possess with evil spirits*, актуализирующей значение «одержимый злыми духами» и указывающей на отклонение в поведении и работе мозга героини. Зрительный сигнал здесь сочетается со вторичными акцентами слуха и возможного осязания.

В старых английских сказках нами выявлены ряды номинаций зрения, слуха, осязания и обоняния, указывающих на ментальную и физиологическую составляющие категории DEVIATION. Для примеров, включающих сенсорную лексику отклонения, характерно сенсорное напряжение или переключение. Средства выражения ментальной и физиологической составляющих категории DEVIATION также указывают на семантическое пространство категорий DEATH, BEAUTY, TRAUMA.

Литература

Харченко В.К. Лингвосенсорика. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012.

Hartland E.S. English fairy and other folk tales. NY: The Walter Scott Publishing, 1906.

A.S. Ptashkin (Tomsk, Russia)

National Research Tomsk Polytechnic University

LINGUOSENSORICS OF MENTAL AND PHYSIOLOGICAL COMPONENTS OF DEVIATION IN THE FAIRY TALE “JACK, THE GIANT-KILLER”

The aim of the study is to determine peculiarities of the linguistic expression of the mental and physiological components within the category DEVIATION from the standpoint of linguosensorics in the fairy tale “Jack, The Giant-Killer”. The lexical units in the semantic field of mental and physiological components of DEVIATION that include sensory signals are considered. Visual, auditory, tactile and olfactory components are presented.

Key words: fairy tale, category, deviation, linguosensorics, lexeme, phraseological unit.

С.Г. Сабирова (Душанбе, Республика Таджикистан)

Филiaal МГУ им. М.В. Ломоносова в городе Душанбе

ssanovbar@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗНАНИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В статье проанализирован процесс концептуализации профессиональных знаний в научном тексте. Текст по изначальной форме рассматривается как коммуникативная модель вербального действия, паравербальный конструкт, содержащий коммуникативную цель, фрагмент экономической действительности и дискурсивной практики с четкой коммуникативной интенцией и стратегией.

Ключевые слова: дискурс, термин, конструкт, текст, жанр, субъект.

В ходе профессиональной коммуникации и познания мира субъектами экономического дискурса происходит процесс получения, обработки и организации информации в виде сложных концептуальных структур. Экономический дискурс актуализирует диаду «мир – экономика», ментальный мир, обладающий системностью, законы функционирования которых определяются экономическими институтами, они в свою очередь являются важными элементами мира как системы. Такое понимание формирует тесное переплетение политических, экономических, культурных, правовых и общественных процессов, образуя социо-историко-культурный контекст (термин О.В. Ломакиной) [Ломакина 2016].

Понятие «мир-экономика» было введено Ф. Броделем, оно означает «мировое хозяйство», «экономически самостоятельный, самодостаточный кусок планеты, экономическое единство» [Бродель 1992: 14]. По Ф. Броделю, экономика – «реальная реальность», «неизолированная глобальная целостность» которая предполагает экспансию. Экономика выступает как метатеоретический и метаприкладной концепт познания экономической действительности, отражающий процесс конструирования социума на разных уровнях, язык в данном процессе выступает ретранслятором и регулятором описывающий объективную реальность сквозь призму диахронии и синхронии.

Развитие экономических процессов влияет на увеличение количества терминов, в связи с появлением новых направлений в экономической сфере (информационная, страховая, кредитная, финансовая экономика) и на формирование новых сегментов экономического дискурса. Несмотря на самостоятельность, самодостаточность и терминологическое единство, колеблющейся и изменчивой диаде «мир-экономика» свойственна флуктуация. Доказательством является смена форм государственных типов правления: феодализм, капитализм, социализм, демократизм и глобализм, который изменил мир и экономическую систему. Эти процессы прежде всего затрагивают язык, т.к. язык выполняет многогранную функцию репрезентации знаний, проникая в мир как систему, описывая экономические отношения, создавая ситуацию понимания реальной экономической действительности. Процесс концептуализации профессиональных знаний обусловлен тем, что объективная действительность в диаде «язык → человек» трансформируется в триаду «язык → деятельность человека → внешний мир». Это свидетельствует об взаимном воздействии человека на язык в условиях коммуникации, коммуникационного поведения, которое определено установками и конвенциями, упорядоченной системы действий, выражающих взаимоотношения субъектов дискурса в контексте профессионального общения.

Экономика – это последовательность исторических событий и совокупность познавательных процессов в распределении и потреблении материальных благ и услуг, производства товаров, жизнедеятельность человека, «реальное» и «действительное», создающее «целостность и данность», о чем свидетельствуют исторические факты. Язык выступает средством осуществления мышления, позволяющее хранить и передавать мысли, сформулированные в процессе мышления [Нелюбин 2007: 24]. Дискурсивное пространство экономики состоит из профессионально-коммуникативных и «знаковых ситуаций, передающих значения и смыслы, содержащих указания на инвариантные понятия, явления, сущности и категории», формирующие существенные семиотические составляющие объективной действительности дискурса и ментальности [Назарова 2003: 47]. Экономический дискурс является конструктом реальности, сложившийся на основе практического опыта, он предстает как знаковая система, которой не чуждо время, пространство, интерпретация событий, процессов, результатов и стадий развития, передающихся посредством терминов, соотносенных с определенными терминсистемами. Расширение экономических терминсистем напрямую связано с научным познанием и развитием мировых, региональных или национальных экономических моделей, формой мыслительной деятельности специалистов сферы экономики, результатом которого является формирование новых терминов и введение в научный обиход новых понятий. В категориально-понятийный аппарат экономического дискурса заложено знание об экономике → обществе → мире.

Неотъемлемым компонентом репрезентации профессиональных знаний является текст, в котором функционирует термин. Текст очерчивает границы профессионально-дискурсивного пространства, отражая интенциональные, референциальные, когнитивные и языковые параметры термина. Для выявления лексико-грамматических характеристик продуктивным является анализ типов пассажей, которые обладают устойчивыми морфо-синтаксическими и лексическими характеристиками и языковыми признаками: нарративный (повествовательный) – прошедшее время и совершенный вид, дескриптивный (описательный) – стативные, неактивные предикаты, объяснительный, инструктивный и увещательный – императивы, убеждающий (аргументативный) – модальные предикаты [Кибрик 2003: 23]. О.В. Соколова отмечает: «жанры могут быть представлены как сегменты разных дискурсов, слияние которых приводит к контаминации, благодаря типологическому сходству коммуникативных признаков дискурсов и адаптации текстуальных признаков» [Соколова 2015: 211].

Язык экономики отличается конвергенцией различных экономических отраслей, характерное взаимное расположение пассажей репрезентирует формирование приверженности в объяснительном пассаже, ознакомление и информирование – в повествовательном пассаже, практической полезности – в инструктивном пассаже и необходимости – в аргументативном пассаже. Многомерность и сложность дискурса позволяет выявить жанровые конституенты по ряду признаков: хронотоп дискурса; событийная локализация; лингвокультурная вариативность; специфичность плана вербализации базовых концептов; семиотичность плана выражения.

Необходимо отметить, что текст является экзистенциальной сферой функционирования экономического дискурса посредством трех форм дискурсивных жанров: научный, официально-деловой, популярный. В.И. Карасик в ходе разделения дискурса по отличительным признакам и свойствам на категории классифицировал дискурс следующим образом: по конститутивным признакам, которые позволяют отличить текст от нетекста – это относительная оформленность, тематическое, стилистическое и структурное единство и относительная смысловая завершенность. Жанрово-стилистические признаки характеризуют тексты по функциональным параметрам в речи – это стилевая принадлежность, жанровый канон, клишированность, степень амплификации/компрессии. Семантико-прагматические свойства раскрывают содержание и смысл текста, определяя адресативность, образ автора, информативность, модальность, интерпретируемость, интертекстуальную ориентацию. Композиция, членимость и когезия характеризуют формально-структурные, организационные особенности текста [Карасик 2007: 59-62].

Экономический дискурс, прежде всего, актуализируется в научном тексте, связанном содержательно-тематическими отношениями и объединенными в функциональном плане. Т.к. «текст – это актуализация потенциального» [Хэллiday 2001: 86-101], «текст создается и является детищем дискурса» [Кубрякова 2001: 78]. Опираясь на положение системности экономического дискурса и экономической терминологии, текст является фундаментальной основой общей системы сложившихся экономических знаний. Текст как жанр «научной прозы» представляет научное знание, он обладает конститутивными и системообразующими признаками. Различия проявляются в отраслевом делении на сегменты с категориальными и концептуальными особенностями, выраженными в ключевых терминологических единицах. Термин, преодолев определенный этап развития в профессионально-дискурсивной среде, фиксируется в терминологических источниках, актуализируется

посредством дефиниции, которая является компрессивным минимальным текстом. В научном жанре при интерпретации экономической действительности от теоретической абстракции до научного обобщения соблюдаются все требования, предъявляемые к идеальным терминам, т.к. терминологическая специфика передает конвенциональные глубинные характеристики научного стиля. Следовательно, научный текст – это передача объективной информации теоретического и прикладного характера об экономической действительности в виде триады экономический дискурс → субъект → объективная экономическая действительность. Субъект экономического дискурса моделирует профессионально-дискурсивное пространство, сфокусированное и сосредоточенное на особенностях конфигурации знаний в рамках концептуальной системы определенной лингвокультурной общности, что создает особый ракурс репрезентации субъекта познания в языке. Субъект дискурса следует распространенным правилам профессионально-дискурсивной среды, внутри которой текст создается и воспринимается как «знаковый продукт» и «результат динамического процесса речевой деятельности» [Кубрякова, Александрова 1997: 15-25]. Структура научного текста отличается информативностью, связностью, целостностью и профессионально-компетентностью, реализующейся посредством многочисленных терминологических средств, ориентированных на интересы субъектов экономического дискурса в соответствующей вербально-семиотической сфере. Его компоненты формируют единое организованное целое, в рамках которого терминоединицы образуют и репрезентируют определенную систему отношений. Научный текст по изначальной форме – это коммуникативная модель вербального действия, паравербальный конструкт, в содержание которого входит коммуникативная цель, фрагмент действительности дискурсивной практики с четкой коммуникативной интенцией и стратегией.

Литература

- Бродель Ф.* Время мира. М.: Прогресс, 1998.
- Карасик В.И.* О категориях дискурса // Тверской лингвистический меридиан: сб. ст. Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2007. С. 57-68.
- Кибрик А.А.* Анализ дискурса в когнитивной перспективе: Дис. в виде научного доклада ... д-ра филол. наук. М., 2003.
- Кубрякова Е. С.* О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. М., 2001. Т. 1. С. 72-81.
- Кубрякова Е.С., Александрова О.В.* Виды пространства текста и дискурса // Категоризация мира. М.: Диалог; МГУ, 1997.
- Ломакина О.В.* Фразеология в языке Л.Н. Толстого: лингвистический комментарий и лексикографическое описание: Автореф. дис. д-ра филол. наук. СПб., 2016.
- Назарова Т.Б.* Филология и семиотика. М.: Высшая школа, 2003.
- Нелюбин Л.Л.* Лингвостилистика современного английского языка. М.: Флинта, Наука, 2007.
- Соколова О.В.* Дискурсы активного воздействия: теория и типология: дис. на ... д-ра филол. наук. М., 2015.
- Halliday M.A.K.* Cohesion in English. L.: Continuum, 1976.

PROFESSIONAL KNOWLEDGE CONCEPTUALIZATION IN THE SCIENTIFIC TEXT OF ECONOMIC DISCOURSE

The article analyzes the process of conceptualization of professional knowledge in a scientific text. The text in its original form is considered as a communicative model of verbal action, a paraverbal construct containing a communicative goal, a fragment of economic reality and discursive practice with a clear communicative intention and strategy.

Key words: discourse, term, construct, text, genre, subject.

И.А. Савватеева (Иркутск, Россия)

*Иркутский национальный исследовательский технический университет
savvrina@mail.ru*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЙ В ВЫЯВЛЕНИИ КОГНИТИВНЫХ МЕХАНИЗМОВ КАТЕГОРИЗАЦИИ ФЕНОМЕНА ОТНОШЕНИЯ

В статье рассматривается взаимосвязь когнитивных исследований категории *отношения* в психологии и в лингвистике, являющихся теоретическими предпосылками изучения языкового выражения данной категории в когнитивных науках, также обосновывается применение в исследовании понятия Наблюдатель как перцептивно-когнитивного субъекта и интерпретатора поведенческого компонента категории *отношения*.

Ключевые слова: категория, отношения, Наблюдателя, Наблюдательп, психология, когнитивная лингвистика.

В данном исследовании поставлена важная теоретическая проблема – проблема репрезентации в языке intersubjectности как ведущего нейроэпистемического принципа восприятия и познания. «Я сижу всегда на двух стульях; я строю свой образ (осознаю себя) одновременно и из себя, и с точки зрения другого» [Бахтин, С. 236]. В статье рассматривается данный теоретический аспект в преломлении к одной из самых сложных категорий языковой картины мира, объективируемый в языке.

Актуальность исследования обусловлена тем фактом, что когнитивная наука, в принципе, объединяет различные направления, связанные с изучением когнитивных механизмов работы человеческого мозга [Черниговская, С. 117].

Методологический аппарат лингвистических, психологических и культурологических наук, в своей совокупности и интеграции, обеспечивают комплексное исследование работы сознания человека в целом. Изучение категории *отношения* как одного из возможных способов выражения мышления человека дает возможность взглянуть с нового ракурса на проблему изучения функций сознания в частном аспекте.

Целью исследования является рассмотрение категории *отношения* как объекта изучения во взаимосвязи лингвистического и психологического аспектов в теориях когнитивной науки в целом.

Теоретическая значимость исследования определяется его вкладом в изучение активно разрабатываемых в настоящее время проблем языковой категоризации и

концептуализации мира человека и связана с разработкой и развитием лингвистической методологии применительно к исследованиям способов языковой реализации категорий с высокой степенью обобщенности.

Исследование категории *отношения* с позиции когнитивных лингвистических теорий представляется довольно перспективным направлением в понимании механизмов социального функционирования сознания, учитывая, что данная категория относится к онтологическим универсалиям, как базовая, универсальная категория со времен Аристотеля. «Общие, универсальные категории принципы человеческого мышления выступают своеобразными надпарадигмальными элементами, на основе которых упорядочиваются предметы и явления в объективном мире, способы восприятия и осмысления действительности» [Ребрина, Шамне С. 32]. Мы полагаем, что внутренние мотивы категории *отношения* имеют внешнее выражение в двух аспектах: семиотическом и аксиологическом, как когнитивной, семиотической и вербальной реакции на окружающий мир.

Интерпретация категории *отношения* как знакового феномена с позиции Наблюдателя

Необходимость изучения сложных для анализа и понимания категорий, к которым, несомненно, относится категория *отношения*, а также разработка новых методов и теоретических предположений, в совокупности теорий психологических и когнитивных лингвистических наук, обусловлена их активной интеграцией в развитие эффективной и современной научной мысли. В ракурсе изучения отношений как знакового явления, интерпретируемого адресатами уже во внешнем мире это особенно актуально. Изучение категории *отношения* как знаковой системы, которую можно наблюдать и интерпретировать является потенциально перспективным способом познания дуальности картины мира человека в социо- и лингвокультурных пространствах.

Понятие Наблюдатель [Верхотурова 2008] представляется весьма продуктивным когнитивным методом анализа в исследованиях языкового и речевого выражения категории *отношения*, поскольку потребность в интерпретации семиотики отношений Наблюдателем влечет за собой и потребность в их интерпретации с позиции аксиологии. Исходя из этого, мы предполагаем, что изучение категории *отношения* возможно различая два типа Наблюдателя: Наблюдатель_П (перцептор), как субъект восприятия и оценивания и Наблюдатель_А, (агенс) как субъект поведенческих отношений [Савватеева 2019].

Исследование категории *отношения* с позиции когнитивных наук как феномена, обладающего знаковостью и имеющего свою внутреннюю ненаблюдаемую форму (денотат/десигнат) открывает возможность взглянуть на психолингвистические процессы возникновения и развития отношений между людьми.

Отношения носят всегда динамический, жизненный характер в общении между людьми и познаются на практике. Отношения как связь между двумя субъектами взаимодействия всегда предполагают понимание не только своих собственных, внутренних причин и мотивов поведения, но и прогнозируемого понимания причин, целей и мотивов поведения других субъектов, находящихся в этих отношениях. Сложность изучения категории *отношения* состоит в том, что это, одновременно, и социальный и культурный и индивидуально-психологический феномен. Все эти составляющие затруднительно исследовать изолированно друг от друга, поскольку они неразрывно и динамично связаны друг с другом в практическом общении. Таким образом, с одной стороны, выражение категории *отношения* в каждом акте общения

имеет свои неповторимые черты, с другой стороны, исследование общих закономерностей, которые могут спрогнозировать понимание совокупности факторов, входящих в категорию *отношения*, а также и понимание их развития в динамике. Т.е., речь идет о связи знаковости и восприятия/ оценки человеком самого себя и других посредством развития этих отношений. Отношения в целом, в данном случае, имеются ввиду межличностные отношения, имеют сложную, многоуровневую структуру. Она включает в себя и когнитивный (психические компоненты: восприятие, интерпретация, понимание, прогнозирование, рефлексия и т.п.) и эмоциональный (эмоционально-оценочные состояния и реакции) и поведенческий аспекты (компоненты, способствующие выражению отношений).

Структура категории *отношения*. Поведенческий компонент.

В настоящее время существует большое количество подходов к исследованию отношений в целом, и поведения, в частности, в различных науках, что также обусловлено размытостью и многоплановостью данных феноменов. Такая многогранность дает основания исследователям определять их в ракурсах понимания поведения как действия, поступка, общения, взаимодействия, стереотипа, паттерна, стиля, роли и т.п. В исследовании категории *отношения* принимается во внимание структура отношений, выделенная В.Н. Мясичевым: аффективный, когнитивный и поведенческий компоненты [Мясичев 1998: 125].

Рассматривая поведенческий компонент как способ выражения когнитивных и эмоциональных составляющих категории *отношения*, можно предположить зависящую от него форму развития межличностных отношений в социуме. Поведенческий компонент категории отношения регулирует ее развитие в динамике. Так, мы полагаем, что выделяя в категории отношения во- первых, когнитивный, эмоциональный, поведенческий аспекты, и, во- вторых, рассматривая ее, при этом, сквозь призму знаковости и оценки, которые способны интерпретировать все участники отношений, включая и самого активного субъекта отношений, язык и речь помогают высветить скрытые явления и закономерности порождения речи что, собственно, и является базисным интересом когнитивных наук в целом.

Языковое и речевое выражение категории *отношения* отнюдь не пассивный, а цельный и комплексный психолингвистический процесс, целеориентированный на других субъектов отношений, и, одновременно, направленный на их восприятие и понимание высказываний. Процесс языкового и речевого семиотического декодирования обогащается и, в тоже время, осложняется социальными и лингвокультурными факторами, эмоционально-окрашенными компонентами, чувствами и невербальной семиотикой. Необходимость учета соотношения психо и лингвокультурных факторов при исследовании категории *отношения* очевидна.

Сложность изучения категории *отношения*, как знакового явления – это совокупность внутренних и внешних лингвистических проявлений деятельности человека в определенном языковом и неязыковом контекстах [Глухов, Ковшиков 2007].

Итак, в статье были предложены теоретические аргументы обоснования исследования категории *отношения* в рамках интегративного подхода наук гуманитарного, психологического и лингвистического подходов, в которых нам видится большой теоретический потенциал для представленного исследования. Помимо теоретической аргументации взаимосвязи и взаимозависимости методологии психологических и когнитивных лингвистических исследований в изучении категории *отношения*, в статье предлагается метод исследования данной категории с

позиции наблюдения. Это дифференциация двух типов наблюдателей в рамках изучения категории *отношения*: во-первых, перцептора, простого субъекта восприятия и интерпретации поведенческого компонента категории отношений, во-вторых, агенса, наблюдающего за реакцией коммуникативных партнеров на его семиотизированные действия, что дает возможность проследить внешнее выражение связи анализируемой категории с выделяемой психологическими науками типами рефлексией. Таким образом, применение понятия Наблюдатель может способствовать более углубленному изучению когнитивных и лингвистических механизмов, лежащих в основе отношений человека.

Литература

Бахтин М.М. Автор и герой: к философским основам гуманитарных наук / СПб.: Азбука, 2000.

Верхотурова Т.Л. Фактор наблюдателя в языке науки // монография. Иркутск: ИГЛУ, 2008.

Глухов В.П., Ковшиков В.А. Психолингвистика. Теория речевой деятельности. М.: Изд-во: АСТ, 2007.

Мясищев В.Н. Психология отношений / М.: Ин-т практической психологии, 1998.

Ребрина Л.Н., Петрова А.Н., Шамне Н.Л., Милованова М.В. Феномен памяти и категория пространства: гносеологический и коммуникативный статус // *XLinguae European Scientific Language Journal*. 2014. V. 7 № 3. P. 32-49.

Савватеева И.А. Вербализация семиотического и аксиологического потенциала концепта BEHAVIOUR в английском языке: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Иркутск, 2019.

Черниговская Т.В. Неотвратимое настоящее // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2005. Т. 2. №1. С. 116-118.

I.A. Savvateeva (Irkutsk, Russia)
Irkutsk National Research Technical University

INTERRELATION OF PSYCHOLOGICAL AND LINGUISTIC RESEARCH IN REVEALING COGNITIVE MECHANISMS OF CATEGORIZATION OF RELATIONS PHENOMENON

The article discusses the interdependence of cognitive studies of the category of relations in psychology and linguistics, which are theoretical prerequisites for studying the linguistic expression of the category of relations in cognitive sciences in semiotic and axiological aspects. The article substantiates the use of the concept of the Observer in the study as a perceptual-cognitive subject and an interpreter of the behavioral component of the category of relations.

Key words: category, relations, Observer_A, Observer_P, psychology, linguistics.

*Г.О. Самаркин (Красноярск, Россия)
Сибирский федеральный университет
georgiisamarkin@gmail.com*

СОЦИАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ СТЫДА В ЯПОНСКОМ ЯЗЫКЕ

В данной работе представлен обзор социально-прагматического аспекта концептуализации «*ハジ*» («стыда» /*хадзи*) в японском языке. Приводится описание данного аспекта как репрезентации мира в языке, реализуемой в контексте социально-ролевых отношений. Кроме того, намечаются основные характерные черты *ХАДЗИ* в преломлении японского языка, отражающих его специфику в пределах осуществления коммуникативного взаимодействия.

Ключевые слова: японский язык, стыд, хадзи, концептуализация, социально-прагматический аспект.

Осмысление окружающего мира в средствах языка есть формирование представления индивида о действительности, в которой он живет, выполняет определенный набор ролей, вступает во взаимоотношения с другими индивидами. Концептуализация опыта происходит на протяжении всей жизни человека, в процессе чего формируется некоторый набор «квантов знания» [Болдырев 2016: 18], которые актуализируются в процессе межличностной коммуникации.

Роль внешнего вектора в коммуникативном взаимодействии наблюдается в работах большого количества теоретиков коммуникации: представителей *бихевиоризма* и развивавших их идеи исследователей – Б.Ф. Скиннера, Л. Блумфилда и т.д. (коммуникация как реактивное поведение индивида под воздействием некоторого речевого стимула [Свердлова 2023: 11]), *символического интеракционизма* – Дж. Герберта Мида, Герберта Блумера и др. (коммуникация как форма порождения совместного смысла, взаимодействие, в котором люди функционируют как думающие существа, способные к осмыслению окружающей действительности и к подстраиванию собственных социальных потенциалов к имеющимся параметрам общества [Прус 2017: 15]), *мифологической коммуникации в концепциях Б. Малиновского, Р. Барта, К. Леви-Строса и К.Г. Юнга*, (миф как источник коллективной идентичности в примитивном обществе, кодифицирующий поведение в данном коллективе [Малиновский 1998: 281], миф как репрезентация архетипического, рекуррентного на протяжении всей человеческой истории [Юнг 1991: 283], миф как некоторый исторический факт, принятый коллективом безусловно в качестве основополагающего [Барт 1989: 111] и миф как структура, функционирующая в как высшая репрезентация языка, но, в то же время, независимая от формы представления, восходящая к коллективному бессознательному через предопределенность сочетаемости своих элементов [Леви-Строс 1985: 31]) и др.

Социально-прагматический аспект – активный параметр, отражающий социально-ролевые отношения участников коммуникативного события.

В фокусе настоящего исследования лежит социально-прагматический аспект концептуализации «*ハジ*» (/хадзи/ «стыда») (далее – *ХАДЗИ*), что означает рассмотрение социально-ролевых отношений в качестве переменных прагматического характера.

ХАДЗИ функционирует в пределах концептуальной дихотомии «内-外» (/ути-сото/ «свой круг-чужой круг») [Самаркин 2023: 211], в связи с чем в фокус помещается степень вежливости, которая в контексте японского социума определяет компоненты коммуникации, указывающие на статусно-ролевые отношения. Вежливость в рамках социального взаимодействия представляет собой видимую ипостась ХАДЗИ.

Среди японских лингвистов нет однозначного взгляда на структуру модели эксплицитной вежливости в японском языке [宮武 311: 2009], однако мы суммируем их в модель, включающую ярус: простой («普通体» /фуцу:тай/) и нейтрально-вежливый («丁寧体» /тэ:нэ:тай/), в котором, в свою очередь, имеются подярус – собственно нейтрально-вежливый («丁寧語» /тэ:нэ:го/), почтительный («敬語» /кэ:го/). Почтительный ярус делится на мелиоратив («尊敬語» /сонкэ:го/) и пейоратив («謙讓語» /кэндзе:го/). К тому же сама природа языковой реализации вежливости в японском языке представляет собой объективацию ХАДЗИ, поскольку наличие категории вежливости в языке свидетельствует о социально-ролевом неравенстве в отдельных социальных контекстах – тех, в которых имеет место иерархия отношений.

Лексико-фразеологические единицы отражают ХАДЗИ в контексте ряда единиц, эквивалентных значениями, но отличающимися нюансами употребления в соответствии с ярусом вежливости. Употребление лексико-фразеологических единиц прямо пропорционально степени эксплицитной вежливости, в связи с чем имеют тенденции следующие характерные черты:

1. Элиминация личных местоимений второго и третьего лица в пользу имен собственных нередко с именными суффиксами «~さん» (/сан/) или «~さま» (/сама/). В случае личного местоимения первого лица предпочтительно употребление почтительного эквивалента «わたくし» (/ватакуси/).

2. Имена существительные и глаголы также имеют почтительные эквиваленты, частота которых пропорциональна степени эксплицитной вежливости.

Намечается пропорциональная зависимость степени экспликации вежливости и формами ее лексико-фразеологической реализации. При этом ХАДЗИ прослеживается именно при подчеркивании социально-ролевой дистанции – чем почтительнее положение адресата или же объекта коммуникации, в отношении которого она реализуется, тем более объективирован ХАДЗИ.

Кроме того, стыд отражается в этикетных формулах «すみません», «ごめん, ごめんなさい» и «ありがとう». «すみません» (/сумимасэн/) в различных контекстах выражает извинение, привлечение внимание или благодарность. Следует обратить внимание, что данная формула представляет собой отрицательную форму лексемы «済む» (/суму/ «быть завершённым, прекращаться»). Независимо от ситуации применения, данная формула отражает чувство непрекращающегося ХАДЗИ, которое испытывает говорящий, что, в свою очередь, подчеркивает долговые отношения, в которых индивид оказывается и которыми обременяет других участников таких отношений. «ごめん, ごめんなさい» (/гомэн, гомэн-насай/) также употребляется в ситуации извинения, однако отличается большей степенью вежливости, усиливающейся при присоединении формы повелительного наклонения «~なさい» (/насай/) – производной от мелиоративного глагола «なさる» (/насару/ «делать»). Кроме того, данная формула включает в себя имя существительное «めん» (/мэн/ «избавление, освобождение, разрешение») и присоединяющийся к нему вежливый

префикс «ご〜» (/го-/). В данном русле намечается такая же репрезентация стыда, как и в предыдущей формуле, однако если в случае «すみません» подчеркнута константная незавершенность, то в данном – аффективная апелляция к собеседнику. «ありがとう, どうもありがとう, ありがとうございます, どうもありがとうございます» (/аригато:, аригато:-годзаимасу, аригато:-годзаимасу, до:мо аригато:-годзаимасу/ «спасибо») выражает благодарность, варьирующейся при добавлении составных элементов «どうも» (/до:мо/) и «〜ございます» (/годзаимасу/) для образования комплексной формулы или же эллипсиса, при котором сохраняется только «どうも». Данное варьирование коррелирует со степенью вежливости, поскольку чем сложнее единица, тем больше степень вежливости она выражает. Сама формула «ありがとう» является производной от имени прилагательного «有難い» (/аригатай/ «вызывающий чувство благодарности»), заключающей в себе идеализирующий компонент, при котором адресант как бы утверждает о сложности, невозможности совершенного, за что, собственно, испытывает благодарность.

ХАДЗИ на уровне грамматики репрезентируется в рамках единиц, применяемых в качестве вспомогательных глаголов (глаголов-связок именных предложений), имеющих свои абстрагированные значения, вежливых префиксов, синтаксических моделей императива. Примечательным в данном ключе является почтительный подъярус, поскольку именно на нем актуализируются данные единицы. Кроме того, сложность единиц прямо пропорциональна степени *вежливости* как манифестации *ХАДЗИ*. *ХАДЗИ* репрезентируется именно в выстраиваемой дистанции, в которой адресант отдаляет себя от собеседника или возвеличивает его посредством «самоунижения» с целью подчеркнуть его значимость.

Социально-прагматический аспект концептуализации *стыда* в японском языке опирается на социально-ролевые отношения, реализуемые в межличностной коммуникации. В данных рамках находит свою языковую объективацию *вежливость* как манифестация *ХАДЗИ*, а это, в свою очередь, знаменует ряд имплицитных характеристик: коммуникация в японском социуме ориентируется на роль коммуникантов в отношении друг к другу (противопоставление «свой круг–чужой круг»); индивиды на протяжении всей жизни связываются долговыми отношениями; *ХАДЗИ* регулирует иерархию отношений и ее языковую репрезентацию, в связи с чем имеет место усложнение единиц с целью эксплицитно подчеркнуть почтительное отношение. Таким образом, *ХАДЗИ* в японской картине мира конституируется в имплицитные конвенции ведения межличностной коммуникации – каркас, поддерживающий целостность японского социума и подчеркивающий его самобытность.

Литература

- Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: 1989.
- Болдырев Н.Н. Типология концептов и языковая интерпретация // Новая Россия: традиции и инновации в языке и науке о языке: сб. науч. тр. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016. С. 16-25.
- Леву-Строс К. Структура и форма. Размышления над одной работой Владимира Проппа // Зарубежные исследования по семиотике фольклора. М.: Наука, 1985. С. 9-34.
- Малиновский Б. Магия, наука и религия. М.: 1998.
- Самаркин Г.О. Концептуализация стыда в японском языке // Когнитивные исследования языка: Когниция, коммуникация, дискурс: современные аспекты исследования:

материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Ч. II / отв. ред. Л.А. Фурс. Вып. 3 (54). Тамбов: Издательский дом «Державинский». 2023. С. 209-214.

Свердлова Н.А. Сущность коммуникации как процесса взаимодействия // Концептуализация опыта в речевой коммуникации: коллективная монография. М.: Флинта. 2023. С. 7-16.

Юнг К.Г. Архетип и символ. М.: Renaissance. 1991.

宮武かおり. 日本語会話のスピーチスタイルを扱う研究の概観 [Обзор исследований стилей речи в коммуникации на японском языке]. Токио: Издательство Токийского университета иностранных языков. 2009. С. 305-322.

G.O. Samarkin (Krasnoyarsk, Russia)
Siberian Federal University

SOCIAL PRAGMATIC ASPECT OF CONCEPTUALIZATION OF SHAME IN THE JAPANESE LANGUAGE

The paper is represented as a review of the social pragmatic aspect of conceptualization of «恥」 (“shame” /haji) in terms of the Japanese language. The aspect is described as a representation of the world in language which is given in the context of social role relations. Moreover, the outline of main characteristics of *HAJI* is observed concerning units of the Japanese language which reflect its specific in the communicative interaction.

Key words: the Japanese language, shame, haji, conceptualization, social pragmatic aspect.

A.A. Семенова (Москва, Россия)

Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Технологии.

Дизайн. Искусство)

alisiciya@mail.ru

КОНЦЕПТУМ КАК МЕНТАЛЬНАЯ ЕДИНИЦА: ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В СВЕТЕ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТИ

В ходе междисциплинарного исследования концептумы сравниваются с «квантами» объективной реальности, которые преломляются в концептуальной картине мира языковой личности (далее – ЯЛ). К данному сравнению приводит лингвокогнитивный анализ феномена внутреннего диалога ЯЛ с опорой на исследование психосемантики человеческого сознания.

Ключевые слова: концептология, концептум, психосемантика, объективная реальность, внутренний диалог, теория вероятности.

На современном этапе развития когнитивной лингвистики концептология стала формироваться как отдельное научное направление, во многом благодаря В.В. Колесову, который обогатил методологию исследования ментальной сферы человеческого сознания особым способом изучения природы концептуальных единиц. В.В. Колесов в термин «концепт сознания» включает семантическую константу, в которую входят: понятие идеи, образ мысли, символ слова и их основание – «зерно» перво смысла («концептум» или первоисточник концепта) [Колесов 2022: 101]. Концептум является единицей бессознательного, неосознаваемой абсолютной сущностью, осмысление и исследование которой только

начинается в современной когнитивной науке, константным «квантом» смысла [Колесов 2019].

Посредством объединения аналитических ступеней когнитивной лингвистики можно определить степень вероятной семантической идеализации языковой формы и прагматический аспект такого в высшей степени абстрагирования, основания ментального конструирования образа в сознании ЯЛ. В данном исследовании предлагается следующий порядок выявления концептуальных составляющих индивидуальной языковой картины мира (далее – ЯКМ): из импликационала текстового семантического поля лексико-семантического варианта, воплощающего конкретный когнитивно-эмоциональный концепт, выделить символ, образ, понятие, основание возникновения концепта; концепты объединить в группы по признаку основания возникновения – концептуму. Основание как константная сущность, глубинный признак, в ментальном представлении (концептум) определяет причинность возникновения того или иного концепта – совместную связь образа-условия, понятия-причины и символа-цели [Колесов 2022: 104]. Такой анализ способен привести к выявлению и описанию единиц высшего уровня абстракции, заключенной в семантике слова.

Особенно продуктивен концептуальный анализ при исследовании концептуальной картины мира ЯЛ как основы ее индивидуальной картины мира. При выборе языкового материала исследования необходимо руководствоваться его контекстуальной частью. Целесообразно отдавать выбор той части текста, в которой содержится наиболее детальное описание эмоциональных и ментальных процессов ЯЛ. Таковым является изображение личностной рефлексии, внутреннего диалога личности – ментального процесса, обеспечивающего раскрытие системы и динамики внутри ЯКМ человека. Под внутренним диалогом в тексте понимается диалогизация идеологических и аксиологических установок ЯЛ во внешней монологической форме выражения. С точки зрения психосемантики во внутреннем диалоге происходит взаимодействие «Я» позиций, существующих внутри человеческого сознания [Шаповал 2021].

Человеческое восприятие имеет дуалистическую природу, что проявляется во взаимодействии ментального и эмоционального уровней и, соответственно, оказывает влияние на организацию речи. Бинарная структура человеческой мысли организует внутреннюю коммуникацию личности, которая на языковом уровне (в тексте) представлена ее внутренним диалогом. Для полноценного раскрытия наивысшей абстрагированной основательной ментальной сущности (концептума), входящей в семантику единиц речи, необходимо обратиться к научным исследованиям психосемантики.

Психосемантическая парадигма исследования коммуникативного контекста может рассматриваться как охватывающая методы герменевтического, феноменологического и содержательного анализа текста, т.к. она ориентирована на экспликацию аутентичного коммуникативной реальности, в которой происходит потенциально осознаваемое смыслообразование [Кабрин 2022]. На работу человеческого сознания оказывают влияние не только внешние и внутренние личностные реакции на окружающие нас явления действительности, очень важным фактором функционирования сознания является способность контролировать эти реакции. С позиций психосемантики «картина мира, конструируемая познающим субъектом, имеет многослойную организацию и содержит как сознательные, так и бессознательные пласты психического» [Петренко 2017: 33].

В.Ф. Петренко и А.П. Супрун проводят параллели принципов работы сознательного и бессознательного человека и принципов квантовой реальности, находя в этих абсолютно разных природных, «космических» аспектах некоторую общность в движущих в этих явлениях законах [Петренко 2017]. В картине мира работают законы детерминизма трехмерного пространства и времени, при этом мысль, установка, готовность к действиям – это состояния, реализуемые и осознаваемые в соответствующих психических процессах [Там же: 33]. А квантовая реальность, управляющая целостными состояниями, существует в «бесконечномерном пространстве и мнимом времени» [Там же: 33]. Переход из пространства бессознательного («целостного состояния коллективного бессознательного») в осознаваемую трехмерную реальность пространства-времени требует определенной психологической трансформации [Там же: 33]. Такая трансформация в психосемантике называется процессом категоризации, который В.Ф. Петренко и А.П. Супруном ставится в параллель с частным случаем редукции волновой функции в квантовой физике [Там же]. Такой процесс в квантовой реальности представляет собой разрушение суперпозиции системы, мгновенное изменение квантового состояния объекта, принятие определенного значения, регулируемое законом вероятности. До разрушения суперпозиции – взаимодействия с внешним миром, а именно с наблюдением человеком-субъектом, объект находится в суперпозиции собственных состояний, фактически присутствуя во многих местах одновременно, и принимает определенное значение только в момент разрушения суперпозиции. Таким образом, учеными проводится связь организации внутреннего психического устройства человека, которым движет закон вероятности при вхождении в состояние субъекта, с процессом разрушения суперпозиции в квантовой реальности. Авторы данной теории ставят вопрос о вероятности «редукции представления реальности в процессе наблюдения из досознательной формы в объектную, пространственно-временную форму», отождествляемую с сознанием, т.к. человеческое сознание – это «язык, на котором нам представляется содержание реальности» [Там же: 46].

В.В. Колесов характеризует концептум, «зерно» первосмысла, как «глубинный» и константный признак концепта, в который он входит, а именно, как имеющий тенденцию к наиболее продолжительному сохранению в концептуальном пространстве, практически не зависящему от времени [Колесов 2022]. «Пространство» существования таких мельчайших «зерен» первосмысла можно сравнить с квантом, существующем в «бесконечномерном пространстве и мнимом времени» как некая «суперпозиция» системы ментального означивания в человеческом сознании. Входя в какой-либо концепт, концептум распадается на некоторое количество возможных вариантов, определение которых будет зависеть от условий возникновения дальнейшей цепочки его преломлений, его субъективизации (из концепта в сему, из семы в лексико-семантический вариант). В этом случае можно предположить, что концептум всегда будет иметь вектор стремления к объективному, к общему бессознательному, свойственному каждому возможному преломлению.

Опираясь на нейропсихологические исследования, в которых доказано, что формирование отражения объективной реальности с точки зрения онтогенеза происходит в более поздних отделах коры больших полушарий мозга, В.Ф. Петренко и А.П. Супрун предполагают, что реальность («квантовый ментальный мир») бессознательного является более объективным, более точным, наиболее близким к истине, чем «визуализированное объектное пространственно-временное

моделирование в сознании», поэтому содержит в себе бесконечное число возможных структур – гештальтов [Петренко 2017: 49]. Это, по мнению ученых, обуславливает творческий характер бессознательного, «где виртуально содержатся и интерферируют потенциально возможные творческие формы», с чем связаны «феномены созерцания и медитации» [Там же: 49-50]. Ученые также отмечают, что такие креативные акты связаны с «вневременным мгновенным переструктурированием» восприятия мира, сопровождающимся эффектом потери своего «Я», потери пространственно-временных позиционных преломлений [Там же: 136].

В качестве примера способа восприятия объективной реальности как объектной В.Ф. Петренко приводит «дискурсивное мышление», суть которого заключается в создании бинарных ментальных оппозиций, которые, диалогизируя, постепенно приходят к противопоставлению собственного «Эго» объективной реальности – бессознательному, а именно отбрасыванию пространственно-временных преломлений [Там же: 136]. Обнаружить такую диалогическую доминанту запечатленной в форме на языковом уровне возможно только исследуя тексты, представляющие и описывающие от первого лица феномен внутренней коммуникации, внутреннего диалога, следствием которого будет являться определенный консенсус, а именно – исповедальные тексты автобиографического характера. Сравнительно-исторический метод исследования таких текстов в совокупности с лингвокогнитивными методами и предложенным методом концептуального анализа способны привести к наиболее объективному результату исследования психосемантических и надпрагматических явлений, отображающихся в языковой форме.

Литература

Кабрин В.И. Коммуникативная психосемантика когнитивно-ноэтического развития личности // СПЖ. 2022. № 85. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-psihosemantika-kognitivno-noeticheskogo-razvitiya-lichnosti> (дата обращения: 26.08.2023).

Колесов В.В. Концептуальное поле русского сознания // Вопросы психолингвистики. 2022. № 4 (54). С. 100-115. DOI: 10.30982/2077-5911-2022-54-4-100-115.

Колесов В.В. Основы концептологии. СПб.: Златоуст. 2019.

Петренко В.Ф., Супрун А.П. Методологические пересечения психосемантики сознания и квантовой физики. 2-е изд., доп. М.; СПб.: Нестор-История, 2017.

Шаповал И.А. Сущность и характеристики детерминант дискурса аутокоммуникации как внутреннего диалога // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2021. № 1 (44). С. 73-81. DOI 10.18323/2221-5662-2021-1-73-81.

A.A. Semenova (Moscow, Russia)
Kosygin Russian State University (Technology. Design. Art)

CONCEPTUM AS A MENTAL UNIT: PSYCHOSEMANTIC ASPECT IN THE CONTEXT OF THE PROBABILITY THEORY

Conceptums are compared with "quanta" of objective reality, which are refracted in the linguistic personality's conceptual world picture in the course of interdisciplinary research. The linguocognitive analysis of the linguistic personality's internal dialogue phenomenon, based on the study of the human consciousness psychosemantics, leads to this comparison.

Key words: conceptology, conceptum, psychosemantics, objective reality, internal dialogue, the probability theory.

Н.А. Сергиенко (Сургут, Россия)

Сургутский государственный университет

sergienko_na@surgu.ru

В.М. Глушак (Москва, Россия)

Московский государственный институт международных отношений

(университет),

glushakvm@mail.ru

МЕСТО АНТРОПОСФЕРЫ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Статья посвящена исследованию особенностей лингвоментальной антропосферы, а также ее роли в структурировании языкового сознания. Отмечаются два подхода к изучению лингвоментальной антропосферы – лингвокогнитивный и лингвокультурологический. Рассматривается соотношение понятий «лингвоментальная антропосфера» и «языковая картина мира».

Ключевые слова: лингвокогнитивный, лингвоментальная антропосфера, языковая картина мира, лингвокультура, доминантные категории.

В центре внимания современной научной лингвистической парадигмы находится человек – представитель той или иной культуры. Четкое размежевание направлений современной лингвистики, которые исследуют лингвокультурные явления, и принадлежат к сопредельным научным дисциплинам, на сегодня является сложным, а скорее всего, и невозможным. В настоящее время наблюдается потребность в делимитации понятийного содержания каждой исследовательской дисциплины, упорядочении ее внутренних структур и терминологии, иначе исследователь вынужден каждый раз дифференцировать метаязык, которым он оперирует. В рамках такого подхода формируется и развивается интеграция когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, которая дает возможность глубоко проникнуть в лингвокогнитивные процессы взаимодействия человека и окружающего мира. Следуя этой парадигме, в центре нашего исследования находится лингвоментальная антропосфера, связанная «с этническим сознанием, материальной и духовной культурой народа, когнитивными структурами мышления и познания окружающей среды» [Потапчук 2008: 1], и ее роль в структурировании языковой картины мира. Следуя предложенному подходу термин «лингвоментальная антропосфера» был определен как совокупность множества субсфер – социальной, эмоционально-чувственной, ценностной, интеллектуальной и т.д., в которых посредством лингвокогнитивных процессов отражаются и вербализуются конвенциональные и этнонациональные представления человека об окружающем мире [Сергиенко 2022: 94]. Поскольку антропосфера как лингвоментальная сущность рассматривается в двух лингвистических проекциях – когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, следует соотнести понятия «лингвоментальная антропосфера» и «картина мира» как одних из основных понятий современной лингвистики. В этой связи Н.Н. Болдырев отмечает: «Вербальная коммуникация и связанные с ней проблемы развития лексико-грамматической системы языка и языковой картины мира, роль личности человека в языковой деятельности всегда оставались в зоне повышенного интереса лингвистов в силу высокой востребованности языка как основного средства получения, обработки, интерпретации, хранения и передачи информации в разных концептуально-языковых форматах» [Болдырев 2022: 47].

Наука обязана появлением термина «картина мира» философским работам Л. Витгенштейна, а также лингвосомиотическим исследованиям основателя неогумбольдтианства Л. Вайсгербера. Именно Л. Вайсгербер задался вопросом о том, каким образом картина мира связана с языком и какими являются условия ее формирования и построения, утверждая, что эти вопросы «оказываются при более близком рассмотрении частью более общего вопроса об исторической взаимосвязи языка и народа» [Вайсгербер 2004: 120].

На данный момент существуют разные подходы к определению понятия «картина мира»: как «целостной совокупности образов действительности в коллективном сознании» [Карасик 2002: 74], как «определенного видения и конструирования мира соответственно с логикой миропонимания» [Маслова 2011: 61], как «некого целостного представления о бытие, характерного всем членам определенного этноса, которое находит выражение через философию, литературу, мифологию, идеологию и т. п.» [Лурье 2005: 583]. С точки зрения этих определений, лингвоментальная антропосфера представляет собой фрагмент целостной языковой картины мира, в котором посредством лингвокогнитивных процессов интегрируются представления человека об объективной реальности. В этой связи на необходимость конструирования языковой картины мира обращает внимание Ю.Д. Апрессян, отмечая, что исследование языковой картины мира направлено на конструирование фрагментов определенного общего взгляда на мир, который характеризует данный язык. И «это особое мировидение может отличаться как от научной картины мира, так и, возможно, от способов видеть мир, присущих другим языкам. При реконструкции таких фрагментов (наивной этики, наивной анатомии, наивной психологии, наивной телеологии, наивной физики пространства и времени, наивной риторики и т. п.) используются только языковые данные» [НОССРЯ 2003: 9].

Следует отметить, что несмотря на разные подходы и толкования, лингвоментальная антропосфера встраивается в структуру языковой картины мира, обнаруживая дуальность человеческого сознания, о чем пишет Б.А. Серебренников и его соавторы, подчеркивая, что «использование понятия картины мира в антропологической лингвистике позволяет различить два вида влияния человека на язык – феномен первичной антропологизации языка (влияние психофизиологических и иных особенностей человека на конститутивные свойства языка) и феномен вторичной антропологизации (влияние на язык разных картин мира человека – религиозно-мифологической, философской, научной, художественной и т.д.)» [Серебренников, Кубрякова, Постовалова 1988: 11]. Человек понимает мир и самого себя через язык, при этом язык служит способом закрепления опыта народа. Возникает билатеральная связь между окружающим миром, который отображается человеческим сознанием, и языком, который формирует в лингвоментальной антропосфере структуры мышления и поведения.

Исследование лингвоментальной антропосферы играет важную роль в понимании конструирования языковых картин мира, поскольку посредством разработанного методологического инструментария возможно проанализировать природу взаимосвязи между языком и лингвокультурой, что соотносится с идеями Э. Бенвениста. Так, ученый отмечает, что именно через язык человек включается в культурную среду – «усваивает культуру», следовательно, исследования связи языка, как с мышлением, так и с особенностями поведения человека и его корреляций с основами культуры, дают возможность четче увидеть глубинные процессы функционирования сознания в процессах мышления [Бенвенист 1974: 32].

Подчеркивая лингвокультурную специфику термина, В.А. Маслова утверждает, что «языковая картина мира» – не больше, чем метафора, поскольку специфические особенности национального характера, которые фиксируют уникальный общественно-исторический опыт определенного национального сообщества людей, создают для носителей языка не некоторую особую, неповторимую картину мира, отличную от объективно существующей, а лишь специфический «окрас» этого мира, обусловленный значимостью предметов, явлений, процессов, избирательным отношением к ним, что порождается спецификой деятельности, образом жизни и национальной культуры данного народа» [Маслова 2011: 66]. Исследователь предлагает использовать вместо понятия «картина» мира – «окрас» мира, однако и такой подход не противоречит пониманию места лингвоментальной антропосферы и сущности этого явления в структуре языковой картины мира.

В нашем исследовании изучение лингвоментальной антропосферы осуществляется в двух направлениях. С одной стороны, на основании системного семантического анализа лексики, паремиологии, фразеологии определенного языка реконструировалась целостная система концептов. С другой стороны, исследовались универсальные и лингвоспецифические для определенной лингвокультуры доминантные категории, которые посредством доминантных признаков выступают в качестве ключевых для той или иной культуры, что на сегодняшний день является актуальной лингвокультурологической проблемой.

Как отмечает Н.Н. Болдырев, «наличие доминант в языковом сознании предполагает структурированность предшествующего опыта (системы знаний), и самих познавательных процессов, что с неизбежностью предполагает и схематизацию новых знаний, подстраивание их под существующие структуры, т. е. доминантный принцип их организации и языкового представления. Это важный аргумент, подчеркивающий фундаментальную и прикладную значимость исследования доминантного принципа организации языкового сознания» [Болдырев 2021: 170].

Таким образом, вышеуказанные исследовательские подходы к изучению лингвоментальной антропосферы позволяют объединить их в рамках одной современной антропоориентированной парадигмы, интегрирующей научно-исследовательский инвентарь процедур, приемов и методов сопоставительного лингвокогнитивного анализа, конечной целью которого является создание целостной языковой картины мира, состоящей из отдельных фрагментов.

Литература

- Бенвенист Э.* Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974.
- Болдырев Н.Н.* Оценочная концептуализация как фактор развития языковой картины мира // Александровский сборник: сб. науч. ст. к юбилею д-ра филол. н., проф. Ольги Викторовны Александровой / ред. А.А. Лингарт, Е.О. Менджеричкая [и др.]. М.: Наука, 2022. С. 46-58.
- Болдырев Н.Н.* Фундаментальное и прикладное значение доминантного принципа организации языкового сознания для науки и образования // Национальные проекты и профессорское сообщество: сб. тезисов по итогам Профессорского форума 2020: в 2 Т. М.: Российское профессорское собрание. 2021. Т. 2. С. 168-171.
- Вайсгербер Й.Л.* Родной язык и формирование духа; пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О.А. Радченко. М.: Едиториал УРСС, 2004.
- Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
- Лурье С.В.* Психологическая антропология: история, современное состояние, перспективы: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Акад. Проект; Альма Матер, 2005.

Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2011.

НОССРЯ: Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / под общ. рук. Ю.Д. Апресяна. М.: Яз. славян. культуры, 2003.

Потанчук С.С. Семантико-когнитивная структура концепта «чистый» в английском и украинском языках: автореф. дисс... канд. филол. наук. Киев, 2008.

Сергиенко Н.А. Linguo-mental anthroposphere in focus of comparative linguocultural analysis // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2022. № 1. Т. 8. С. 93-104.

Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.К. Постовалова [и др.]. М.: Наука, 1988.

N.A. Sergienko (Surgut, Russia)

Surgut State University

V.M. Glushak (Moscow, Russia)

Moscow State Institute of International Relations (University)

THE ANTHROPOSPHERE IN THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD

The article highlights the features of the linguo-mental anthroposphere, as well as its role in the structuring of linguistic consciousness. The linguo-cognitive and linguo-cultural approaches to the study of the linguo-mental anthroposphere are noted. The relationship between the concepts of "linguo-mental anthroposphere" and "linguistic picture of the world" is considered.

Key words: linguo-cognitive, linguo-mental anthroposphere, linguistic picture of the world, linguo-culture, dominant categories.

П.И. Сергиенко (Москва, Россия)

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

poserg@bk.ru

НЕОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ PR КАК ПРИНЦИП КАТЕГОРИЗАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

Настоящее исследование продолжает серию работ, посвященных изучению особенностей создания и функционирования терминологии связей с общественностью (PR) в когнитивном ключе. Создание новых единиц в профессиональном языке специалистов данной области помогает процессу становления единиц терминологического поля PR как межпредметной области, а также раскрывают возможности категоризации действительности.

Ключевые слова: неологизмы, терминология, связи с общественностью, категоризация.

Обращение к межпредметной области PR, или связям с общественностью, понимаемым как целенаправленные усилия компании или организации по поддержанию положительного образа и взаимопонимания между деятельностью компании и ее аудиторией, связано с широкими возможностями массовой коммуникации по формированию мировоззрения и категоризацией действительности. Согласно определению западных исследователей, PR представляет собой наиболее мощный механизм формирования общественного мнения, управления политическими процессами, создания интереса и вовлеченности [Black 1989; Wolstenholme 2013].

Лексика, будучи наиболее гибкой и динамичной частью профессионального языка, быстро и ярко отражает появление новых явлений, событий и настроений в обществе, что на ментальном уровне задействует психические ресурсы нашего сознания [Кубрякова 2004], способствуя созданию концептуальных структур и категоризации действительности. Как отмечают исследователи, концептуальные структуры реализуются в языке в определенном контексте, формулирующем специальное значение. Следует также говорить о том, что значения профессиональных единиц представляют собой когнитивные структуры, включенные в модели знания и мнения [Langacker 1991; Jackendoff 1995].

Профессиональные знания специалистов PR, появление новых технологий, а также социальные и политические процессы неотъемлемо сопряжены с поиском лексической реализации с целью обозначения понятий, предметов, элементов, которые раньше не были доступны человеку. Утверждается, что полученные знания о мире объединяются в систему, состоящую из концептов разного уровня сложности и абстракции [Болдырев 2000]. Другими словами, новые языковые единицы профессионального языка, с одной стороны, отражают сложные концептуальные понятия, а, с другой, – способствуют достижению нового знания.

Говоря о неологизмах как о «вновь образованных лексических единицах или существующих лексических единицах, приобретающих новый смысл» [Newmark 1988: 140], следует проводить анализ терминологии PR с точки зрения переосмысления значений существующих единиц или появления новых. В терминах когнитивной лингвистики, мы ведем речь о реализации языковых потенциалов английского языка, поскольку возможность объективировать ментальную деятельность путем вербализации ее результатов обуславливает исключительную ценность языковых данных для изучения ментальных процессов [Вишнякова 2018].

Первую группу неологических единиц в рамках профессионального языка PR составляют переосмысленные единицы, заимствования из других сфер деятельности, а также старые лексические единицы, наполненные новыми смыслами. Ко второй группе неологизмов можно отнести такие новые лексические единицы, как контаминированные слова, аббревиатуры, словосочетания, эпонимы, фразовые слова и акронимы [Newmark 1988: 140]. В профессиональном языке PR также присутствуют фонологические неологизмы для названий брендов (*Kleenex*, *Frisby* и т.д.), а также многочисленные эпонимы (*Bluetooth*, *Tesla*, *Adidas*, *Mercedes* и др.).

Особого внимания заслуживает широкая группа терминов, создание которых было связано с ментальными процессами переосмысления и адаптации общепотребимых лексических единиц к потребностям специалистов по связям с общественностью. В дискурсе PR особое внимание уделяется концепту информации и, соответственно, лексическим единицам, занятым в его языковой экспликации. Такие термины как: *gatekeeper*, *news gatherer*, *news jacking*, *whistle blower*, *anchorman*, *communicator*, *grassroots* и *astroturfing* – непосредственно связаны с профессиональной деятельностью специалистов области связей с общественностью, т.к. обозначают процесс передачи сообщения, отбора информации, ее фильтрацию и распространение.

Так, заимствованный из политического дискурса термин *grassroots* также означает социальные движения, инициированные снизу и представляющие неподдельный общественный интерес, но уже используемое для продвижения определенных социальных и коммерческих идей. Термин *astroturfing* относится к имитации такого движения, что приближает его к понятию лобби [Lits, 2020].

Термином *gatekeeping communication* в PR обозначают такие функции как наблюдение и исследование существующей информации, применение определенных критериев отбора и составления информационных сообщений. Под термином *newsjacking* подразумевают способ извлечения выгоды из популярного новостного сюжета с целью повышения узнаваемости бренда или увеличения продаж. Термином *whistle blower* (*информатор, осведомитель*) в профессиональной области связей с общественностью, как и в политике, называют определенного сотрудника, чья деятельность связана с раскрытием незаконной или мошеннической деятельности в рамках общественной или частной организации. К числу официальных носителей корректной информации помимо телевизионных и радиоведущих (*anchormen*), в современном мире следует также отнести блоггеров (*bloggers*), инфлюенсеров (*influencers*) и других знаменитостей (*celebrities*), способных своим мнением влиять на формирование образа компании или политического деятеля. Переосмысленным термином также является лексическая единица *persona*, которая используется в профессиональном языке PR для обозначения идеальной модели потребителя, согласно которой изучаются возраст, телосложение, место жительства, интересы и другие характеристики, и поведение определенных категорий аудитории.

Переосмысленными концептуальными сущностями также являются термины, обозначающие инструменты продвижения положительного образа компании и профессиональных технических приемов специалистов PR: *bridging, growth hacking, storytelling, clippings, flywheel, localization* и другие. Под термином *bridging* подразумевается переосмысленное понятие, связанное с особой техникой ухода от прямо поставленного вопроса во время интервью. Данный прием позволяет путем краткого ответа уйти от нежелательных вопросов и неблагоприятного разговора, вернувшись к заранее спланированным ключевым сообщениям. Особыми способами представления информации являются технологии рассказывания историй (*storytelling*), использующая эмоционально-экспрессивную составляющую, а также выборочного упоминания компании в газетах, интернет-публикациях, блогах, на телевидении и радио (*clippings*). Переосмысленный термин «вырезок из газет» используется в языке PR специалистов, использующих цифровые инструменты и программное обеспечение для осуществления профессиональных задач.

Термины *flywheel*, а также *growth hacking* описывают модели роста и достижение максимальной прибыли небольшими затратами (*growth hacking*). Модель экономического роста *Flywheel*, разработанная американской компанией-маркетологом программных продуктов *HubSpot*, описывает метод входящего маркетинга как три отдельные фазы: привлечение, восхищение, вовлечение. Наглядно представленная как схема, состоящая из маховика и воронки, *flywheel* представляет полярные стороны указанных частей. Модель маховика фокусируется на росте компании с помощью ее собственных клиентов в качестве ускорителей, а воронка, с другой стороны, рассматривает клиентов как результат или конечную цель. Данная модель роста показывает, какой импульс может получить организация, направляя свою деятельность на получение нового опыта. Подобные инструменты помогают управлять взаимоотношениями с клиентами, составлять и публиковать информационные сообщения, оптимизирует поиск данных, поддерживает общение с клиентами в социальных сетях и на форумах. Лексическое значение благодаря визуальной поддержке (изображение в виде колеса удачи) получает полимодальное выражение, облегчая интерпретацию и понимание заложенного смысла.

В целом, следует отметить, что на концептуальном уровне новые единицы профессионального языка PR репрезентируют собой элементы информационной структуры, отражающей профессиональный опыт и знания специалиста по связям с общественностью. Получая определенную реализацию в рамках заданного контекста, значение концептуальной структуры подстраивается под языковое окружение и профессиональную сферу использования. Данное положение оказывается важным для рассмотрения неологических процессов в терминологии PR, включающих новые и переосмысленные лексические единицы, заимствования и другие динамические процессы, отражающие характерные черты развития английского языка в целом и способы категоризации действительности.

Ввиду своего недолгого периода развития профессиональная область связей с общественностью представляет особый интерес для специалистов различных направлений гуманитарного знания. Лингвокогнитивный взгляд на терминологию PR выявляет закономерности между ментальными представлениями и способами реализации мысли в профессиональной среде, поскольку путем рассмотрения формирования и функционирования терминосистем ученым удастся раскрыть новые смыслы, способствующие познанию языковых и ментальных процессов, влияющих на формирование идей и воздействие на аудиторию.

Литература

Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2000.

Вишнякова О.Д. Язык как инструмент смысловой интерпретации (на материале современного английского языка) // Вестн. Моск. ун-та. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. №1. С. 17-27.

Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира М.: ЯСК, 2004.

Black S. An Introduction to Public Relation. Modino Press, 1989.

Jackendoff R. Semantics and Cognition. Cambridge, Mass. The MIT Press, 1995.

Langacker R. Concept, Image and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. Berlin – N.Y.: Mouton de Gruyter, 1991.

Lits, B. Detecting Astroturf Lobbying Movements. Communication and the Public 5 (2). 2020. DOI: 10.1177/2057047320969435

Newmark P. A Textbook of Translation. 1988. London / NY: Prentice Hall Print, 1988.

Wolstenholme, S. (ed.). Introduction to Public Relation. Pearson Education Limited, 2013.

P.I. Sergienko (Moscow, Russia)
Lomonosov Moscow State University

NEOLOGICAL TERMINOLOGY OF PR AS A REALITY CATEGORIZATION PRINCIPLE

The present work continues a series of works devoted to the study of the peculiarities of creation and functioning of the terminology of public relations (PR) in the cognitive perspective. The creation of new units in the professional language of specialists in this field helps the process of formation of professionally-oriented PR units, as well as reveals the possibilities of categorization of reality.

Key words: neologisms, terminology, public relations, categorization.

Т.В. Сивова (Гродно, Республика Беларусь)
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
sitavi@iut.by

ЦВЕТ ГВОЗДИКИ В КОНЦЕПТОСФЕРЕ ЦВЕТА РУССКОГО ЯЗЫКА

На примере колористических дескрипций гвоздики описан сегмент цветовой концептосферы русского языка: выявлен состав цветообозначений, значимых в визуализации растения; установлена доминанта цвета (*красный*), эксплицирующая стереотип цветового восприятия гвоздики, спектр уникальных цветовых определений; описан функциональный потенциал дескрипций растения; охарактеризована продуктивность образования терминов цвета на основе колористической дескрипции гвоздики.

Ключевые слова: лингвистика цвета, термин цвета, фитоним, концепт, языковая картина мира.

Культурологический потенциал флористического пространства языка [Летова 2012; Полилова 2022], значимость колористической визуализации растений обуславливают научный интерес к проблематике колористической репрезентации растений [Кульпина 2001; Колосова 2002]. Целью данного исследования, носящего полидискурсивный характер (материалом служат словарные статьи, данные НАЭ, НКРЯ, рекламные тексты), является описание на примере колористических дескрипций гвоздики сегмента цветовой концептосферы флористического пространства языка.

Лексикографический дискурс (*красный, белый, розовый, розово-красный; яркий; различной окраски*) фиксирует многоцветность растения, яркость его окраски: *гвоздика* ‘дикорастущее и садовое травянистое растение с цветками различной окраски’. Красная, белая, розовая г. [БТС 2000: 196]; ‘дикорастущее и декоративное травянистое растение (реже полукустарничек) сем. гвоздичных с яркими цветками и (у некоторых видов) с пряным запахом’ Полевая г. (с мелкими розово-красными цветками) (РСС); ‘травянистое дикорастущее и садовое растение с яркими цветками и (у некоторых разновидностей) с пряным запахом’ (ШВЕД) [SLOVARI.RU].

Ассоциативное пространство (*красный*). В результате проведенного нами в 2021 г. НАЭ, в ходе которого респондентам (332 студента ГрГУ; 166 жен., 166 муж.; 17–23) было предложено привести «цветовую» реакцию на стимул-фитоним гвоздика, установлен спектр значимых в восприятии растения цветообозначений. Статистика: всего цветовых реакций на стимул: 263, различных реакций: 26, одиночных: 12, отказов: 69. Результаты: красный 156: 102 (ж), 54 (м); синий 24: 11 (ж), 13 (м); белый 19: 9 (ж), 10 (м); фиолетовый 9: 5 (ж), 4 (м); алый 6: 4 (ж), 2 (м); голубой 6: 1 (ж), 5 (м); черный 5: 2 (ж), 3 (м); зеленый 5: 1 (ж), 4 (м); красный, белый 4: 3 (ж), 1 (м); розовый 4: 2 (ж), 2 (м); серый 4: 1 (ж), 3 (м); желтый 3: 3 (м); коричневый 3: 2 (ж), 1 (м); бордовый 3: 1 (ж), 2 (м); алый, красный 1: 1 (м); белый, красный 1: 1 (ж); гвоздичный 1: 1 (м); оранжевый 1: 1 (ж); светло-голубой 1: 1 (ж); светло-красный 1: 1 (ж); светло-лиловый 1: 1 (ж); сиреневый 1: 1 (ж); темно-красный 1: 1 (ж); темно-фиолетовый 1: 1 (м); темный 1: 1 (м); ярко-красный 1: 1 (ж); нет ответа 69: 14 (ж), 55 (м). Ср.: «цветовые» реакции на стимул «гвоздика»: красная 25, алая 3, красный 2, белая 1, бордовая 1, красна 1 [РАС 2002: 129].

Художественный и журналистский дискурс (*красный*). НКРЯ обнаруживает 17 терминов цвета, значимых в визуализации гвоздики: *красный* 70 (*вечно-красный, красный, красно-желтый, темно-красный*); *белый* 26 (*белый, розово-белый*); *розовый*

22 (камейно-розовый, нежно-розовый, розоветь, розово-белый, розовый); алый 2 (алеть, алый); голубой 6 (голубоватый, голубой, мутно-голубой); желтый (алеть, алый); желто-коричневый, красно-желтый), лиловый (бледно-лиловый, лиловый), пурпурный 4 (пурпурный, темно-пурпуровый); зеленый, коричневый (желто-коричневый, темно-коричневый), малиновый 2; вишневый, карминовый, коралловый, сизый, фиолетовый, черный 1. В контексте: зеленая пропасть в 300 метров глубиной, вся покрытая красной, розовой, белой гвоздикой [НКРЯ]; спектр расширяется лекс. со зн. 'разного цвета' (всех цветов и оттенков, различной окраски, разноцветный), со зн. интенсивности окраски (яркий), со зн. 'свет' (огненный, огонек, сиять), со зн. 'быть в цвету' (вести).

ПК НКРЯ выявляет 9 терминов цвета: красный 18 (красный, темно-красный); алый 10 (алеть, алость, алый, багряно-алый); кровавый (кровь, кровавой), малиновый 3; розовый, черный 2; белый (белость), пунцовый, рянный 1 (рдеть); лекс. веснушчатый, узорчатый; с имплицитным цветом рана; лекс. со зн. насыщенности, интенсивности (темный – бледный, яркий); со зн. 'свет' (гореть, заревой, засверкать, огненный, огонь, пламенеть, пылать, пылкость, разгореться, сиянье); со зн. 'быть в цвету' (цвести). См.: Гвоздика красная, любимый мой цветок!; Дружно пылают гвоздики, Рдеют с бесчисленных вершин.

Таким образом, цветовой спектр, актуализируемый в дескрипциях гвоздики, включает 26 терминов цвета: красный – свыше 280 словоупотреблений, в диапазоне от 50 до 30: белый, алый, розовый; от 20 до 10: синий, голубой, фиолетовый; менее 10: желтый, зеленый, черный, коричневый, лиловый, малиновый, бордовый, пурпурный, серый, кровавый, вишневый, гвоздичный, карминовый, коралловый, оранжевый, пунцовый, рянный, сизый, сиреневый; спектр расширяется лексемами со зн. 'свет', со зн. интенсивности, разнородности окраски, с имплицитным цветом, со зн. 'быть в цвету'. При сопоставлении сформированных списков цветообозначений (словари № 1, НАЭ № 2, НКРЯ № 3, ПК НКРЯ № 4) выявляется область их пересечения, демонстрирующая цветовой стереотип восприятия растения: красный, розовый (№ 1, 2, 3, 4); в меньшей мере алый (№ 2, 3, 4), белый (№ 1, 2, 4), черный (№ 2, 3, 4), также актуализацию терминов цвета голубой, желтый, зеленый, коричневый, фиолетовый (№ 2, 3), малиновый (№ 3, 4); спектр характеризующихся единичностью словоупотребления единиц, несущих отпечаток индивидуальной ЯКМ: вишневый, карминовый, коралловый, сизый (№ 3), пунцовый, рянный (№ 4), оранжевый (№ 2); демонстрирующий потенциал колористической дескрипции растения в продуцировании термина цвета: гвоздичный.

Функциональный потенциал дескрипций гвоздики, согласно НКРЯ, реализуется в онтологической функции: в одной руке у него розовая гвоздичка, в другой авоська; эстетической: купили карминовых и кайменно-розовых гвоздик и, вернувшись, перемешали с белыми на столе в гостиной; эмоционально-экспрессивной (ряд дескрипций зафиксирован в: [Кожевникова, Петрова 2015]): Охряные дикие рябины, снеговые вьюнки, Кровавые гвоздики; в символической функции: букетик алых гвоздик, символ жен летчиков эскадрильи «Нормандия-Неман»; ср. контекстуальные оппозиции (черный – красный; тюльпан – гвоздика): перед одним из них <бюст> возложены черные тюльпаны – полный, видимо, антоним официальных красных гвоздик; терминологической: В освещенных местах будут хорошо расти гвоздикатравянка и гвоздика сизая; в хронотопической функции (см. в: [Сивова 2018]): в создании 1) цветового пространственного измерения: а) пространства флоры: Одни гвоздики – темного, неопределимо глубокого вишневого цвета; б) пространства

человека: соматический код: *запылало революционной гвоздикой все Колютино личико; И уста твои – гвоздики*; а также *рот цвета гвоздик*; ментальный: *Испанский ум, как будто весь багряный, Горячий, как роскошный цвет гвоздик*; вестильный: *он был красив, всегда носил в петлице красную гвоздику*; социальный (амбивалентность): *Мой красный галстук так хорош, Я на гвоздику в нем похож; Красные гвоздики, по убеждению Екатерины Андреевны, были цветами с подмоченной репутацией*; в) пространства страны (символ.): *букет гвоздик белого и красного цвета – цветов польского национального флага*; 2) цветового темпорального измерения: а) *голубоватые стебли отцветших гвоздик*; б) *Алее в розах и гвоздиках Заря румяна торжествует*; пересечение которых в дескрипции растения эксплицирует цветовой хронотоп произведения: *Вся черная, и, как бросок, – При том не броский и не громкий, – Гвоздики белость на висок [НКРЯ]*.

Рекламный дискурс [<https://www.avito.ru>] фиксирует продуктивность образования терминов цвета на основе колористической дескрипции гвоздики (ср. *пунцовая гвоздика* [Василевич 2005: 198]): 1) *розовая гвоздика 8* (цвет: розовый): *брюки женские, цвет розовая гвоздика*; 2) *красная гвоздика 2* (цвет: красный): *платье цвета красной гвоздики из кружевного шитья*; 3) (цв.) *ярко-розовой гвоздики 1* (цвет: розовый): *яркая летняя сумочка, цвет ярко-розовой гвоздики*; 4) (цв.) *гвоздика / гвоздики 4*, который, с одной стороны, демонстрирует стереотип цветового восприятия растения, с другой – обнаруживает вариативность трактовки (на иллюстративных фото цвет разнится): *пальто-пончо, цвет гвоздика; пуховик в хорошем состоянии, цвет гвоздики*.

Основные результаты исследования: 1) на основе лексикографических источников, результатов НАЭ (332 респондента), материалов НКРЯ (основной и поэтический корпус), рекламных текстов (avito.ru) выявлен спектр актуализируемых в колористических дескрипциях гвоздики терминов цвета, включающий 26 единиц; описано расширение данного спектра; установлена доминанта цвета – *красный* (НАЭ, НКРЯ, ПК НКРЯ); выявлен состав единичных цветовых определений гвоздики: *вишневый, карминовый, коралловый, оранжевый, пунцовый, рдяный, сизый*, а также *гвоздичный*, демонстрирующий как специфику цветовой ЯКМ носителя языка, так и потенциал дескрипций в продуцировании терминов цвета; 2) установлен функционал цветowych описаний гвоздики, реализуемый преимущественно в онтологической функции, эстетической, эмоционально-экспрессивной, символической, терминологической, шире – в хронотопической; 3) отмечена продуктивность образования терминов цвета на основе колористической дескрипции гвоздики; списочный состав зафиксированных в словарях цветообозначений (*гвоздичный; пунцовая гвоздика* – см. также ПК НКРЯ) расширен функционирующими в рекламном тексте: (цв.) *розовая гвоздика, красная гвоздика, ярко-розовой гвоздики, гвоздика / гвоздики*, последний из которых обнаруживает вариативность толкования.

Литература

SLOVARI.RU. Электронная библиотека словарей русского языка. URL: <https://www.slovari.ru> (дата обращения: 28.04.2023).

Авито. Сайт частных объявлений. URL: <https://www.avito.ru> (дата обращения: 26.04.2023).

БТС – Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000.

Кожеевникова Н.А., Петрова З.Ю. Материалы к словарю метафор и сравнений русской литературы XIX-XX вв. Вып. 3: «Растения» / отв. ред. Л.Л. Шестакова. М.: ЯСК, 2015.

Колосова В.Б. Цвет как признак, формирующий символический образ растений // Признакомое пространство культуры / отв. ред. С.М. Толстая. М.: Индрик, 2002. С. 254-266.

Кульпина В.Г. Лингвистика цвета: Термины цвета в польском и русском языках. М.: Московский Лицей, 2001.

Летова А.М. Семантические особенности фитонимов в русском фольклоре: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2012.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 02.02.2021).

Полилова В.С. Поэтика гвоздики: слово и образ в русской поэзии от Тредиаковского до Бродского (в контексте европейской традиции) // Имагология и компаративистика. 2022. № 17. С. 7-36.

РАС – Русский ассоциативный словарь / под ред. Ю.Н. Караулова. М.: АСТ-Астрель, 2002.

Сивова Т.В. Взаимосвязь цвета, света и хронотопа в языке произведений К.Г. Паустовского: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Минск, 2018.

Цвет и названия цвета в русском языке / под ред. А.П. Василевича. М.: КомКнига, 2005.

T.V. Sivova (Grodno, Belarus)

Yanka Kupala State University of Grodno

CARNATION COLOUR IN THE RUSSIAN COLOUR CONCEPTOSPHERE

On the example of carnation color descriptions the author describes a segment of language colour conceptosphere: the composition of colour descriptions, significant in plant visualization, the dominant colour (red), expressing a stereotype of colour perception, the spectrum of unique colour definitions, functional potential of descriptions (including chronotopic function), the productivity of colour terms based on carnation color descriptions (at diachrony and synchrony) is determined.

Key words: linguistics of colour, colour term, phytonym, concept, language picture of the world.

Ю.В. Скоромолова (Москва, Россия)

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
j.skoromolova@mail.ru*

СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОЙ АКТУАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ СИТУАТИВНОЙ СУБЪЕКТНОСТИ НЕСИТУАТИВНЫМИ ЯЗЫКОВЫМИ ЕДИНИЦАМИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В статье представлены результаты исследования когнитивных трансформаций, происходящих в структуре неситуативной синтагмы при актуализации категории ситуативности неситуативными языковыми единицами, помещенными в субъектную позицию в предложении. В исследовании применен формально-семантический метод морфотемного анализа.

Ключевые слова: речевая репрезентация, категория ситуативности, субъектность, морфотемный анализ, синтагма.

В современных исследованиях по философии языка субъектность трактуется как волевая и интеллектуальная свобода субъекта в сфере реализации языка, которая первоначально выражается в формировании субъектно-предикатной структуры

предложения, а в дальнейшем «проявляется в различных аналитических и творческих операциях в рамках языка» [Мальчукова, 2009: 8].

В ходе исследования выяснилось, что в речевом творческом процессе для описания комплексных жизненных ситуаций говорящие на разных языках прибегают к схожим языковым и речевым средствам, что подтверждает существование концептемы ситуативности в языковом сознании носителей разных языков. Однако русскоязычные авторы чаще, чем англоязычные (39% и 31% соответственно), прибегают к нестереотипным формам выражения категории ситуативности, используя имена существительные, не имеющие объективированные в языковой синтагме ситуативные признаки.

К исследованию подобных случаев применен когнитологический метод морфотемного анализа – формально-семантический операционный подход, разработанный в конце 20 века профессором А.И. Фефиловым [Фефилов, 2010]. Подробное описание методологии морфотемного анализа и специфики его применения к языковым единицам, имеющим ситуативную референцию в речи, представлено в работах Ю.В. Скоромоловой [Скоромолова, 2021: 3964-3969]

Языковая единица рассматривается в концепции как единство формальных признаков (звуковых, грамматических и прочих формантов) и конфигурации объективированных мыслительных понятий, воплощенных в синтагме как совокупность семантических признаков, организованных в синтагмообразную структуру или свернутую пропозициональную цепочку [Фефилов, 2010: 190].

Структурные позиции синтагмы заполняются логико-семантическими признаками, указывая на принадлежность понятий к тем или иным мыслительным категориям, а именно: **квалитативности** (качество, признак, свойство) – **КВАЛ**, **квантитативности** (количество, множество, совокупность) – **КВАН**, **локальности** (пространство) – **ЛОК**, **реляциональности** (процесс, действие, отношение, связь) – **РЕЛ**, **субстанциальности** (предметность) – **СУБ**, **темпоральности** (время, длительность, временной отрезок, временная точка) – **ТЕМП**.

Указанные логико-семантические признаки могут обнаруживать модификационные и функциональные разновидности, некоторые проявления которых представляют интерес в рамках работы, а именно:

реляциональность (РЕЛ) и релятемы: **акциональность** - действие, воздействие, процесс – РЕЛ_Акц, ср. *работа, work*; **локутивность** – говорение, речевое действие, процесс – РЕЛ_Локут, ср. *вопрос, question*; **ментальность** – умственная деятельность – РЕЛ_Мент, ср. *мысль, thought*; **трансмотивность** – движение, перемещение – РЕЛ_Транс, ср. *поездка, trip*; **экзистенциальность** – отношение существования, явления, проявления – РЕЛ_Экз, ср. *состояние, condition*;

субстанциальность (СУБ) и функтемы: **инклюзив** – предмет, включающий в свое внутреннее пространство другой предмет – СУБ_Инкл, ср. *бутылка, bottle*; **инструментатив** – предмет, с помощью которого совершается действие – СУБ_Инстр, ср. *стрела, arrow*; **меротив** – часть, частичный (меротивный) предмет – СУБ_Мер, ср. *рука, hand*; **фабрикатив** – предмет-материал, из которого создается другой предмет – СУБ_Фабр, ср. *стекло, glass* и др.

Как было выявлено в ходе исследования, концептема ситуативности характеризуется синкретичным характером, а именно, актуализируется только при взаимодействии двух или более логико-семантических категорий.

Семантическая достаточность конкретной лексики в пропозициональной функции обусловлена, по мнению Н.Д. Арутюновой, общностью апперцептивной

базы участников речевого акта [Арутюнова, 2002: 144] и в большей степени структурой неситуативной синтагмемы, позволяющей актуализировать периферийные, неэксплицированные логико-семантические признаки.

Под воздействием контекста в результате взаимодействия языковой неситуативной синтагмемы с другими неоднородными концептами в акте репрезентации структура неситуативной синтагмемы подвергается изменениям – формируется нестеротипный вид синтагмемы, в структуре которой происходят следующие когнитивные процессы, в результате которых происходит актуализация ситуативных признаков:

1) **Изменение конвенционала** неситуативной лингвемы, что часто сопровождается актуализацию ситуативного признака в сочетании с дополнительной реляциональной категорией. Ср., в предложении *«Но увиденное существо не развеяло мое недоумение»* [Донцова, 2003: 259] неситуативная лингвема «существо» репрезентирует не общеизвестную концептему «живой организм», а новую речевую концептему «то, как выглядел человек» которая актуализируется благодаря категории акциональности РЕЛ_Акц, находящейся в структуре неситуативной синтагмемы на периферийной позиции. Аналогично, в предложении *“Immediately the thing sounded”* [Golding, 2002: 20]. / *Штуковина тут же зазвучала* десемантизированная лингвема *“thing”* конкретизирует в контексте концептему и обозначает «штуковину, которую держали в руках».

2) **Смещение конвенционального поля** обозначаемой синтагмемы в связи с **изменением фнктемы** категории субстанциальности, что в сочетании с дополнительным актуализированным релятором позволяет репрезентировать категорию ситуативности в речи. Ср., в предложении *«И вот районный автобус привез Егора в село Ясное»* [Шукшин. 2006: 381] неситуативная лингвема «автобус» в речевой репрезентации актуализирует концептему «водитель привез» обеспечивая смещение в структуре синтагмемы с приоритетной позиции признака утилитивности в сторону агентивности и эксплицируя дополнительный реляциональный признак трансмотивности. В английском предложении *“Hands were reaching for the conch in the light of the setting sun”* [Golding, 2002: 103]. / *Руки тянулись за раковиной в свете заходящего солнца* меротивная лингвема *“hands”* актуализирует в ядерной позиции синтагмемы признак субъектности, обозначая «ребят, которые тянулись к раковине».

3) **Изменение категоризации** с актуализацией периферийной **категории реляциональности** и ее разновидностей, указывая на действие, в котором участвует указанный предмет: ср., в предложении *«Корова – это хорошо, – согласился начальник»* [Шукшин, 2006: 367] существительное «корова» с объективированной субстанциально-субъектной синтагмой в контексте актуализирует концептему *«выраживать коров»* и ситуативную синтагмему с дополнительной категорией акциональности. Аналогично, в предложении *“The trees of the forest sighed, then roared”* [Golding, 2002: 125]. / *Деревья в лесу сначала глубоко вздохнули, затем загоудели* актуализируется концептема «деревья зашумели из-за ветра» при экспликации в составе предметной синтагмемы периферийной категории акциональности.

4) **Изменение категоризации** с приоритизацией в составе ситуативной синтагмемы совместно с реляциональным признаком другой категории – **локальности, темпоральности, квалитативности или квантитативности** в целях креативного речепродуцирования: ср. в предложении *«Ее лицо медленно покидали краски»* [Донцова, 2003: 153] фабрикативная неситуативная лингвема «краски»

актуализирует в контексте периферийную категорию квалитативности, акцентируя концептуму «лицо побледнело». Схожие процессы наблюдаем в случае использования с ситуативной референцией английской неситуативной лингвемы “arrow” – ср. “*He knelt down and the arrow of the sun fell on him*” [Golding, 2002: 170], где в структуре инструментативной синтагмемы актуализируется категория квалитативности, акцентируя концептуму «тонкая полоска солнечного света».

Для корректного использования подобных речевых креативов от участников коммуникации требуется не только наличие общей апперцептивной базы, совпадение коммуникативных намерений, и референция в предтекст, но также умение «распаковывать» мысль, используя собственные мыслительные ресурсы.

Литература

Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл (логико-семантические проблемы). М.: Наука, 2002.

Донцова Д.А. Чудовище без красавицы: Роман. М.: Эксмо, 2003.

Мальчукова Н.В. Проблема оснований общей теории языка.: автореферат дисс... докт. философ. наук. Красноярск, 2009.

Скоромолова Ю.В. Морфотемный подход к исследованию речемыслительной категории ситуативной субъектности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. Вып. 12. С. 3964-3969.

Фефилов А.И. Введение в когнитологию: учеб. Пособие. М.: Флинта: Наука, 2010.

Шукилин В. Калина красная. Повесть для кино М.: Зебра, 2006.

Golding W. Lord of the Flies. М., 2002.

Y.V. Skoromolova (Moscow, Russia)

Financial University under the Government of the Russian Federation

PECULIARITIES OF SPEECH ACTUALISATION OF CATEGORY OF SITUATIONAL SUBJECTIVITY BY LANGUAGE UNITS OF NON-SITUATIONAL SEMANTICS IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

The article features cognitive transformations in the structure of non-situational syntagmeme when the category of situationality is actualized by non-situational language units placed in the subject position in the sentence. In the research the method of morphothemic analysis is applied, which combines the study of semantics and the form of the language unit.

Key words and phrases: speech representation, category of situationality, subjectivity, morphothemic analysis, syntagmeme.

В.Л. Соколова (Москва, Россия)

Московский государственный лингвистический университет;

Дипломатическая академия МИД РФ

sokolova_mglu@mail.ru

ДИСКУРСИВНАЯ СТРУКТУРА И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ АЛЛЮЗИИ И АНТОНОМАЗИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ДЛЯ СЕМЕЙНОГО ПРОСМОТРА И ЧТЕНИЯ

Доклад посвящен дискурсивно-когнитивным особенностям аллюзии и антономазии на материале дискурса англоязычных произведений для семейной аудитории. Результаты исследования позволяют прийти к выводу о том, что особенности дискурсивной и концептуальной структуры аллюзии и антономазии могут обуславливать одобрительное или критическое отношение к некоторым аспектам рассматриваемых произведений.

Ключевые слова: дискурсивное программирование, коммуникативное программирование, аллюзия, антономазия, мультфильм «Шрек 2», «Гарри Поттер», англоязычный дискурс.

В настоящее время, когда когнитивно-дискурсивная парадигма уже доказала свою эффективность, внимание лингвистов, исследующих англоязычный дискурс, все чаще привлекают не частные языковые явления или выразительные средства, а их проявления в более широком дискурсивном окружении; их прагматический потенциал и когнитивные основания. Например, диссертационное исследование М.И. Киосе посвящено концептуальным основаниям стилистического приема аллюзии на материале англоязычного дискурса СМИ [Киосе 2002], а диссертационное исследование Е. С. Шмелевой обращается к лингвокогнитивным моделям каламбура в дискурсе англоязычных заголовков СМИ [Шмелева 2019]. Таким образом, изучение концептуальных оснований различных стилистических приемов на различном материале представляется актуальным и перспективным.

В своем исследовании мы рассматриваем некоторые элементы дискурсивной структуры и концептуальных особенностей стилистических приемов аллюзии и антономазии на материале американского анимационного фильма «Шрек 2» и серии романов британской писательницы Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер», поскольку полагаем, что обращение именно к дискурсивно-когнитивным основаниям аллюзии и антономазии поможет объяснить как одобрение (Jim Hill, 27 May 2004, “*Shrek 2*” features dizzying array of in-jokes and cultural references. Did you spot them all?), так и критику (March 30, 2021, *10 Harry Potter Characters Whose Names Alone Spoil the Plot*) некоторых аспектов двух рассматриваемых популярных произведений для семейного просмотра и чтения.

Для нашего исследования представляется целесообразным рассматривать дискурсивно-когнитивные основания аллюзии и антономазии, обращаясь к выявленному в наших предыдущих работах явлению дискурсивного (или коммуникативного) программирования, которое базируется на принципе «программирования» одних дискурсивных элементов другими [Соколова 2022].

Среди разнообразных характеристик дискурсивного программирования релевантной для настоящего исследования представляется его направленность – отсылка читателя к предьявляемой позже или к уже известной ему информации. По

этому параметру мы выделяем прямое, обратное и двойное дискурсивное программирование. Кроме того, дискурсивное программирование может оказаться реализованным при оправдании и нереализованным при неоправдании устанавливаемых им коммуникативных антиципаций.

В концептуальном отношении дискурсивное программирование, как представляется, имеет фреймовую структуру (в понимании которой мы придерживаемся определения фрейма Марвина Минского [Minsky 1975]), когда программирующий элемент дискурса актуализует либо терминал, либо полный фрейм программируемого элемента.

Представляется также релевантным выделить экстраконтекстуальное дискурсивное программирование, к которому мы относим случаи дискурсивного программирования, обращающегося к фоновым знаниям читателя. Например, фрейм PUSS IN BOOTS актуализует через свои терминалы такие программирующие дискурс подфреймы, как *enterprising*, *cunning*, *clever* несмотря на то, что в непосредственном контексте они не реализуются.

Отметим, что с обращением к дискурсивному программированию была рассмотрена дискурсивно-концептуальная структура стилистического приема аллюзии (реализуемого в таких примерах, как Fairy Godmother, Puss in Boots, Prince Charming, Friar's Fat Boy и др.) в анимационном фильме «Шрек 2» и стилистического приема антономазии в романах серии «Гарри Поттер» (в таких именах собственных, как Drago Malfoy, Severus Snape, Luna Lovegood, Remus Lupin, Neville Longbottom и др.).

Предварительное исследование показало как в случаях с аллюзией, так и с антономазией наличие преимущественно двойного экстраконтекстуального дискурсивного программирования, когда программирующая лексическая единица (например, Prince Charming или Neville Longbottom), с одной стороны отсылает читателя к присутствующему в его фоновых знаниях фрейму (THE SLEEPING BEAUTY; FUNNY FAMILY NAME), а с другой – программирует дискурс на реализацию терминалов этого фрейма (*courageous prince*; *someone comic and awkward*). Эта характеристика объединяет все рассмотренные в исследовании примеры. Тем не менее в специфике реализации дискурсивного программирования на рассмотренном материале имеются некоторые различия.

В стилистическом приеме **аллюзия** дискурсивное программирование проявляется, например, следующим образом:

Во фразе “I’m your *fair* *godmother*” (Shrek 2, 0:19:56) фрейм FAIRY GODMOTHER осуществляет двойное экстраконтекстуальное дискурсивное программирование, актуализуя, с одной стороны, уже известный читателю на основании экстраконтекстуальных – фоновых – знаний фрейм CINDERELLA с его терминалом FAIRY GODMOTHER, а с другой стороны программируя контекст анимационного фильма на дальнейшее раскрытие остальных терминалов фрейма FAIRY GODMOTHER (таких, как *kind*, *honest*, *loving*). Следует отметить, однако, что в рассмотренных случаях аллюзии дискурсивное программирование, устанавливаемое таким фреймом, как FAIRY GODMOTHER оказывается нереализованным, поскольку слот *character* фрейма FAIRY GODMOTHER заполняется не подфреймами *kind*, *honest*, *loving*, а подфреймами *vain*, *mean*, *vile*, программируемыми, такими репликами персонажа Fairy Godmother, как “Ogres don’t live happily ever after” (0:43:19) и “Oh, put it away, Junior! You’re still going to be king. We’ll just have to come up with something smarter.” (0:47:52). Таким образом,

нереализованное дискурсивное программирование трансформирует дискурсивно программирующий фрейм FAIRY GODMOTHER, заполняя некоторые из его слотов новыми подфреймами.

Примечательно, что в рассмотренном материале неоднократно встречаются примеры ранней трансформации дискурсивно программирующего фрейма. Например, название ресторана Friar's Fat Boy на основании экстраконтекстуальных знаний читателя актуализует фрейм BOB'S BIG BOY по названию популярной сети американских ресторанов быстрого питания, однако, еще в процессе своей актуализации дискурсивное программирование данного фрейма оказывается нерезализованным в полной мере, поскольку слот *name of restaurant* оказывается заполненным названием Friar's Fat Boy вместо Bob's Big Boy.

В стилистическом приеме *антономазия* двойное экстраконтекстуальное дискурсивное программирование осуществляется в рассмотренном материале через «говорящие» имена, программирующие дискурс на реализацию определенных черт характера или физических особенностей.

Как и в случаях с аллюзией, при использовании рассматриваемого стилистического приема антономазии осуществляется двойное экстраконтекстуальное дискурсивное программирование: имя собственное Luna реализует на основании экстраконтекстуальных знаний читателя фрейм LOONY, слоты которого заполнены подфреймами *silly or stupid* (Cambridge Dictionary, loony), программирующими дискурс на выявление соответствующих личных характеристик данного персонажа. Как показывает контекст произведения и комментарии критиков, данное дискурсивное программирование оказывается реализованным: "*Luna...can be a bit spacey with her head in the clouds.*" (Amanda Steele, April 29, 2021, *Harry Potter: 10 Main Characters Names Explained*).

Аналогичным образом двойное экстраконтекстуальное дискурсивное программирование реализуется и в других рассмотренных «говорящих» именах «Гарри Поттера». В некоторых случаях исходный фрейм подвергается небольшой трансформации (например, «говорящее» имя Snape отсылает читателя к трансформированному фрейму SNAKE, однако на узнаваемость фрейма и его дискурсивно программирующие способности это не влияет). Примечательно другое: эффект оправдания коммуникативных антиципаций читателя, возникающий благодаря реализации дискурсивного программирования через антономазию подвергается критике со стороны прессы и, возможно, читателей (см.: March 30, 2021, *10 Harry Potter Characters Whose Names Alone Spoil the Plot*), в то время как эффект неоправдания коммуникативных антиципаций читателя, вызываемый нерезализованным дискурсивным программированием в стилистическом приеме аллюзии вызывает положительную реакцию аудитории (см.: Jim Hill, 27 MAY 2004, "*Shrek 2*" *features dizzying array of in-jokes and cultural references. Did you spot them all?*).

Таким образом, в результате исследования было выявлено сходство в дискурсивной структуре и концептуальных особенностях, лежащих в основе стилистических приемов аллюзии и антономазии в дискурсе англоязычных произведений для семейного просмотра и чтения: в основе обоих приемов лежит механизм двойного экстраконтекстуального дискурсивного программирования. Тем не менее в зависимости от конкретных прагматических целей того или иного стилистического приема или произведения в целом, дискурсивное программирование в аллюзии или антономазии, может содержать различные трансформации элементов

актуализуемых фреймовых структур, которые в конечном итоге могут обуславливать популярность или непопулярность некоторых аспектов рассматриваемых произведений. Данная тенденция также, на наш взгляд, может привести к изменениям концептуальной структуры стилистического приема антономазии в произведениях для семейного просмотра.

Литература

Kuoose M.H. Лингво-когнитивные аспекты аллюзии: На материале заголовков английских и русских журнальных статей: дисс. ... канд. филол. наук. М., 2002.

Соколова В.Л. Особенности явления коммуникативного программирования и его реализация на разных уровнях англоязычного дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. № 1 (856). С. 99-106.

Шмелева Е.С. Лингвокогнитивные модели каламбура в англоязычных медийных заголовках: диссертация ... канд. филол. наук. М., 2019.

Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>.

Minsky M.A Framework for Representing Knowledge // The Psychology of Computer Vision. NY: McGraw-Hill, 1975. P. 211-277.

V.L. Sokolova (Moscow, Russia)

Moscow State Linguistic University

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation

DISCURSIVE STRUCTURE AND CONCEPTUAL CHARACTERISTICS OF THE STYLISTIC DEVICES OF ALLUSION AND ANTONOMASIA IN ENGLISH FAMILY ANIMATED FILMS AND BOOKS

The report addresses discursive and cognitive aspects of the stylistic devices of allusion and antonomasia in English books and animated films targeting family audiences. The findings of the study show that conceptual and discursive specifics of the above stylistic devices may trigger either appreciation or criticism of certain aspects of English books and animated films.

Key words: discursive programming, communicative programming, allusion, antonomasia, Shrek 2, Harry Potter, English discourse.

Д.Н. Солдатова (Москва, Россия)

Военный университет имени князя Александра Невского

МГИМО(У) МИД РФ

soldatovadn@yandex.ru

ARKTIS И NORDOMRÅDENE В НОРВЕЖСКОЙ АРКТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ 2020-2021

В норвежском арктическом нарративе функционируют два ключевых понятия – *Arktis* и *nordområdene* – *Арктика* и *Крайний Север*. Оба понятия толкуются не столько по географическим или климатическим критериям, а геополитически. Вокруг них, с одной стороны, выстраивается общий нарратив об Арктике как хорошо регулируемом регионе, с другой – за каждым из понятий также стоит свой круг тем и сюжетов.

Ключевые слова: политический дискурс, политический нарратив, арктический нарратив, ключевое понятие, Арктика, Крайний Север.

В норвежском политическом дискурсе важную роль играет арктический нарратив, в рамках которого функционирует два ключевых понятия – *Arktis* и *nordområdene*. Обе лексемы иногда употребляются синонимично, тем не менее они имеют разный денотат. Если первая лексема более или менее понятна и переводится на русский язык как Арктика, то со второй сложнее. *Nordområdene* – термин, не имеющий полного эквивалента в русском языке. Наиболее подходящий (хотя и не описывающий всего спектра значений) перевод – Крайний Север. Рассмотрим понятия на материале Meld. St. 9 2020–2021 *Mennesker, muligheter og norske interesser i nord* – доклада норвежского правительства парламенту № 9 «Люди, возможности и норвежские интересы на севере» (2020-2021). Настоящий документ представляет собой норвежскую арктическую стратегию. В докладе даны следующие определения:

I denne meldingen defineres Arktis som hav- og landområdene mellom Nordpolen og polarsirkelen. <...> av praktiske grunner velger vi å følge fylkesgrensen og definerer hele Nordland som en del av Arktis. (В настоящем документе Арктика определяется как морские и сухопутные районы между Северным полюсом и Полярным кругом. <...> по практическим соображениям мы предпочитаем следовать границам фюльке и определять весь Нурланн как часть Арктики. Здесь и далее перевод наш – Д.С.)

Begrepet nordområdene har sitt utspring i de politiske satsingene som fant sted gjennom de to forrige meldingene og flere påfølgende strategidokumenter. Den geografiske definisjonen av nordområdene er land- og havområdene fra Sør-Helgeland i sør til Grønlandshavet i vest og Petsjorahavet (det sørøstlige hjørnet av Barentshavet) i øst. (Концепция Крайнего Севера берет свое начало в политических инициативах, которые были реализованы в рамках двух предыдущих докладов правительства и нескольких последующих стратегических документов. Географическое определение Крайнего Севера – это сухопутные и морские районы от Южного Хельгеланна на юге до Гренландского моря на западе и Печорского моря (юго-восточная часть Баренцева моря) на востоке).

Как видно из определений, обе лексемы имеют конкретный денотат, однако понятия толкуются не по географическим или климатическим критериям, а геополитически. Судя по заданным точкам, *nordområdene* понимается как зона норвежских интересов в Арктике (Южный Хельгеланн – самый южный регион фюльке Нурланн).

С одной стороны, вокруг этих понятий последовательно выстраивается общий сюжет – метанарратив – не только в анализируемом докладе, но и во всем норвежском политическом дискурсе: *Arktis og nordområdene er i dag i all hovedsak en fredelig og stabil region, preget av muligheter, samarbeid og overholdelse av internasjonal rett (Арктика и Крайний Север сегодня в значительной степени являются мирным и стабильным регионом, характеризующимся возможностями, сотрудничеством и соблюдением норм международного права)*. Грамматические (настоящее время) и лексические средства (*i dag*) формируют представление, что настоящий сюжет – устоявшаяся истина, которую следует принимать как факт, противопоставленную распространяемым мифам: *Regjeringen vil at norske kunnskapsinstitusjoner skal fortsette å bidra til at den internasjonale debatten om Arktis er basert på fakta og gode analyser, og ikke på myter (Правительство стремится, чтобы норвежские научные институты способствовали тому, чтобы международные дискуссии по Арктике основывались на фактах и здоровом анализе, а не на мифах)*. Важным аспектом для Норвегии в данном контексте является отсутствие правового вакуума или статуса «ничейной земли» в Арктике, поскольку из этого следует, что нет необходимости создавать

новые правовые структуры или международные механизмы. Этот сюжет становится все более значимым в свете изменяющейся геополитической ситуации и увеличивающегося международного внимания к Арктике.

С другой стороны, за каждым понятием выстраивается определенный круг тем и ассоциаций. Для Арктики речь идет об *et bredt samarbeid mellom de arktiske statene, som involverer aktører på en rekke områder som blant annet klima og miljø, fiskeri samt forskning og næringsliv* (между арктическими государствами существует широкое сотрудничество, в котором участвуют субъекты из ряда областей, таких как климат и экология, рыболовство, а также научные исследования и промышленность). В документе подчеркивается, что Арктика – регион сотрудничества в первую очередь между арктическими государствами, которые обладают необходимыми компетенциями и знаниями. Для этого сюжета очень характерны атрибутивные конструкции с отыменным прилагательным *arktisk* (суффикс *-isk* имеет значение *относящийся к или свойственный группе предметов, обозначаемых корнем слова*): *arktisk innovasjon* (арктические инновации), *de arktiske økosystemene* (арктические экосистемы), *arktisk beliggenhet og konkurransefortrinn* (арктическое расположение и конкурентные преимущества), *arktiske spørsmål* (арктические вопросы), *det arktiske samarbeidet* (арктическое сотрудничество), *den arktiske kulturen* (арктическая культура), *en særlig arktisk kvalitet* (особое арктическое качество), *arktisk merkevare* (арктический бренд), *arktiske forhold* (арктические условия) и мн. др. Можно говорить о выделении региона на лексическом уровне, о скрытом противопоставлении его другим. Это подтверждается также и явным противопоставлением *de arktiske statene* (арктические страны), *arktiske nasjoner* (арктические нации) vs *ikke-arktiske stater* (не-арктические страны). Таким образом, продвигается идея о том, что Арктика – особый регион, знаниями о котором обладают арктические государства, соответственно, не-арктические страны могут действовать в Арктике только совместно с арктическими и через те органы, которые арктические страны основали (см. метанаратив).

Основной сюжет для *nordområdene – ivaretagelse av norske interesser gjennom ulike satsinger og grenseoverskridende samarbeid på Nordkalotten og i Barentsregionen* (защита норвежских интересов посредством различных инициатив и трансграничного сотрудничества в Северном Калотте и в Баренц-регионе). И Северный Калотт, и Баренц-регион – это регионы трансграничного сотрудничества между Норвегией, Швецией, Финляндией и Россией, географически ограниченные и объединенные по культурным, экономическим, экологическим интересам. В рамках этого сюжета часто используются конструкции с фокусом контраста, маркированным препозицией притяжательного местоимения – *våre nordområder* (наш Крайний Север). Эта конструкция характеризуется семей принадлежности и маркирует скрытое противопоставление своей зоны интересов чужой зоне, в первую очередь России. Отсюда лейтмотивом сюжета является безопасность и возможные последствия от глобальной напряженности и соперничества между державами: *Vi kan ikke utelukke at globale spenninger og stormaktsrivalisering også kan få mer konkrete virkninger i våre nordområder til tross for at vi i dag anser Arktis som preget av stabilitet og samarbeid* (Мы не можем исключить возможность того, что глобальная напряженность и соперничество великих держав могут также иметь более конкретные последствия на нашем Крайнем Севере, несмотря на тот факт, что в настоящее время мы рассматриваем Арктику как регион, характеризующийся стабильностью и сотрудничеством).

Второй сюжет связан с выделением того, что *nordområdene* – это зона норвежских интересов: *For nordmenn er nordområdene både et hjem og et livsgrunnlag* (Для норвежцев Крайний Север – это и дом, и средство к существованию). Для этого сюжета характерно употребление *nordområdene* в определенной форме, что поднимает термин до общеизвестной (в норвежском сознании) единицы. В рамках этого сюжета развиваются две линии, связанные соответственно с понятиями *et hjem* (дом) и *et livsgrunnlag* (средства к существованию). В рамках первой сюжетной линией продвигается идея о том, что *nordområdene* – не пустыня, а место постоянного проживания людей: *Ni prosent av Norges innbyggere lever i nord, og vi er dermed det landet i verden hvor størst andel av befolkningen bor nord for polarsirkelen* (9% жителей Норвегии живут на Севере, и, таким образом, мы являемся такой страной в мире, где самая большая часть населения проживает к северу от Полярного круга). Вторая сюжетная линия связана с огромным экономическим потенциалом региона как в плане добычи полезных ископаемых, так и транспортных возможностей. При этом хозяйственное освоение региона обосновывается именно тем фактом, что на Крайнем Севере проживают люди, которые нуждаются в стабильной экономике. Иными словами, обещание экономического роста способствует законному освоению ресурсов, что в свою очередь необходимо для поддержки населенных пунктов в этом регионе. Однако Норвегия позиционирует себя как сторонница концепции устойчивого развития: *Her finner vi også noen av våre fremste kompetansemiljøer innen blant annet havforskning, fiskeri- og ressursforvaltning, klima- og miljøforskning, arktisk innovasjon og bærekraftig havbasert næringsliv* (Здесь мы также находим некоторые из наших передовых знаний в области морских исследований, рыболовства и управления ресурсами, исследований климата и окружающей среды, арктических инноваций и экономики, основанной на принципах устойчивого освоения ресурсов океана).

В отличие от *Arktis*, *nordområdene* образует большое количество композитных сочетаний: *nordområdepolitikk* (политика Крайнего Севера), *nordområdestrategi* (стратегия Крайнего Севера), *nordområdeportefølje* (портфель Крайнего Севера), *nordområdeaktører* (субъекты Крайнего Севера), *nordområdesatsing* (инициатива Крайнего Севера) и мн. др. Объединяет их то, что все они связаны с политическими действиями (планирование, субъекты, задачи и т.п.).

Итак, оба ключевых понятия – *Arktis* и *nordområdene* – участвуют в формировании арктического нарратива Норвегии, при этом оба направлены как на внутреннюю повестку и аудиторию, так и на позиционирование Норвегии на международной арене. При этом *Arktis* скорее задает политику в политическом дискурсе, в то время как *nordområdene* используется как политический инструмент для обозначения определенного круга действий правительства. Однако в целом, арктический нарратив – это нечто большее, чем практическая политика и измеримые результаты. Речь идет о поиске норвежцами своей идентичности и выстраивании самооценки.

Литература

Meld. St. 9 (2020-2021) Mennesker, muligheter og norsk. URL: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-9-20202021/id2787429/?ch=1>.

Skagestad O.G. Nordområdebegrepet og nordområdesatsingen: The Concept of 'The High North' ('nordområdene') and the High North policy initiatives // Norsk statsvitenskapelig tidsskrift, 2020. № 1. S. 22-33.

Steinveg B., Medby I.A. Nordområdenarrativer og identitetsbygging i nord // Internasjonal Politikk. 2020. № 4. S. 535-544.

*D.N. Soldatova (Moscow, Russian)
The Military University named after Prince Alexander Nevsky
MGIMO University*

ARKTIS AND NORDOMRÅDENE IN THE NORWEGIAN ARCTIC STRATEGY 2020-2021

Two key concepts function in the Norwegian Arctic narrative – Arktis and Nordområdene – the Arctic and the High North. Both concepts are interpreted not so much by geographical or climatic criteria, but geopolitically. Around them, on the one hand, a general narrative of the Arctic as a legally well-regulated region is constructed, on the other hand, each of the concepts also has its own range of themes and subjects.

Key words: political discourse, political narrative, Arctic narrative, key concept, Arctic, the High North.

*A.B. Стрельцова (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный университет
nancystrel@gmail.com*

ОНИМ “STALIN” В СТРУКТУРЕ СОБЫТИЙНОГО ФРЕЙМА CREATING OF SOVIET ART

Статья посвящена анализу функционирования онима Stalin в структуре событийного фрейма CREATING OF SOVIET ART в монографии М. Бауна Art Under Stalin. В работе рассматривается специфика концептуализации личности Сталина в рамках фрейма, а также выявляются семантические роли, представленные онимом Stalin.

Ключевые слова: событийный фрейм, онимы, концептуализация, соцреализм, оценка.

Оним как единица языка, содержащая одновременно языковую и энциклопедическую информацию, служит носителем и транслятором социальной информации, которая хранится в социальной памяти того или иного сообщества [Щербак 2007: 124]. Лингвистически указанное свойство онимов можно объяснить способностью имен собственных иметь коннотативные значения, которые могут варьироваться в зависимости от языкового, культурного и социального опыта реципиента [Motschenbacher 2020: 5]. В связи с этим анализ функционирования онимов, номинирующих значимых для русскоязычного сообщества деятелей, особенно важно проводить на материале текстов, написанных авторами других языковых сообществ, в частности, англоязычного. Настоящее исследование посвящено анализу функционирования онима Stalin в структуре событийного фрейма CREATING OF SOVIET ART в монографии М. Бауна Art Under Stalin.

В концепции Ч. Филлмора фрейм понимается как когнитивная рамка, схематично представляющая определенный опыт [Fillmore 1985: 223]. Событийный фрейм CREATING OF SOVIET ART («СОЗДАНИЕ СОВЕТСКОГО ИСКУССТВА») содержит следующие обязательные компоненты: AGENT (ARTIST / CO-PARTICIPANT – IDEOLOGICAL LEADER), ARTWORK/CREATED ENTITY, CAUSE, EXPERIENCER и FORM. Опциональными являются такие компоненты, как DESCRIPTOR, TIME, BENEFICIARY, CIRCUMSTANCES, INSTRUMENT, MANNER и др. [Стрельцова 2022: 803-804].

Анализ представления структуры фрейма CREATING OF SOVIET ART в монографии М. Бауна показал, что оним Stalin одновременно функционирует и как агенс (IDEOLOGICAL LEADER), и как составляющая компонента ARTWORK (как основной предмет картины, что во многом объясняет тот факт, что оним *Stalin* нередко становится элементом артионима, например *Stalin and Voroshilov in the Kremlin*). При этом интерпретация роли Сталина как агенса и как героя картины носит неоднородный характер. Так, в разделах монографии *Stalin in charge: economics* и *Stalin in charge: politics* Сталин как идеологический лидер представлен в фрейме CREATING OF SOVIET ART как идеолог нового политико-экономического курса, вливающего, в том числе, на рынок искусства:

1. The second Five-Year Plan of 1932-6 featured Stalin's new thinking – the need for a Soviet intelligentsia and specialist cadres, whose wages, he said, would be dictated by their achievement [Bown 1991: 71].

Между тем Сталин также фигурирует в тексте как главный художественный критик:

2. Because art was considered to be an ideological phenomenon, both reflecting and acting in the interests of a certain set of social attitudes, then its highest arbiter must be not the artist or critic, or even public opinion, but the ideologist. Thus Stalin became, among other things, the Soviet Union's chief art critic. As Tvorchestvo put it in 1939: "Comrade Stalin's words of genius about Soviet art as an art of socialist realism represent the peak of all the progressive strivings of the aesthetic thought of mankind" [Bown 1991: 71].

Примечательно, что оним *Stalin* нередко используется автором в атрибутивной позиции. Так, значение данного онима переносится на определяемое слово, т.е. используется как ключевая характеристика конкретной эпохи, содержащая не только отсылку к определенному периоду времени, но и, как правило, оценочный компонент:

3. The party aestheticians turned to Lenin's published thoughts and writings, and there they found the perfect embryo of the new art of the Stalin era [Bown 1991: 91].

Сталин как герой художественных работ (составляющая компонента ARTWORK) также представлен сразу в нескольких ипостасях. Прежде всего, М. Баун отмечает, что в 1930-е гг. репрезентация образа Сталина часто осуществлялась при помощи акцента на его идеологической и человеческой близости с Лениным:

4. In painting, the young Stalin was often represented immediately adjacent to Lenin, as his right-hand man; or sometimes on equal terms with him. Stalin was also represented as Lenin's intellectual and spiritual heir; "Stalin is Lenin Today" ran one widely disseminated slogan. A significant work was *Leader, Teacher and Friend* (1937) by Grigory Shegal (1889-1956). It shows Stalin at a conference, standing in front of a vast statue of Lenin – an iconographical paraphrase of this succession. This work, in which Stalin bends to give advice to a peasant woman called upon to chair a great conference, also exemplifies the way in which Stalin assumed, in his public image, the virtues ascribed to the departed leader; wisdom, modesty and a fatherly concern for his people [Bown 1991: 97].

Отметим, что ипостаси Сталина как героя художественных работ достаточно конкретно вербализируются автором при помощи конструкции "onym + the + descriptor":

5. To Stalin the friend and successor to Lenin and Stalin the indomitable revolutionary can be added the following important incarnations. First, Stalin the fons et origo of ideology. Here perhaps the most compelling images were a series of half-length portraits by Aleksandr Gerasimov depicting Stalin giving his reports to the 16th,

17th and 18th party congresses. Second, Stalin out and about in the soviet country, visiting new canals and power stations and meeting ordinary people – conferring his blessing on the range of socialist striving. Indeed, images of Stalin in the 1930s often stress his humanity and active participation in the lives of ordinary people. The most celebrated painting of such a subject was *An Unforgettable Meeting* by Vasili Efanov (1900-1978), which shows Stalin greeting a delegate at a Kremlin conference [Bown 1991: 97].

Так, художественная репрезентация Сталина в 1930-е гг., согласно концепции М. Бауна, осуществлялась в трех вариантах:

- 1) Stalin the friend and successor to Lenin;
- 2) Stalin the indomitable revolutionary;
- 3) Stalin the fons et origo of ideology.

Однако в предвоенное время официальный образ Сталина модифицировался:

6. However, after the purges of 1936-8, which included the massacre of the top ranks of the Red Army, and in the context of a growing threat of war, the image of Stalin at the end of the decade began a metamorphosis. It became less appropriate to portray Stalin's common touch, more so to stress his omnipotence. Aleksandr Gerasimov's *Stalin and Voroshilov in the Kremlin* gave Stalin a new monumental presence, shot through with intimations of power and spirituality [Bown 1991: 99].

Так, во второй половине 30-х гг. все реже подчеркиваются человеческие качества Сталина и все чаще акцентируется внимание на политической силе Сталина как советского лидера.

7. The twin representatives of civic and military might are taking a turn in the Kremlin. A recent downpour has ceased, flecks of blue sky are evident amid the racing clouds. There is, perhaps, the metaphorical sense of a tempest - the purges – past and plain communist sailing ahead. Stalin's gaze is most certainly of transcendental import: it penetrates not only space but time: it sees clearly into a dazzling, sunlit communist future. As the artist himself put it laconically, “Stalin – is victory” [Bown 1991: 99].

Таким образом, можно выделить четвертую ипостась Сталина как героя картин:

- 4) Stalin the victor.

Примечательно, что в рассмотренных выше примерах логика повествования выстроена в рамках оппозиции «свой-другой». Так, авторская оценка выражена имплицитно, что, как представляется, связано с коммуникативной целью монографии, которая заключается в передаче читателю критически осмысленного знания о роли Сталина в формировании соцреалистического искусства. Отметим, что непосредственного эпоха и роль Сталина как реально существовавшего лидера конкретного режима оцениваются автором негативно:

8. During the 1930s, the Soviet art establishment had acquired a new and formidable countenance. Artists had been welded into a single union and set trundling down a single, ever-narrowing path called socialist realism. <...> A new sense of officially sponsored hierarchy had been introduced in the form of the Stalin prizes and by the creation of the Orgkomitet, headed by Aleksandr Gerasimov. <...> Artists had been forced to consider where they stood in relation to the politically inspired artistic orthodoxy [Bown 1991: 139].

Автор подчеркивает насильственный характер изменений в художественном сообществе. Соцреализм характеризуется автором как узкое, контролируемое государством явление.

Анализ монографии М. Бауна позволяет сделать вывод о том, что Сталин концептуализируется автором одновременно и как агент, и как герой художественных работ (компонент ARTWORK). При этом в роли агенса Сталин представлен не только как идеологический лидер, создавший экономические и политические условия для формирования нового искусства, но и как художественный критик. Как герой картин Сталин репрезентируется как 1) Друг и последователь Ленина; 2) Революционер; 3) Автор идеологии; 4) Победитель и герой. Представляется, что такая вариативность связана с мифологизацией Сталина как лидера Советского Союза.

Литература

Стрельцова А.В. Языковая репрезентация фрейма CREATING OF SOVIET ART (на материале монографии А. Руснок Socialist realist painting during the Stalinist era (1934-1941): the high art of mass art) // Тезисы докладов 50-й международной научной филологической конференции имени Л.А. Вербицкой. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета. 2022. С. 803-804.

Щербак А.С. Социальная память в ономастической диалектной картине мира // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2007. № 3. С. 124-131.

Bown M.C. Art Under Stalin. Phaidon Press, 1991.

Fillmore C.J. Frames and the semantics of understanding // Quaderni di Semantica 6. 1985. P. 222-254.

Moitschenbacher H. Corpus Linguistic Onomastics: A Plea for a Corpus-Based Investigation of Names // Names. 2020. P.1-16.

A.V. Streltsova (Saint Petersburg, Russia)
Saint Petersburg State University

ONYM “STALIN” IN THE EVENT FRAME CREATING OF SOVIET ART

The article analyzes the functioning of the onym Stalin in the structure of the event frame CREATING OF SOVIET ART in M. C. Bown's monograph Art Under Stalin. The article considers the conceptualization of Stalin within the frame, and specifies the semantic roles represented by the onym Stalin.

Key words: event frame, onyms, conceptualization, Social Realism, evaluation.

M.P. Taymour (Moscow, Russia)
Plekhanov Russian University of Economics
mariataymour@gmail.com

CATEGORIZATION AND CONCEPTUALIZATION IN MODERN MULTIMODAL ADVERTISING DISCOURSE

The article considers the problem of natural and evaluative categorization, conceptualization and concept as units of the level of cognitive representations. The evaluative concepts "good / bad" are studied as the cognitive basis of the primary conceptual metaphors which underlie modern multimodal advertising in English.

Key words: categorization; conceptualization; multimodal discourse; concept; primary metaphor.

Cognitive science considers language a tool for comprehending and dividing the surrounding world into components. It defines a number of stereotypes which define the quality of their perception of reality by the individual. The picture of the world formed by each individual is unique and inimitable, reflecting the subjective perception of the entire volume of elements and events objectively existing and happening around. It is traditionally divided into linguistic and conceptual. The latter is formed as a result of such cognitive processes as categorization and conceptualization. The concept of categorization is closely related to the principles of anthropocentrism, which is the innate ability of a person to order, structure and organize a certain space of the world and language.

Personal consciousness is a place for the storing and processing of both objective knowledge about objects, phenomena and situations existing in the surrounding world (collective experience), and subjective knowledge reflecting individual values and preferences (personal experience). This causes the existence of two fundamentally different types of categorization: natural and evaluative. The first type is related to objectively existing characteristics of the given objects, phenomena and situations, and in communicative activity. The assignment of nominations (names) to them can be considered a manifestation of natural categorization. The second type of categorization can be described as “a grouping of objects and phenomena according to the nature of their evaluation into the appropriate classes and categories. This is a system of evaluation categories (a static aspect), or a mental correlation of an object or phenomenon with a certain evaluation category (a dynamic aspect)” [Болдырев 2002: 104]. Evaluative categorization, subjective in nature, can also be characterized by the relationship of evaluation with the real world, mediated by the value system of the individual. In the process of communication, a linguistic entity continuously creates and modifies his or her own evaluative judgments, performing evaluative categorization. The dynamic nature of this cognitive mechanism guarantees a constant transfer and inference of evaluative values. Undoubtedly, the structure of evaluative categories has its own axiological organizational specifics. These categories, being of a modus type, are based on the interpretive function of natural language. In other words, the semantics of discursive units, which are evaluative structures at the cognitive level, emphasizes the interpretation of the communicant, rather than the real reflection of the characteristics of the object of the surrounding world. The development of evaluative concepts as the basis of certain evaluative categories (for example, good / bad), also has a specific nature.

This concept can be considered a central mental unit of the infrastructure of the individual's brain. It is the presence of this phenomenon which distinguishes people from other living beings. In addition, concepts possess the properties of units of the gestalt type and are a uniform operational essence of the consciousness of the individual, indecomposable into smaller components. This consciousness takes part in all cognitive processes and actions [Кубрякова 2009]. Concepts appear in the human cognitive system as a result of conceptualization as one of the key processes of personal cognitive activity. It seems natural that the totality of evaluative concepts, formed by a linguistic entity under the influence of both their own and public opinion and values, occupies a paramount place in the concept sphere of an individual. Thus, the cognitive process of evaluative conceptualization can be considered to be the refraction of all existing phenomena, objects and situations of reality through the prism of the value system of each individual. This determines the relative nature of evaluative concepts and the frequent lack of the possibility of their accurate interpretation in various communicative situations. During the inference of the general meaning of a certain contextually determined amount of information from the

outside world, the recipient evaluates (often subconsciously) its objective nature and properties. He or she then compares the result with the existing system of values. An estimated nomination is born then as a result of identifying their compliance or inconsistency. The concept can also be considered as a unit of the level of cognitive representations, including a number of important features which determine the phenomena and objects of the world surrounding a person and is characterized by a schematic construction. It is this last property, we believe, that ensures the presence of evaluative meanings in discursive elements, especially in multimodal creative advertisements.

The results of current research (450 multimodal ad units) show that the most frequent concepts expressing evaluation are GOOD and BAD, consisting of more essential and less essential characteristics. "GOOD", according to the leading dictionaries, is high-quality, highly qualified, healthy, highly moral, socially stable, attractive, favourable, and corresponds to personal expectations. The concept "BAD" has the opposite meaningful definitions. These concepts (what is good and what is bad) are acquired by a linguistic entity at an early age and often become the cognitive basis for primary conceptual metaphors. On their basis more complex (complicated) metaphors are then formed in the mind of the individual [Grady 1997]. In primary metaphors, the target domain and the source domain are connected through a certain bodily experience or a set of physical sensations of a person. In other words, they represent a certain relationship between sensory-motor experience and personal experiences. Combining the simplest ideas provides them with the position of "elementary particles" of cognitive baggage, such as BIG IS GOOD or LOVE IS WARM.

The primary conceptual metaphors, analysed in this study, often do not depend on the linguocultural affiliation of the recipient, since the physical experience on which they are built, as a rule, is identical. Of course, we are talking here about modern Indo-European cultural communities (the study of the primary metaphors of communities which speak exotic languages and are at fundamentally different levels of civilizational development is not within the scope of this study). The evaluative categorization of the discursive elements examined in this study, however, is carried out by adult representatives of nations, who, in addition to primary perceptual experience, acquire many other types of knowledge and experience in the process of becoming. Thus, when compared with categorization based on relatively identical primary conceptual metaphors, the results of this process are much less identical and unambiguous [Таймыр 2021, 2022].

Evaluative categories, unlike natural ones, are characterized by a heterogeneous structure, in which there are no common prototypical features, as well as the core of the category. They are unstable and have a constantly changing content. They are guided by the changing and inconsistent value systems of various individuals. In addition, evaluative categories, both more general and more specific, combine various principles of organization, depending on the nature of the phenomenon or entity under study. The evaluation of real objects is quite objective (the so-called prototypical structure), while the evaluation of more abstract entities is more subjective. The presence of a large number of factors which influence the process of formation of evaluative categories, as well as the lack of independence in their nature, affects meanings. They are vague, flexible and changeable. In other words, categorical spaces possess the property of continuity and have semantic "transitional zones". This largely explains why different interpretations of the meanings of emotional and evaluative creative elements of discourse (such as adverts) are possible when decompressing the information embedded within them by the author.

An example is the analysis of creatively designed multimodal advertising posters, where the inference of meaning requires decompression of the information provided by the

designers. Figure 1 shows various types of wines from the famous Spanish company Bodega Septima. In each case on a colourless background, a pair of bottles is depicted symmetrically in the centre. The necks of the bottles are stretched and intertwined in an unnatural way. In addition, various flowers or relatively small fruits protrude from each neck: rose, strawberry, cherry, grape, blackberry.



Fig. 1. Advertising posters for Bodega Septima products

In the mind of the recipient, the evaluative conceptual metaphor WINE SEPTIMA – GOOD WINE, based on the primary conceptual metaphor DELICIOUS IS GOOD, is actualized. In order to achieve their goals, the designers have used an original technique. The taste of the drink is described not only verbally using linguistic means (under the iconic element there is the name and a brief description of grape varieties for each type of wine), but also with the help of visual elements. The latter elements are designed to help the addressee imagine such positive taste qualities of the advertised product, such as the tart taste of fresh berries, the smell of flowers and their compatibility, metaphorically indicated by the interweaving of the bottle necks. We can note the relativity of this evaluative categorization – if the addressee likes these tastes and combinations, the assessment will be positive (i.e., coinciding with the authors' intention). If the recipient does not drink wine with such characteristics, then the assessment will obviously be negative.

In conclusion, the results of the research show that both non-verbal and verbal elements are intended to activate the evaluative categorization of the product through the use of a specific set of evaluative conceptual metaphors: WINE IS GOOD FLAVOR, WINE IS LOVELY, WINE IS PLEASURE. The primary conceptual metaphor underlying these more complex metaphors is PLEASURE IS GOOD. As a rule, however, the general evaluative meaning is made up of certain verbal and non-verbal connotative meanings defined by the author, and which the recipient, in accordance with general and personal amount of cognitive baggage, needs to infer.

Литература

Болдырев Н.Н. Структура и принципы формирования оценочных категорий // С любовью к языку: сборник научных трудов. Посвящается Е.С. Кубряковой. М.; Воронеж: ИЯ РАН; Воронежский гос. ун-т. 2002. С. 103-114.

Кубрякова Е.С. О концептах, схваченных знаком // *Studia Linguistica*. 2009. №18. С. 69-75.

Таймур М.П. Смешанная метафора как лингвокогнитивный феномен (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. М., 2021.

Таймур М.П. Лингвокреативность в мультимодальном дискурсе (на материале английского языка): монография. М.: РУСАЙНС, 2022.

М.П. Таймур (Москва, Россия)

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

КАТЕГОРИЗАЦИЯ И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МУЛЬТИМОДАЛЬНОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

В статье ставится задача рассмотреть проблему естественной и оценочной категоризации, концептуализации и концепта как единицы уровня когнитивных репрезентаций. Оценочные концепты «хороший / плохой» исследуются как когнитивная основа примарных концептуальных метафор, лежащих в основе современной мультимодальной рекламы на английском языке.

Ключевые слова: категоризация; концептуализация; мультимодальный дискурс; концепт; первичная метафора.

Н.И. Ударова (Москва, Россия)

*Московский государственный лингвистический университет
n.udarova@gmail.com*

К ВОПРОСУ О НЕЧЕТКОСТИ ГРАНИЦ МЕЖДУ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИМИ ТИПАМИ ЭРГОНИМОВ

В статье рассматриваются эргонимические единицы и их распределение по структурно-семантическим типам. Предпринимается попытка уточнить границы, существующие между этими типами. Доказывается, что данные границы не четкие, а размытые, разделение эргонимов по типам проходит нестрого. В связи с этим автор предлагает распределить все множество эргонимических единиц по шкале со снижающейся мотивированностью, предварительно дав определение мотивированности.

Ключевые слова: имена собственные, эргонимы, перевод, реальные эргонимы, условные эргонимы, символические эргонимы, категории, категоризация, границы.

Эргонимы (собственные имена деловых объединений людей, в том числе союзов, организаций, учреждений и т.п. [Подольская 1988: 166]) подразделяются на структурно-семантические типы: реальные (Щербинский лифтостроительный завод), условные (Мособлгидропроект, «Тепловые сети»), символические («Большевик», «Полос») [Суперанская 1973; Крюкова 1993] и дополнительные смешанные типы – реально-условные (СП «Тепловая инспекция и энергоаудит»), реально-символические (Ракетно-космическая корпорация «Энергия») [Крючкова 2003] и выделенные нами реально-реальные (АО «Омские распределительные тепловые сети»). Как мы полагаем, понимание, к какому структурно-семантическому типу относится эргоним, помогает выбрать способ передачи этого эргонима в переводе (транскрипция, калькирование или прямой графический перенос) [Ударова 2017].

В одной из наших прошлых статей мы постарались перечислить формальные и семантические признаки разных типов эргонимов (таблица 1).

Типы эргонимов и параметры, по которым происходит распределение по данным типам

тип	параметр	мотивированность	термин вида	топоним, антропоним, др. эргоним	кол-во составных элементов (чаще всего)	кавычки (для РЯ)
РЭ		высокая; слова, входящие в состав, используются в прямом значении, прямое указание на денотат;	да	да	≥ 3 (возможно меньше)	нет
УЭ		ниже, чем у реальных; дают «намек», который считается реципиентом (используются метонимия, метафора)	да/нет	да/нет	≥ 2	да/нет
СЭ		низкая; если есть, то, скорее всего, не считается реципиентом; используется метонимия, метафора, возможно наличие выдуманных слов, неологизмов и т.п.	нет	чаще всего нет*	≥ 1	да

Часто провести четкую границу между разными типами эргонимов оказывается затруднительным. Некоторые эргонимы соответствуют выделенным нами параметрам не полностью, сочетают в себе признаки, характерные для эргонимов сразу двух типов, и потому вызывают затруднения при попытке отнести их к одному из разрядов. Такие эргонимы, на наш взгляд, оказываются в некотором пограничном, промежуточном положении. Приведем примеры:

1. *Казанский вертолетный завод* – «чистый» пример реального эргонима, где *Казанский* – топоним, географическая привязка, *завод* – термин вида, указывающий на именуемый объект, *вертолетный* – понятное для реципиента указание на деятельность эргонима.

2. *Ассоциация вертолетной индустрии* – на наш взгляд, пример эргонима, занимающего промежуточное положение между реальным типом и условным. В нем отсутствует географическая привязка, антропоним и прочие элементы, типичные для реальных эргонимов, но имеется термин вида и указание на сферу деятельности. При этом, однако, это указание, как нам видится, более абстрактно и менее понятно для реципиента.

3. *«Вертолеты России»* – эргоним, который, по нашему мнению, относится к условным: имеется географическая привязка, метонимически указывается на род деятельности эргонима, однако термин вида отсутствует, что значительно «отдаляет» эргоним от разряда реальных. Это же объясняет необходимость использования кавычек при оформлении и в то же время говорит о близости к символическому типу.

4. *«Туполев»* – пример символического эргонима. В нем присутствует только скрытое указание на сферу деятельности (А.А. Туполев – известный советский авиаконструктор), которое будет доступно не всем реципиентам. Подобные наименования также берутся в кавычки, что говорит об их символической природе.

5. *«Победа»* – название авиакомпании, которое, насколько мы можем судить, намек на сферу деятельности не содержит. Т.е. перед нами пример символического

эргонима, у которого полностью отсутствует смысловая связь с денотатом. По этой причине «Победа» может использоваться в качестве названия для других мест, организаций, товаров и т.д. (например, автомобиль «Победа», марка часов «Победа», кондитерская фабрика «Победа», кинотеатр «Победа» и т.д.).

Как видно, распределение эргонимов по типам происходит нестрого; встречаются примеры, которые могут быть отнесены к определенному разряду в большей или меньшей степени. Подобную «градацию», говоря о символических эргонимах, до нас уже отмечала И.В. Крюкова. Внутри этого типа она выделяла две группы: немотивированные¹ эргонимы, выбор имени которых полностью произволен (авиакомпания «Победа»), и эргонимы, получившие свои наименования по сходству или по смежности со свойствами обозначаемого объекта (конструкторское бюро «Туполев») [Крюкова 1993: 10].

Такое же разделение на две «подгруппы», как у символического типа, как мы показали, характерно и для условных эргонимов: они, с одной стороны, могут тяготеть к реальному типу, с другой – к символическому. В связи с подобной нечеткостью границ между и внутри типов эргонимов мы предлагаем все множество данных имен собственных представить распределенными по «шкале мотивированности».

Так, реальные эргонимы находятся, как мы представляем, с левого края этой шкалы. С другого края располагаются символические наименования, которые связи с именуемым объектом не имеют. Если же некая связь с денотатом присутствует, такой эргоним смещается чуть левее. Условные эргонимы занимают промежуточное положение между реальными и символическими: слева находятся условные, близкие к реальным наименованиям, справа – близкие к символическим (рис. 1).

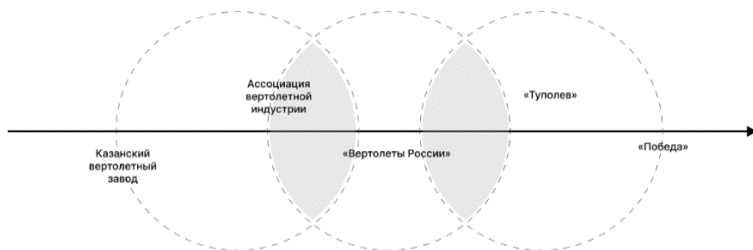


Рис. 1. Шкала мотивированности с примерами эргонимов на РЯ

Подобная разнородность внутри типов эргонимов, или категорий, отнюдь не удивительна. Как известно, категоризация – одно из основных понятий когнитивистики; это процесс, который «сводит бесконечное разнообразие [человеческих] ощущений и объективное многообразие форм материи и форм ее движения в определенные рубрики, т.е. классифицирует их и подводит под такие объединения – классы, разряды, группировки, множества, категории» [КСКТ 1996: 46]. Согласно более новым подходам к пониманию сущности категорий, элементы, входящие в одну и ту же категорию, необязательно имеют совершенно одинаковый

¹ В своей работе И.В. Крюкова не раскрывает понятие «мотивированности». Мы, говоря об эргонимах, понимаем ее как «потенциальную, опосредованную выводимость общего содержания из слов-компонентов» [СЛТ 2010: 207].

набор признаков, по которым они были к этой категории отнесены, их границы размыты и выражены нечетко. Так, например, Л. Витгенштейн полагал, что члены, составляющие одну категорию, объединяются по наличию только некоторых сближающих черт, и вовсе не обязательно, что все члены одной категории разделяют все ее достаточные и необходимые свойства [Wittgenstein 1958].

Дж. Лакофф вслед за Э. Рош, разрабатывавшей «теорию прототипов», отмечает, что разные члены одной и той же категории обладают разными статусами. В категории, с одной стороны, выделяются так называемые наилучшие представители, или прототипы [Лакофф 2004: 66], а с другой стороны, «плохие» представители. Наилучшие представители «быстрее опознаются, быстрее усваиваются, чаще употребляются, ускоряют решение всяческих задач, связанных с идентификацией, а также используются в логическом вычислении того, что является референтом для имени, словом, используются при понимании категории в целом» [Демьянков 1994: 40].

Подобные замечания, касающиеся категорий вообще, на наш взгляд, в полной мере могут быть отнесены и к типам (категориям), которые были выделены внутри эргонимических единиц. Наличие символических эргонимов, близких к условным, условных, которые могут тяготеть к реальным или символическим, говорит о нечеткости существующих между ними границ, указывает на то, что в каждом типе эргонимов имеются не только «прототипические» представители («хорошие примеры» [Лакофф 2004: 34]), с категоризацией который проблем не возникает, но и «плохие примеры», отнесенность которых к той или иной категории оказывается не так очевидна [Там же: 34].

Литература

- Демьянков В.З.* Теория прототипов в семантике и прагматике языка // Структуры представления знаний в языке. М., 1994. С. 32-86.
- Жеребило Т.В.* Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010.
- Канделаки Т.Л.* Семантика и мотивированность терминов. М.: Наука, 1977.
- Кияк Т.Р.* О видах мотивированности лексических единиц // Вопросы языкознания. 1989. № 1. С. 98-107.
- Крюкова И.В.* Пограничные разряды ономастики в современном русском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 1993.
- Крючкова М.Я.* Многокомпонентные эргонимы в аспекте орфографии: проблема совершенствования нормы правописания: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003.
- КСКТ – Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г.* Краткий словарь когнитивных терминов. М.: МГУ, 1996.
- Лакофф Дж.* Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: ЯСК, 2004.
- Подольская Н.В.* Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А.В. Суперанская. М.: Наука, 1988.
- Суперанская А.В.* Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973.
- Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В.* Общая терминология: Вопросы теории. М.: Наука., 1989.
- Ударова Н.И.* К вопросу о принципах и способах передачи эргонимических единиц при переводе информационных текстов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. М., 2017. Вып. 783. С. 248-268.
- Wittgenstein L.* Philosophical investigations. Oxford, 1958.

FUZZY BOUNDARIES BETWEEN STRUCTURAL AND SEMANTIC TYPES OF ERGONYMS

The paper deals with ergonyms and how they are divided into structural and semantic types. The author tries to pinpoint the boundaries between these types. The author also shows that these boundaries are not distinct, but fuzzy, and ergonyms are divided into types rather irregularly. Thus, the author suggests that the whole set of ergonyms should be placed on a scale with decreasing motivation (the definition is provided).

Key words: proper names, ergonyms, translation, real ergonyms, conventional ergonyms, symbolic ergonyms, motivation, structural and semantic types, categories, categorization, boundaries.

*М.А. Уханова, Е.Е. Голубкова (Москва, Россия)
Московский государственный лингвистический университет
umhanova@mail.ru; katemg@yandex.ru*

ИГРА КОНСТРУКЦИЙ И ФРЕЙМОВ (на материале анекдотов на английском и французском языках)

В статье описывается методика анализа принципов порождения комического в анекдотах с позиции теории грамматики конструкций на материале анекдотов на английском и французском языках с прецедентными именами. Демонстрируется, что в германских и в романских языках юмористический эффект создается благодаря наложению лексико-грамматических конструкций и стоящих за ними фреймов.

Ключевые слова: анекдот, когнитивный диссонанс, грамматика конструкций, фрейм, прецедентные имена, комический эффект.

Новые методы исследования в русле когнитивной парадигмы в лингвистике позволяют по-новому рассмотреть одно из наиболее «неосязаемых» качеств, присущих человеку, – юмор. В частности, грамматика конструкций (ГК разработанная Ч. Филлмором и А. Голдберг позволяет иначе взглянуть на принципы порождения комического эффекта. В основе данной теории лежит понятие конструкции как единой и неделимой единицы, в которой план выражения или план содержания не обусловлены простой суммой составных частей конструкции [Goldberg 1995]. Иными словами, главное свойство конструкции – это ее значение, с языковой же точки зрения мы воспринимаем конструкцию как единый лексико-синтаксический паттерн. По мнению Е.В. Рахилиной, данная гипотеза применима для исследования механизмов порождения комического эффекта в анекдотах на русском языке: «... в подавляющем большинстве случаев при каламбурном совмещении речь должна идти не о словах, а о конструкциях – в смысле Ч. Филлмора». [Рахилина 2010: 141]. Необходимо отметить, что при наложении конструкций в тексте анекдота одна из них зачастую искажается с точки зрения языковой нормы и вынуждена «подстраиваться» под правильную конструкцию такое явление конструктористы назвали коэрсией [Рахилина 2010]. При этом реципиент сталкивается с когнитивным напряжением (когнитивным диссонансом по Л. Фестингеру (1956), от преодоления

которого будет зависеть процесс декодирования шутки. Рассмотрим, каким образом данный механизм реализуется в анекдотах на английском и французском языках:

(1) *I was diagnosed as colour blind today. It came completely out of the yellow.*

(У меня диагностировали дальтонизм. Это совершенно «желтожиданно»).

Наша попытка перевода данного анекдота с помощью несуществующего слова «желтожиданно» демонстрирует наличие неправильности, на которой и основывается комический эффект. В данном анекдоте конструкция verb+ preposition+object *to come out of the yellow* – искажение идиоматического высказывания *to come out of the blue* (*появиться внезапно, ниоткуда*). Для декодирования комического эффекта следует мысленно «достроить» правильный вариант высказывания. Благодаря выражению *to be diagnosed as colour blind*, в восприятии реципиента активизируется соответствующий фрейм «диагностировать дальтонизм», в сочетании с этим, правильная (достаиваемая мысленно) конструкция будет запускать фрейм «внезапно узнать о заболевании», а неправильная конструкция *come out of the yellow* провоцирует смешение этих фреймов: пациент неправильно видит цвета и вместо синего (*blue*) называет желтый (*yellow*). При переводе на русский язык комический эффект теряется в силу отсутствия устойчивого выражения *out of the blue*.

Анализ анекдотов с позиции ГК, с одной стороны, позволяет проследить глубинные когнитивные механизмы в основе каламбурного наложения конструкций, а, с другой стороны, ставит перед исследователями практически невыполнимую задачу инвентаризации и классификации таких конструкций. Тем не менее, изучив массив анекдотов из более чем 2000 единиц на английском и французском языках, мы смогли выделить некоторые закономерности функционирования наиболее частотных лексико-синтаксических конструкций, используемых в анекдотах. Одним из наиболее продуктивных способов порождения комического эффекта в анекдотах является реализация когнитивного диссонанса на фонетическом уровне [Уханова, 2019]. Иными словами, при помощи омонимов, омофонов, омографов и пр. Однако, зачастую мы можем наблюдать не просто обыгрывание значений одного слова, а совмещение конструкций, при этом свободные слоты данных конструкций будут содержать прецедентное имя.

(1) *"What country's capital is growing the fastest?" "Ireland. Every day it's Dublin."*

(Какая столица растет быстрее всех? Ирландская. Каждый день это Дублин (или удваивается))

На первый взгляд комический эффект достигается исключительно благодаря неполным омофонам *Dublin* и *doubling*, но на синтаксическом уровне также наблюдается игра конструкций *it is + noun* и *it is + present progressive*. Благодаря фрейму «стремительное развитие», актуализированному выражением *to be growing the fastest* реципиент достраивает вторую, «правильную» конструкцию *it is doubling*. Примечательно, что конструкция *it is Dublin* с точки зрения нормы языка также является синтаксически верной, однако противоречит смысловому наполнению первого высказывания благодаря чему создается когнитивный диссонанс. Искажение конструкций, нарушающее языковую норму, можно также проследить в анекдотах и на французском языке:

(2) *Où habite Napoléon? – Dans un Bonaparte!* (- Где живет Наполеон? – В Бонапарте!)

Правильная с лингвистической точки зрения локативная конструкция *dans un bon apart* совмещается с «неправильной» конструкцией с прецедентным именем *habiter + dans qn*. Таким образом, конструкция «жить в каком-либо месте»

накладывается на конструкцию «жить в ком-то» в метафорическом смысле. Рассмотрим несколько примеров, в которых количество совмещаемых конструкций будет превышать количество актуализируемых фреймов.

(3) *Two wrongs don't make a right. But two Wrights did make an airplane!*

В данном примере обыгрывается поговорка *two wrongs don't make a right* (зло за зло – добра не будет). Согласно теории ГК, данное высказывание (поговорка) будет считаться целостной конструкцией, поскольку ее части не могут быть отделены друг от друга без изменения значения целого. Соответственно, *two wrongs* можно также считать устойчивым, закрытым слотом данной конструкции, однако, его антитеза *two rights* в данном контексте будет неверной, бессмысленной и будет вызывать у реципиента когнитивный диссонанс. Референция к знаменитым изобретателям, братьям Райт происходит как благодаря активации фрейма «изобрести самолет», представленного конструкцией *make an airplane*, так и графическому написанию имени с заглавной буквы. Таким образом, одна конструкция, выраженная поговоркой, будет вступать в противоречие с несколькими другими конструкциям: *two + surname*, *to make + noun*; *emphatic do+verb*, а активация соответствующих фреймов, количество которых будет превышать количество конструкций, будет создавать комический эффект. Рассмотрим данный механизм в анекдоте на французском языке:

(4) *Pourquoi la Vierge Marie ne pouvait-elle pas dormir? Parce que Jésus crie (Почему Святая Мария не могла спать? Из-за Иисуса (или потому что он кричал))*

В кульминационной части шутки мы можем наблюдать конструкцию *qn+ Passé simple* (кто-то кричал), при этом в восприятии мы будем достраивать конструкцию-омофон, представляющую собой прецедентное имя: *Jesus Christ (Jésus)*. Таким образом, омофонная конверсия прецедентного имени в форму глагола *crier* будет содействовать каламбурному совмещению конструкций, в результате чего будут актуализироваться разные фреймы прецедентного имени, и мы будем воспринимать одновременно Иисуса Христа как Господа Бога и Иисуса как ребенка, мешающего матери спать.

Таким образом, анекдоты с прецедентным именем способствуют созданию более сильного когнитивного напряжения и более сложны для декодирования, благодаря реализации когнитивного диссонанса сразу на трех уровнях: фонетическом (с помощью омофонов), лексико-синтаксическом (благодаря конверсии прецедентного имени или искажению лексико-синтаксической конструкции) и на надтекстовом (референция к прецедентному имени требует от реципиента активации фоновых знаний). Конструкционный подход к анализу комического эффекта в анекдотах позволяет проследить взаимодействие языковых конструкций и стоящих за ними фреймов, которое в свою очередь запускает механизмы конструирования значения. При этом количество фреймов может не совпадать с количеством конструкций, а в случае, когда открытые слоты выражены прецедентным именем, количество фреймов превышает количество конструкций. В данной работе мы показали, что принципы совмещения конструкций с прецедентными именами эффективно реализованы в анекдотах на французском и английском языке.

Литература

Голубкова Е.Е., Таймур М.П. Факторы преодоления когнитивного диссонанса в смешанных метафорах (на материале английского языка) // Когнитивные исследования языка. 2019. Вып. 36. С. 147-153.

Рахилина Е.В. Грамматика конструкций / отв. ред. Е.В. Рахилина. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2010.

Уханова М.А. Почему нам смешно? Классификация анекдотов по типу создания когнитивного диссонанса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. М.: МГЛУ. 2019. № 6 (822). С. 34-44.

Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса // пер. А. Анистратенко, И. Знаешева. СПб.: Ювента, 1999.

Fillmore et al. Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: The Case of Let Alone. Language. 1988. V. 64. № 3. P. 501-538

Goldberg A. Constructions: A Construction Grammar approach to argument structure. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

*M.A. Ukhanova, E.E. Golubkova (Moscow, Russia)
Moscow State Linguistic University*

INTERACTION OF CONSTRUCTIONS AND FRAMES (based on the jokes in English and French)

The article looks into the principles of humorous effect creation in English and French jokes with precedent names based on construction grammar theory. It is demonstrated that humorous effect is achieved due to overlapping of constructions and respective frames and the same mechanism might be applied both in Romanic (illustrated through French) and Germanic (illustrated through English) languages.

Key words: joke, cognitive dissonance, construction grammar, frame, precedent name, humorous effect.

*Н.Н. Фаттахова, М.А. Кулькова (Казань, Россия)
Казанский (Приволжский) федеральный университет
mkulkowa@rambler.ru*

ФЕНОМЕН ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ В ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В настоящей статье паремии рассматриваются через призму прецедентности в качестве устойчивых и регулярно используемых фраз в бытовом дискурсе. В качестве примеров наиболее часто описываемых прецедентных ситуаций в текстах суеверных примет авторы приводят случаи из жизни, описываемые в телевизионном дискурсе.

Ключевые слова: прецедентность, паремиологическая единица, народная примета, суеверия, телевизионный дискурс.

В настоящее время вопросам изучения паремиологических единиц в контексте современной когнитивно-дискурсивной парадигмы научных знаний уделяется все большее внимание в трудах отечественных и зарубежных ученых (Н.Ф. Алефиренко, Х. Вальтер, Д.О. Добровольский, М.Л. Ковшова, О.В. Ломакина, В. Мидер, В.М. Мокиенко, Е.И. Селиверстова, Н.Н. Семененко и др.).

Как отмечает В.З. Демьянков, «когнитивно-дискурсивный подход глубоко укоренился в современной лингвистике и состоит в исследовании не только системы языка, но и того, как и в какой мере реализуются потенции этой системы в реальных текстах» [Демьянков 2020: 65].

Отмечая открытый характер дискурсивных знаний, вербализованных в паремиях, Н.Ф. Алефиренко справедливо указывает на наличие в семантике паремий языковых и экстралингвистических знаний, связывая семантические процессы

провербальных образований с их этноязыковой синергетикой, производимой энергетическими потоками языковой и когнитивной семантики [Алефиренко 2008: 48].

В настоящем исследовании под *паремиями* мы понимаем «автономные устойчивые высказывания неопределенно-референтного типа, являющиеся продуктом многовековой народной рефлексии и направленные на моделирование человеческого поведения» [Фаттахова, Кулькова 2020: 8]. К паремиям, или паремиологическим единицам, относят пословицы, поговорки, народные приметы, загадки и т.д. С одной стороны, паремии справедливо рассматривать как дискурсивные образования разной степени сложности, которые могут являться образцами для построения новых текстов. С другой, паремии – это реплики, которые являются инструментами речевой тактики, к которым коммуниканты прибегают для достижения определенной коммуникативной цели.

Прецедентность как неотъемлемое свойство паремиологического дискурса играет важную роль при аккумуляции и ретрансляции этнокультурной информации, выступая в качестве определенного индикатора значимости национально-культурных традиций, разного рода занятий, исторических событий, деятельности отдельных личностей в жизни общества. Знание прецедентных феноменов, по мнению Ю.Н. Караулова, «есть показатель принадлежности к данной эпохе и ее культуре» [Караулов 1987: 216]. Согласно В.В. Красных, прецедентные феномены характеризуются «предсказуемостью» валентных связей с определенными событиями, явлениями и хранятся в сознании человека в виде фрейм-структур [Красных 1999].

На примере бытовых телевизионных примет, формируемых на основе традиционных принципов, включающих предсказательность, обобщенность, аналогию, условно-временные отношения, оппозицию (на разных языковых уровнях), рассмотрим актуализацию современного прочтения народных примет с точки зрения функционирования прецедентных ситуаций в качестве знака. Согласно В.В. Красных, *прецедентная ситуация* представляет «являющийся коллективным достоянием обусловленный культурой результат эмоционально-образного восприятия уникальной ситуации, имевшей место в истории или вымышленной в процессе творческой деятельности» [Красных 2016: 249]. При этом основные принципы формирования народных примет претерпевают определенные изменения, в частности, принцип обобщенности корректируется принципом индивидуализации через прецедентную ситуацию в жизни человека. Если в традиционных приметах следствие несоблюдения нормы поведения формулировалось неопределенно (*к беде, к неудаче, к горю, к несчастью* и др.), т.е. «... предсказание всегда сохраняет запас неопределенности, неисчерпанность выбора между некоторыми альтернативами» [Лотман 2002: 349], то в телевизионных приметах следствие, как правило, эксплицируется: указывается конкретное следствие, проистекающее из конкретного условия: «*Нельзя мужчине во взрослом возрасте в детские игрушки играть. Это приведет к тому, что он не сможет завести семью, а если заведет, она разрушится*». Однако подобные следствия, как правило, лишь констатируют неблагоприятные последствия, но не объясняют их: причинно-следственные связи субъект должен восстанавливать сам (например, игра в детские игрушки свидетельствует о том, что субъект не готов к взрослой жизни). Суеверные приметы содержат целый пласт разнообразных эллипсисов, пропусков, опущений, восстановление которых отсылает к древним знаниям, к общей некогда коллективной памяти, утерянной в настоящее время. Восстановление пропущенных звеньев возможно, если учитывается один из ведущих,

основных принципов формирования народных примет – принцип аналогии, постулирующий закономерность того, что подобное вызывается подобным, будь то цвет, форма, размер, функция и т.п., при этом аналогичность может быть неявно выраженной, основанной на пресуппозициях, требующих восстановления в памяти ассоциаций, связанных с тем или иным словом. Поскольку «Все многообразие человеческих коллизий сводится к истории главной пары – Мужчины и Женщины» [Лотман 2001: 71], то и бытовые приметы в основном ориентированы на взаимоотношения мужа и жены, например: *«Если муж на рубашке пуговицы криво застегивает, значит, неверен»* / *«Если ваш муж часто путает пуговицы на рубашке, значит, он вам изменяет»* (криво застегивает / пошел по кривой дорожке, путает пуговицы / перепутал дорогу домой); *«Нельзя хранить вещи мужа и жены отдельно – это к разлуке. Хотя бы часть вещей должна лежать вместе»* (хранить отдельно / жить отдельно); *«Мужчина должен одно кольцо носить. Если их много, не может жене верность хранить»* (одно кольцо / одна женщина, много колец / много женщин). Постоянно возникающее противоречие между принципом *вместе / раздельно* характеризует отношения мужа и жены, при этом возникают противоречивые приметы, которые трудно объяснить, например: *«Нельзя есть с любимым из одной тарелки, иначе семья развалится»*; и противоположные: *«Мужу и жене нельзя под разными одеялами спать – это приводит к охлаждению в семье»*; *«Нельзя мужу и жене на разном белье спать, это к разлуке»*; *«Если в доме чашки и блюда от разных пар, хозяева во лжи жить будут»*.

Часть примет построена на древнем представлении о парном, двойном предмете, при этом потеря одного из элементов приводит к разлуке, обману, неверности, одиночеству, потому что нарушается связь между мужем и женой: *«Если жена одну серьгу из пары, что муж подарил, потеряет, она неверна»*; *«Если у мужчины все носки непарные, то и пары у него не будет»*. Большинство примет можно рассматривать как своего рода обереги, помогающие сохранить семью, за каждой приметой выступает определенное событие, сценарий жизни, основанный на желании избежать нежелательных последствий, в частности, кольцо как символ вечной любви, верности присутствует в ряде примет: *«Если супруги хотят счастливо жить, должны обручальные кольца носить»* // *«Чтобы брак крепким и безоблачным был, супруги должны обручальные кольца носить»*; *«Нельзя давать примерять свое кольцо. Кто кольцо примерит, тот твое место займет»*. Запрет на то, чтобы выставлять напоказ свои отношения, устойчивый предрассудок: *«Нельзя мужу и жене на фотографии целоваться – это может к измене привести»*; *«Никогда не стоит выставлять свою жизнь напоказ, так мы привлекаем завистников»*; И если такого рода приметы поддаются объяснению, поскольку можно вычленили глубинные ассоциации, можно установить принципы, по которым формируются часто не осознаваемые нормы поведения, то некоторые телевизионные приметы кажутся абсолютно нелогичными, немотивированными, не имеющими причинно-следственной связи между событиями в личной жизни героя сериала. Часто запрета недостаточно для понимания сценария жизни и дальнейшего прогноза, поэтому требуется слепая вера в знаки судьбы, например: *«Если муж в постели чай пьет, он от жены гуляет // Муж чай в постели пьет, значит, жене неверен (примета старая, верная)»*; *«У мужчины своя ложка должна быть, иначе жить ему в обмане»*; *«Если в семье первой рождается девочка есть возможность, что супруг будет изменять, особенно на третьем году жизни»*; *«Если муж не пользуется одеколоном, что жена подарила, это верная примета, что он что-то скрывает от нее»*.

Запрет на производство тех или иных действий касался в первую очередь жены, поскольку она рассматривалась как хранительница семейного очага, от ее правильного поведения зависело благополучие и стабильность брака: «*Нельзя жене в одежде мужа спать – дурная примета // Если жена в одежде мужа спит – брак развалится*»; и противоположная: «*Если женщина мужскую обувь носит – будет всю жизнь верность ему хранить – примета надежная*»; «*Нельзя давать примерять свое кольцо. Кто кольцо примерит, тот твое место займет*». Запрет, адресованный мужчине, носит другой характер, мужчина не должен пересекать красную линию между женской и мужской территориями в доме, поскольку это ведет к неудаче, неприятности, обману в личной жизни, поскольку мужчина берет на себя роль жены: «*Мужчина не должен сам белье гладить. Если самому гладить, можно жену потерять*»; *Мужчина, который хочет устроить свою личную жизнь, не должен делать женскую работу: стирать, убирать, гладить*», «*Нельзя семейным мужчинам кухонные полотенца покупать, семья под угрозой: дело это женское*»

В бытовых приметах, построенных по разным схемам, прогнозирование следствия актуализирует когнитивно-смысловое поле запрета, ориентированное на субъекта, верящего в то, что соблюдение определенных правил и норм поведения способно предотвратить неудачи в жизни. Индивиду легче поверить в то, что нарушение древних законов поведения – это и есть причина всех его бед и неудач, чем самому пытаться преодолеть трудности, осмысливая их.

Таким образом, набор ассоциаций, вызываемых в сознании адресата прецедентными ситуациями, чрезвычайно широк и связывает представления реципиента с самой разнообразной информацией. Анализ охвата паремиологического описания жизненных ситуаций позволяет судить о национальном пространстве прецедентности, формирующемся в ходе многовекового опыта взаимодействия индивида с окружающей средой, его социализации и рефлексии.

Литература

- Алефиренко Н.Ф.* Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография. М.: Эллис. 2008.
- Демьянков В.З.* Предвидеть и предсказать: дискурс о предзнании и прекогниция // Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и смежных науках: современные проблемы и методология исследования: мат-лы Международного конгресса. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т. 2020. С. 65-72.
- Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Наука. 1987.
- Красных В.В.* Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст). дис. ...д-ра филол.наук. М.: МГУ. 1999.
- Красных В.В.* Словарь и грамматика лингвокультуры; Основы психолингвокультурологии. М.: Гнозис. 2016.
- Лотман Ю.М.* Семиосфера. СПб.: Искусство-СПБ. 2001.
- Лотман Ю.М.* История и типология русской культуры. СПб.: Искусство-СПБ. 2002.
- Фаттахова Н.Н., Кулькова М.А.* Народные приметы: синтаксис и прагматика (на материале русского, татарского и немецкого языков). М.: Флинта. 2020.

THE PHENOMENON OF PRECEDENT IN PAREMIOLOGICAL DISCOURSE

In this article, paroemias are considered through the prism of precedent as stable and regularly used phrases in everyday discourse. As examples of the most frequently described precedent situations in the texts of superstitious signs, the authors cite life cases described in television discourse.

Key words: precedent, paremiological unit, folk omen, superstitions, television discourse.

Е.А. Федотова (Италия, Милан)

*Коммерческий университет им. Луиджи Боккони
Миланский государственный университет (UniMi)*

*Российский университет дружбы народов
elena.fedotova@unibocconi.it*

КАК МЫ ДУМАЕМ О ДЕЙСТВИЯХ: ЛИНГВО-КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ГЛАГОЛЬНОЙ СИСТЕМЕ РУССКОГО И ИТАЛЬЯНСКОГО ЯЗЫКОВ

Данная статья рассматривает лингво-когнитивный подход к анализу глагольной системы русского и итальянского языков. В статье приводится базисная терминология, дается краткое описание глагольных систем языков и проводится анализ, как глагольные системы русского и итальянского языков отражают когнитивные процессы, способы мышления о действиях и концептуальные структуры.

Ключевые слова: Русский язык, итальянский язык, глагольные системы, сравнительный анализ, когнитивный подход, языковая личность.

Лингво-когнитивный подход при рассмотрении глагольных систем русского и итальянского языков анализирует, как языковая личность мыслит о действиях с помощью языка и как язык отражает концептуальные структуры. Когнитивный подход анализирует язык и языковые структуры во взаимосвязи с понятийной системой языка. Когнитивный подход дает возможность через язык погрузиться в психологию и ментальность народа. [Демьянков 1994: 17-33].

«Когнитивная лингвистика — лингвистическое направление, в центре внимания которого находится язык как общий когнитивный инструмент — система знаков, играющих роль в репрезентации (кодировании) и в трансформировании информации» [Кубрякова 1996: 53].

Языковая личность, в описании Масловой В.А. — это многослойная и многокомпонентная парадигма речевых личностей (личностей в речевой деятельности) [Маслова 2001: 208]. По мнению В.И. Карасика, инвариантом языковой личности выступает «базовый национально-культурный прототип носителя языка» [Карасик 1994: 4].

Соответственно, глагольные системы с точки зрения когнитивного анализа являются отражением способов мышления и концептов о действиях, а когнитивный анализ глагольных систем поможет в раскрытии этих концептов о действиях для понимания особенностей национальных менталитетов, различий в языковых и культурных нормах, в способах действия, ибо глагол — это часть речи,

обозначающая действие или состояние предмета. Именно через глагол мы узнаем, как все в этом мире движется, совершается. Глаголы несут в себе грамматическую информацию о времени, виде, наклонении, залоге, лице и числе.

Русский и итальянский языки являются дальнеродственными внутри одной индоевропейской языковой семьи. Флективный русский язык, относящийся к славянской группе, имеет сложную видовременную систему, при наличии небольшого количества времен: два вида русского языка – совершенный и несовершенный, указывают на завершенность или незавершенность, однократность или многократность, длительность или мгновенность действия и т.д. М.Я. Блох писал, что «категория времени является неотъемлемой грамматической категорией, где личная форма глагола всегда выражает временное разграничение» [Блох 2004: 239]. В русском языке категория вида пронизывает все глагольные времена и все наклонения, т.к. видовая характеристика присуща самому глаголу. Глаголы совершенного вида показывают действие в уже «готовом виде», они обладают семантической характеристикой целостности действия, не дают возможности описать действие в его течении. [Исаченко 1960:132] Глаголы несовершенного вида не имеют определенного семантического признака целостности, а значит не несут в себе семантики ограничения, и могут быть использованы для описания процессов и повторяющихся действий.

Наклонение – грамматическая категория, которая показывает реальность, возможность, сомнительность, желательность или обязательность действия. В русском языке существует три наклонения: изъявительное, условное (сослагательное), повелительное. Изъявительное наклонение представлено пятью грамматическими временами: три времени (настоящее, прошедшее и будущее) для глаголов несовершенного вида, и два времени (прошедшее и будущее) для глаголов совершенного вида (таблица 1).

Таблица 1

Краткая схема грамматических времен и наклонений русского языка

Наклонение		
Изъявительное	Условное (сослагательное)	Повелительное
несовершенный вид 1. настоящее 2. прошедшее 3. будущее (сложное)	1. Глагол в прошедшем времени+бы	1. Ед. или мн. ч. + суффикс И
совершенный вид 4. прошедшее 5. будущее		

Во всех наклонениях и временах все действия и состояния описываются исходя из контекста либо целостной завершенности, либо процессуальности действия. Именно данное четкое разделение между процессом и результатом действия является главным смыслообразующим концептом глагольной системы русского языка. Вполне логичным в этой концепции выглядит отсутствие настоящего времени совершенного

вида: результат мы можем либо констатировать в прошлом, либо планировать в будущем.

Итальянский язык аналитический, относящийся к романской группе, не имеет категорию вида. Однако глагольная система итальянского языка имеет разветвленную систему грамматических времен и четыре наклонения: изъявительное, условное, сослагательное и повелительное (таблица 2).

Таблица 2

Краткая схема грамматических времен и наклонений в итальянском

Наклонение	Простые времена (образуются без вспомогательных глаголов)	Сложные времена (образуются с вспомогательными глаголами)
Изъявительное	Presente Imperfetto Passato remoto Futuro semplice	Passato prossimo Trapassato prossimo Trapassato remoto Futuro anteriore
Сослагательное	Presente Imperfetto	Passato Trapassato
Условное	Presente	Passato
Повелительное	Presente	–

Изъявительное наклонение (*indicativo*) используется для выражения фактических или реальных действий в разных временах. Данное наклонение имеет восемь времен. Четыре простых – *Presente* (настоящее, либо ближайшее будущее); *Imperfetto* (длительное прошедшее); *Passato remoto* (отдаленное законченное прошедшее); *Futuro semplice* (простое будущее); четыре сложных – *Passato prossimo* (завершенное недавнее пр.); *Trapassato prossimo* (предпрошедшее завершенное); *Trapassato remoto* (давнее предпрошедшее завершенное); *Futuro anteriore* (будущее предпрошедшее).

Сослагательное наклонение (*congiuntivo*) используется для выражения сомнительных, желательных, возможных или гипотетических действий, а также действий, которые зависят от чьего-то мнения, чувства, воли или влияния. Здесь имеется четыре времени, три из которых прошедшие. Все они описывают гипотетические действия, которые могли бы произойти, но не произошли: *Presente* (в настоящем или ближайшем будущем); *Imperfetto* (в незаконченном прошедшем); *Passato* (законченное прошедшее); *Trapassato* (отдаленное законченное прошедшее).

Условное наклонение (*condizionale*) используется для выражения потенциальных или предполагаемых действий, которые могут осуществиться при определенных условиях, содержит в себе два времени: *Presente* (настоящее условное время) – действия, которые могут произойти в ближайшем будущем при определенных условиях; *Condizionale passato* (прошедшее условное время) – действия, которые могли бы произойти в прошлом при определенных условиях.

Повелительное наклонение (*imperativo*) используется для выражения приказа, просьбы, совета или пожелания, содержит 1 время *Presente*.

Анализ приведенной схемы позволяет увидеть, что разнообразие времен в изъявительном наклонении менее обширно по сравнению с некоторыми другими романскими языками. В изъявительном наклонении имеется 1 настоящее, 5 прошедших, 2 будущих времени. Значит язык больше нацелен на описание событий прошлого с учетом четкой последовательности и распределения по временной шкале. Интересной является развитая структура сослагательного наклонения, в котором только одно время относится к настоящему, остальные дают отсылку к гипотетическому прошлому. Условное наклонение выделено в отдельную группу, и в итальянском синтаксисе часто выступает в качестве определенной грамматической и семантической опоры для сослагательного наклонения. Следует отметить, что сослагательное и условное наклонения широко употребимы в речевом поведении.

В лингвистической традиции сослагательное, а также условное наклонение имеет значение нефактивных, ирреальных, воображаемых ситуаций, которые «не существуют в настоящем и не существовали в прошлом» [Плунгян 2004: 14]. Тем самым сослагательное и условное наклонение относятся к типу ирреальных наклонений. У нефактивных наклонений существуют также другие прагматические функции: снижение категоричности высказывания, смягчение сообщения о намерении, может быть использовано в условной, целевой, дополнительной, относительной функциях. [Добрушина 2014]

Анализируя глагольную систему итальянского языка, можно отметить предпочтительность прошедшему времени и развитую систему ирреальных наклонений, с акцентом на прошедшее время. Вывод напрашивается сам собой: глагольная система итальянского языка больше нацелена на детальное описание реальных и ирреальных событий прошлого, а также предпочитает уходить от директности и категоричности высказывания. В то время как глагольная система русского языка, основанная на видовой форме глагола, ищет четкости понимания и разделения между целостным результативным и фоновым действием. Она нацелена на акцентирование реальных свершившихся действий, на конкретизацию результата и отделение его от процесса.

Литература

- Блох М.Я. Теоретические основы грамматики. М.: Высшая школа, 2004.
- Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С.17-33.
- Демьянков В.З., Кубрякова Е.С. Когнитивная лингвистика // Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Л.Г. Лузина, Ю.Г. Панкрац / под ред. Е.С. Кубряковой. М.: МГУ. 1996. С. 53-55.
- Добрушина Н.Р. Модальные предикаты и сослагательное наклонение // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегодной Международной конференции «Диалог». 2014. Вып. 13 (20). М.: Изд-во РГГУ. С. 150-161.
- Исаченко А.В. Грамматический строй русского языка в сопоставлении со словацким / Братислава: Словацкая академия наук, 1960.
- Карасик, В.И. Оценочная мотивировка, статус лица и словарная личность // Филология. 1994. № 3. С. 2-7.
- Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2001.
- Плунгян В.А. Предисловие // Ирреалис и ирреальность. Исследования по теории грамматики. М.: Гнозис, 2004. С. 9-27.

*Е.А. Федотова (Italy, Milan)
Bocconi University Milan
University of Milan UniMi
RUDN University*

HOW WE THINK ABOUT ACTION: LINGUO-COGNITIVE APPROACH TO THE VERB SYSTEM OF THE RUSSIAN AND ITALIAN LANGUAGES

This article discusses a linguo-cognitive approach to the analysis of the verbal system of the Russian and Italian languages. The article provides basic terminology, gives a brief description of the verb systems of languages and analyzes how the verb systems of Russian and Italian languages reflect cognitive processes, ways of thinking about actions and conceptual structures.

Key words: Russian language, Italian language, verb systems, comparative analysis, cognitive approach, linguistic personality.

*М.А. Фомина (Москва, Россия)
Московский городской педагогический университет
marinafomina7@gmail.com*

ПРОБЛЕМА АДЕКВАТНОГО СЕМАНТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ В КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

В статье рассматривается проблема получения адекватных семантических описаний языковых знаков, возникающая в отдельных работах по когнитивной лингвистике, в которых не проводится четкое разграничение между областью значения и областью денотации. Предлагаются результаты анализа недостаточно точных семантических толкований на примере предлогов *over* и *above* и формулируются гипотезы о содержании дифференциальных признаков в значении данных единиц; обосновывается подход к пониманию значения, учитывающий необходимость разграничивать значение и денотат.

Ключевые слова: компонентный анализ, значение языкового знака, денотат.

1. Введение

Задача получения адекватных и по возможности исчерпывающих описаний семантики языковых единиц сопряжена с проблемой разработки понятийного аппарата описания [Фомина 2016; Сулейманова, Фомина 2018]. При этом в рамках каждого отдельного научного исследования представляется релевантным выделять и уточнять, во-первых, группу понятий, формирующих общий фон исследования, и, во-вторых, те метапонятия, которые используются исследователем при формулировании гипотез [Сулейманова, Фомина, Тивьяева 2020: 14-15]. К метатерминам, составляющим фон исследования, относятся и такие имеющие длительную традицию употребления термины, как *значение языкового знака*, *денотат*, *референт*, *концепт* и др. Особенности понимания сущности значения языкового знака, его объема и соотношения с другими, смежными, но не тождественными явлениями и понятиями определяют методику исследования и описания, а также качество получаемых исследователем семантических описаний.

Целью исследования является обоснование подхода к пониманию значения, учитывающего необходимость разграничивать значение и денотат. Для достижения обозначенной цели на примере отдельных работ по когнитивной лингвистике выполняется анализ семантических описаний, ориентированных на отражение

различительных денотативных признаков, которые, как представляется, не входят в обозначаемое рассматриваемых языковых единиц. Для пространственных предлогов *over* и *above* предлагаются уточненные семантические описания, позволяющие определить условия употребления данных слов в контексте.

2. Проблема определения значения языковой единицы. Значение и денотат

Применительно к исследованиям, ставящим целью раскрытие и описание языковой картины мира как особой и своеобразной концептуальной системы, объективированной в языковых формах, А.В. Бондарко подчеркивает значимость концепций, сосредотачивающих внимание на «специфике языкового содержания в его связях с содержанием мыслительным» [Бондарко 2002: 100], существенно отличающихся от «широко распространенных разновидностей анализа, предметом которого являются главным образом денотативные аспекты семантики» [Там же]. Таким образом, автор предлагает разграничивать теории, основанные на бинарном членении семантического содержания, и теории, построенные по принципу трехчленной схемы дифференциации понятий и объединяющие как языковые, так и неязыковые сущности (как, например, представлено в работе [Coseriu 1970]), постулирующей наличие в лингвистическом значении референции). При этом О.Н. Селиверстова особо подчеркивает важность употребления термина *значение* для обозначения только означаемого языкового знака. Ученый отмечает, что для работ, в основе которых лежит трехчленная модель, характерен фокус на описании свойств референтов, обозначаемых языковыми знаками, что может привести к получению неверных по отношению к значению языкового знака результатов, представляющих собой описание не значения анализируемой единицы, а различных связанных с ее употреблением денотативных ситуаций [Селиверстова 2004: 76], которые часто подпадают под одно и то же значение. Так, в ряде исследований американских лингвистов, проведенных с опорой на метод компонентного анализа (см., например, работы [Lounsbury 1956; Goodenough 1956] и др.), значение слова отождествляется с его денотативным классом. Такой подход к пониманию значения не только представляется теоретически неточным и ориентированным на денотативные классы, но и может привести к неверным по отношению к значению результатам – ведь различительные признаки денотатов далеко не всегда находят отражение в компонентах значения [Селиверстова 2004: 88-89].

Далее покажем на примерах отдельных работ, как подобный подход к пониманию значения приводит к получению недостаточно точных семантических толкований, не позволяющих однозначно определить условия употребления рассматриваемых единиц в контексте, а также сформулируем гипотезу о содержании дифференциальных признаков пространственных предлогов *over* и *above*, которая после проведения верификационных процедур позволит уточнить семантические описания рассматриваемых единиц.

3. Фокус на описании сферы денотации как недостаток применения метода компонентного анализа

На описании свойств референтов, обозначаемых языковыми знаками, сосредоточились [Leisi 1985; Tyler, Evans 2003 и др.]. Так, в [Leisi 1985] семантический анализ слов строится на описании физических и количественных характеристик описываемых объектов – формы, толщины, материала, количества референтов и под. По мнению автора, в основу разграничения семантики таких слов, как, например, *tower* и *Turm* в английском и немецком языках соответственно, должны быть положены представления о форме референта и особенностях

расположения его плоскости опоры. Для подтверждения корректности полученных семантических описаний автор не обращается к информантам или к более широкому языковому материалу, который между тем показывает, что ряд высоких остроконечных объектов все-таки можно обозначить как *tower*, и заставляет усомниться в адекватности выдвинутой Э. Лейзи гипотезы о значении рассматриваемой единицы, – ср., например, корректное употребление слова *tower* для обозначения Эйфелевой башни, которая имеет явно выраженную остроконечную форму – *Eiffel Tower*.

Рассмотрим еще пример недостаточно точных семантических толкований, не позволяющих однозначно определить условия употребления рассматриваемых единиц в контексте. По мысли авторов работы [Tyler, Evans 2003], посвященной описанию семантики английских предлогов *over* и *above*, предлог *over* употребляется для описания ситуации, когда объект (траектор) в рамках заданной пространственной конфигурации располагается выше другого объекта (ориентира), но, что очень важно, в пределах потенциального контакта с ним – ср. высказывание (1) *She watched the plane fly over the city*, в котором самолет (траектор) осмысливается как такой, который можно увидеть и, возможно, даже услышать с земли и под., т.е. как способный оказать влияние на ориентир (город). Предлог *above*, как отмечают авторы, в отличие от *over* не вносит информацию о возможном влиянии объектов друг на друга, поэтому употребление *above* в следующем высказывании (2) *There are a few stray marks just above the line* вызывает неоднозначную интерпретацию – как будто имеющиеся над линией отметки (*a few stray marks*) соприкасаются с линией (*the line*) и даже заслоняют ее часть. Такая интерпретация семантических различий рассматриваемых предлогов представляется не вполне убедительной, т.к. в корпусе *Corpus of Contemporary American English* были обнаружены следующие примеры употребления предлога *above*, в которых описывается денотативная ситуация, очень похожая на представленную в высказывании (1), ср.:

The contrail of what appears to be a missile streaking into the California sunset was captured on video by a KCBS-TV news helicopter flying above Los Angeles at around 5 p.m. Pacific time [<https://www.english-corpora.org/coca/>].

Не отвергая идею наличия в семантической структуре предлога *over* функциональных семантических компонентов, нам все же представляется, что в приведенном высказывании и похожих релевантными оказываются следующие геометрические характеристики. Так, в контекстах с предлогом *over* в сочетании с глаголом движения (например, *fly*) может сообщаться о движении объекта (траектора) в рамках определенной пространственной конфигурации (например, над городом) над ориентиром. Таким образом, в примерах с предлогом *over* вносится информация (1) об определенном соотношении положения объектов (траектора и ориентира) на оси ординат и (2) о наличии определенной площади горизонтальной / наклонной поверхности / объемного пространства над ориентиром, в рамках которой / которого располагается / перемещается траектор. Ср. также *She threw a shawl over her shoulders* (Она накинула на плечи шаль), где опять вносится информация о наличии определенной площади покрытия объектом (шалью) поверхности тела протагониста.

Безусловно, построенные гипотезы нуждаются в дальнейшей экспериментальной проверке при помощи проведения корпусного эксперимента и уточнения полученных данных в результате интервью с носителями английского языка, однако приведенные примеры подтверждают необходимость установить соотношение между функциональными и геометрическими компонентами в семантической структуре

анализируемых слов, проводя четкое разграничение между областью значения и областью денотации. Семантические описания, построенные с учетом данного подхода, позволяют точнее определить условия употребления анализируемых единиц в контексте.

Литература

Бондарко А.В. Теория значения в системе функциональной грамматики (на материале русского языка). М.: ЯСК, 2002.

Селиверстова О.Н. Труды по семантике. М.: ЯСК, 2004.

Сулейманова О.А., Фомина М.А. Проблема разработки метаязыка семантического описания в современной лингвистике // *Методология современных семантических исследований в развитии и перспективе*. М.: Флинта, 2018. С. 163-176.

Сулейманова О.А., Фомина М.А., Тивьяева И.В. Принципы и методы лингвистических исследований. М.: Языки Народов Мира, 2020.

Фомина М.А. Концептуальные категории в контексте проблемы разработки метаязыка семантического описания // *Контекстуальные аспекты языка: константность и вариативность: сборник статей к юбилею О.А. Сулеймановой*. М.: Флинта, 2016. С. 223-233.

Coseriu E. Bedeutung und Bezeichnung im Lichte der strukturellen Semantik / Sprachwissenschaft und Übersetzen. München: Hueber, 1970. P. 104-121.

Goodenough W.H. Componential Analysis and the Study of Meaning // *Language*. V. 32. 1956. № 1. P. 195-216.

Leisi E. Praxis der englischen Semantik. Heidelberg: Winter, 1985.

Lounsbury F. A Semantic Analysis of the Pawnee Kinship Usage // *Language*. V. 32. 1956. № 1. P. 158-194.

Tyler A., Evans V. The Semantics of English Prepositions: Spatial Scenes, Embodied Meaning, and Cognition. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

M.A. Fomina (Moscow, Russia)
Moscow City University

THE PROBLEM OF ADEQUATE SEMANTIC DESCRIPTIONS IN COGNITIVE LINGUISTICS

The paper deals with the problem to obtain adequate semantic descriptions of linguistic signs which may arise when linguists concentrate on the properties of the referents denoted by linguistic signs and therefore are doing referential, or denotational, semantics. The paper 1) makes an analysis of such descriptions, 2) puts forward a hypothesis about the meaning of prepositions *over* and *above* which can explain the empirical data; 3) stresses the need to distinguish between meaning and denotation if we aim at stricter semantic definitions that will enable the user to distinguish the units.

Key words: componential analysis, the meaning of linguistic signs, denotation.

Т.В. Хвесько., Н.Ю. Басуева (Тюмень, Россия)
Тюменский государственный университет
t.v.khvesko@utmn.ru; n.y.basueva@utmn.ru

ЭФФЕКТ ИНФОРМАТИВНОГО КОДА В АВТОБИОГРАФИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

В статье описывается исследование автобиографического текста Эрнеста Хемингуэя 'A Moveable Feast' («Праздник, который всегда с тобой») в рамках лингвокогнитивного подхода; особое внимание уделено *интертекстуальности и формированию социокогнитивной доминанты* при индивидуальности авторской концептосферы.

Ключевые слова: интертекст, социокогнитивная доминанта, фрейм, информативный код, концептуализация, категоризация.

Исследование автобиографического текста Э. Хемингуэя «Праздник, который всегда с тобой» проводится в рамках лингвокогнитивного подхода, где особое внимание уделяется такому параметру, как *интертекстуальность*, в связи с этим немаловажное значение приобретают категории текста: художественный концепт и когнитивная доминанта, авторская концептосфера и индивидуальность мировосприятия.

Мы следуем французской традиции, когда мемуарные сочинения рассматриваются как литературный жанр с автобиографическим началом, личностью автора, а также художественными описаниями прошлого и настоящего, реального и вымышленного. Мы показываем проживание и переживание всего происходящего в жизни писателя как творческого действия, способа самопознания и осознания своего существования.

С точки зрения когнитологии, языковая картина мира писателя воспринимается не просто как объект лингвистического исследования, а нечто большее, т.е. человеческое мышление не отражает реальность, а конструирует ее в виде объекта своего познания. Рассматривая автобиографический текст с позиции когнитологии, мы сталкиваемся с понятием социокультурного кода, несущего сведения о формировании текста [Хвесько, Нагель, Басуева 2021]. Такая концепция складывается за счет процессов семантизации и постепенной текстуализации внетекстового материала, когда факты жизни писателей вводятся в пространство литературных текстов.

Формируя, на первый взгляд, новый текст, писатель попадает в условную матрицу межтекстовых взаимодействий. «В основе замысла любого текста, лежат сложные и многомерные иерархически организованные фреймовые конфигурации, в которых представляется возможным выделить центральные или стержневые фреймы [Беляевская 2023:19]. Читатель, в свою очередь, декодируя текст, преодолевает наличный состав языка, манипулируя информативными кодами, приблизительно слагает интенцию авторского замысла. Следовательно, интертекстуальность представляет собой особую систему, при осмыслении которой необходимо конкретизировать ряд типологически разнородных, структурно-категориальных отношений, верифицировать функции интертекста в рамочных пределах культуры. Таким образом, весь человеческий опыт и культура представляют собой *интертекст*. Рассматривая такие признаки автобиографического текста, как *интертекстуальность*, мы вслед за Р. Бартом и Ж. Дерридой ставим под сомнение вопрос о первичности нового текста.

По мнению авторов, не существует каких-то истоков, текст образуется из читанных ранее и неуловимых «цитат без кавычек» [Барт 1994: 418]. Начала письма не существует, любое письмо – отражение ранее написанного письма, в котором также обнаруживаются «следы», отсылающие к другим текстам [Деррида 2007].

Рассматривая художественные концепты в тесной связи с авторской концептосферой, мы пытаемся выявить содержание индивидуальных доминирующих концептов, присущих конкретному писателю. Концепты художественного текста воплощают авторский замысел, реализуя когнитивно-сюжетную сетку произведения, т.е. концепты языковой личности писателя в процессе создания произведения обретают статус «художественных концептов». По мнению Л.В. Миллера, «Художественный концепт» – это «сложное ментальное образование, принадлежащее не только индивидуальному сознанию, но и психоментальной сфере определенного этнокультурного сообщества» как универсальный художественный опыт, зафиксированный в культурной памяти и способный выступать в качестве строительного материала при формировании новых художественных смыслов» [Миллер 2004: 42]. Интерпретируя текст на семантическом уровне, мы говорим о концептуализации действительности и в качестве когнитивной доминанты рассматриваем концепт.

Грустное, порою, мрачное настроение часто ассоциируется в воспоминаниях писателя с осенью, холодной дождливой погодой, остывшим, не протопленным жилищем: *bad weather, cold wind, sodden leaves, shut windows at night, cold chimney*. Мотив холода и грусти мгновенно омрачает воспоминания о Париже осенью, который становится унылым, с мокрыми черными улицами, зловонными кафе и дурно пахнущими завсегдатаями: *the sadness of the city, the wet blackness of the street, strong odor, ill-smelling*. Однако, творчество и успешно завершенная работа наполняли писателя силой, разворачивая осознание красоты, приятных ощущений и теплых воспоминаний: *a pleasant café, a wonderful rum, warm spirit, a pretty girl with a fresh face, feeling happy, making plans*.

Силу писательского мастерства Э. Хемингуэй черпает в изобразительном искусстве. Так, рассматривая картины импрессионистов, Хемингуэй сам не может объяснить, что он находит в них, но они помогают ему писать более объемно и глубоко. Живопись Сезанна учила Хемингуэя тому, что простых фраз мало для хорошего письма, неведомая и необъяснимая тайна открывалась ему в полотнах художника:

I went there nearly every day for the Cézannes and to see the Manets and the Monets and the other Impressionists that I had first come to know about in the Art Institute at Chicago. I was learning something from the painting of Cézanne that made writing simple true sentences far from enough to make the stories have the dimensions that I was trying to put in them. I was learning very much from him but I was not articulate enough to explain it to anyone. Besides it was a secret.

Я ходил туда почти каждый день из-за Сезанна и чтобы посмотреть полотна Мане и Моне, а также других импрессионистов, с которыми впервые познакомился в Институте искусств в Чикаго. Живопись Сезанна учила меня тому, что одних настоящих простых фраз мало, чтобы придать рассказу ту объемность и глубину, какой я пытался достичь. Я учился у него очень многому, но не мог бы внятно объяснить, чему именно. Кроме того, это тайна.

Когнитивная деятельность Хемингуэя совершенствуется волевыми усилиями и дисциплиной. В начале творческого пути, будучи бедным журналистом,

Э. Хемингуэй ищет способы совершенствования письма, оставляя на ночь недописанным рассказ, чтобы подосознание завершило..., организует эффективное чередование письма и отдыха, после работы изменяя род занятий. В настоящем микроконтексте ожидание нужной фразы в сознании автобиографического героя соотносится с восприятием информативного кода, не только с ментальными процессами, но и с визуальным и аудиальным модусами (фраза, которую я уже видел, либо слышал от кого-то). Вслед за Е. А. Огневой мы рассматриваем текстовый информативный код, как совокупность лексико-грамматических и синтаксических информативов, обеспечивающих причинно-следственные связи построения текстовой сюжетно-тематически обусловленной материи [Огнева 2023: 80].

Восприятие автобиографического героя в исследуемом тексте представлено несколькими модусами: визуальным (цвет, свет, яркость, живопись, картина и т.д.), аудиальным (звуки), тактильным (касания, текстура), обонятельным, вкусовым и соматическим (боль, физическое ощущение опустошенности и т.д.). Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в исследуемом тексте в качестве когнитивной доминанты языкового сознания автора выступает поиск информативного кода; автор ожидает вдохновения, когда же придет та единственно верная фраза, с которой начнется рассказ:

I would stand and look out over the roofs of Paris and think, "Do not worry. You have always written before and you will write now. All you have to do is write one true sentence. Write the truest sentence that you know.

So finally I would write one true sentence, and then go on from there.

It was easy then because there was always one true sentence that I knew or had seen or had heard someone say.

Я стоял у окна, глядел на крыши Парижа и думал: «Не волнуйся. Ты писал прежде, напишешь и теперь. Тебе надо написать только одну настоящую фразу. Самую настоящую, какую ты знаешь». И, в конце концов, я писал настоящую фразу, а за ней уже шло все остальное. Тогда это было легко, потому что всегда из виденного, слышанного, пережитого всплывала одна настоящая фраза».

Роман Хемингуэя 'A Moveable Feast' – это история о вечном празднике в Париже, где начинающий, полный сил и амбиций писатель работал в 20-е гг. XX в., будучи молодым и бедным, хотел стать богатым и знаменитым. На наш взгляд, концепт COGNITION (ПОЗНАНИЕ) выступает в качестве концепта-доминанты, потому что основное внимание в тексте уделено именно процессу познания. Поскольку целью нашего исследования явилось описание модели формирования социокогнитивной доминанты автобиографического текста Э. Хемингуэя, то следует отметить многоуровневый способ анализа: первый уровень подразумевает декодирование авторского замысла, интенции автора (интертекстуальные, непреднамеренные отсылки к произведениям искусства - картинам Сезана, яркому контрастному описанию природных объектов). Анализ на этом уровне включает выделение когнитивных доминант (призм восприятия) авторского сознания в тексте. Второй уровень модели включает выявление концептов-доминант (деревья как изваяния, хрустящий снег под ногами), а третий – позволяет определить форму социокогнитивной доминанты в сознании автора как поиск информативного кода.

Литература

Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1994.

Беляевская Е.Г. О бинарной структуре когнитивных оснований текстоформирования // Когнитивные исследования языка. М. – Тамбов. 2023. Вып. 2 (53). С. 18-26.

Деррида Ж. Позиции. М.: Академический Проект, 2007.

Миллер Л. В. Лингвокогнитивные механизмы формирования художественной картины мира (на материале русской литературы): автореф. дисс. ... д. филол. н. СПб., 2004.

Огнева Е.А. Синергия информативов текстового информативного кода (на материале произведения В. Скотта "Waverley; or 'Tis sixty years since") // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 4 (872). С. 80-85.

Хвесько Т.В., Нагель О.В., Басуева Н.Ю. Фразеологизмы как проявление культурного кода // Язык и культура. 2021. № 54. С. 81-93.

Hemingway E. A Moveable Feast. NY: Charles Scribner's Sons. 1964.

T.V. Khvesko, N.Yu. Basueva (Tyumen, Russia)
University of Tyumen

THE EFFECT OF INFORMATIVE CODE IN AUTOBIOGRAPHICAL TEXT

The article describes the study of Ernest Hemingway's autobiographical text 'A Moveable Feast' within the framework of a linguocognitive approach; special attention is paid to intertextuality and the formation of a sociocognitive dominant with the individuality of the author's concept sphere.

Key words: intertext, sociocognitive dominant, frame, informative code, conceptualization, categorization.

Е.Г. Хомякова (Санкт-Петербург, Россия)
Санкт-Петербургский государственный университет
e.khomyakova@spbu.ru

ЛИНГВО-КОГНИТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СЕНСОРНО-ПЕРЦЕПТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ

Работа посвящена выявлению роли восприятия в познавательной деятельности человека на разных этапах становления его сознания, в формировании им языковой картины мира, центральной и неотъемлемой частью которой он себя осознает и репрезентирует, осуществляя речемыслительную деятельность эгоцентричную по своей природе.

Ключевые слова: перцепция, картина мира, речемыслительная деятельность, индивид, социум, эгоцентризм.

Конец XX в. и начало XXI в. отмечены очевидной прагматизацией лингвистической науки, сопровождающейся антропоориентированным подходом к изучению языка и речевой деятельности, что способствует осуществлению многоуровневых исследований в области антропологической лингвистики, коммуникативной и когнитивной лингвистики, концептологии, лингвокультурологии, проводимых на материале полижанровых дискурсивных образований. Последние годы внимание лингвистов все больше привлекает языковая репрезентация восприятия и оценки окружающего мира, его культурно-ценностной составляющей и тема человека познающего как субъекта эгопространства. В этой связи особую актуальность приобретают исследования, посвященные становлению языкового сознания человека, закономерностям формирования и функционирования его эгоцентризма на разных

уровня речемыслительной деятельности [Безукладова 2013; Болдырев 2015; Касевич 1996; Падучева 2019; Харченко 2023; Хомякова 2002; Хомякова 2010].

Известно, что свои первые частеречные классификации Платон строил на связи человека и природы, т.е. на наблюдениях, каким образом она отражена в значениях имени и предиката. Тема окружающего мира, его восприятия и языковых репрезентаций не теряет своей актуальности в лингвистике до настоящего времени, подтверждая значимость перцептивных процессов в развитии когнитивного потенциала человека с учетом становления его эгоцентризма. Следует отметить, что лингвофилософская трактовка эгоцентризма в отличии от его морально-этического определения (неумение учитывать и признавать интересы и точку зрения другого, отличную от собственной) формулируется как особая способность Homo sapiens воспринимать и отражать в языке образ окружающего мира, центральной частью которого он себя сознает и хранит в своем сознании. Слово, предложение и текст, реализуя свои номинативные характеристики, доминирующие для слова, предикативные – для предложения и эгореференциальные – для текста, выступают основными актуализаторами эгоцентризма речемыслительной деятельности, формируя в совокупности многомерное эгоцентричное полотно языковой картины мира [Хомякова 2002].

При всем различии подходов, представители антропо- и психолингвистики, современной философии языка, когнитологии, лингвокультурологии сходятся в толковании восприятия как особого вида знания. Обосновывая свою точку зрения по поводу взаимосвязи, существующей между процессом восприятия, мыслительной деятельностью и процессом получения и передачи знаний, известный философ М. Грин подчеркивает недопустимость различия между «мыслительной деятельностью» и «восприятием» [Greene 1993: 116-117] и приводит слова американского психолога-когнитолога Дж. Гибсона, свидетельствующие о значительной роли, которую играет восприятие в ходе усвоения информации: «...процесс восприятия представляет собой расширение наших знаний...» [Gibson 1979: 258]. Заложенная способность сенсорного восприятия имеет большое значение для становления познавательной деятельности человека, овладения им языковыми и коммуникативными навыками. Таким образом, сенсорное восприятие окружающего мира играет существенную роль в формировании биологического self и закладывает основы self социального, т. е. говорящего, мыслящего и познающего. Трактовка восприятия как одной из начальных форм знаний, говорит о его готовности быть не только существом биологическим, но и социальным, т. е. говорящим, мыслящим и познающим [Хомякова 2002:101]. Именно органы восприятия, которые выполняют роль информационных рецепторов передают индивиду информацию о характеристиках и структуре окружающего мира, формируя таким образом его языковую картину.

Основы познавательной деятельности, которая была бы невозможна без восприятия окружающего мира, закладываются уже в начальный период становления сознания человека в процессе формирования эгоцентризма его речемыслительной деятельности. В силу высокого уровня развития мыслительного аппарата и сложной системы информационных рецепторов, каждый из которых опосредованно влияет на формирование когнитивного потенциала, индивид получает целостное представление о структуре и характеристиках своего бытийного пространства. Органы перцепции, таким образом, являются тем идеальным инструментом, который в течение всей жизни связывает живой организм с окружающим миром, предоставляя ему

исчерпывающую информацию, сознательная интерпретация которой происходит на уровне развитого сознания и самосознания.

Исключительно важным для целей данной работы является определение категорий сознания и самосознания, которое предлагает В.Б. Касевич: «...сознание – это такой вид психического отражения, которому свойственна эгоцентричность; иначе говоря, сознание есть только в том случае, когда налицо образ отражающего Я, эго, что соответствует понятию самосознания» [Касевич 1996: 104-105]. Разделяя подход В.Б. Касевича относительно тесной взаимосвязи, существующей между категориями сознания и самосознания, следует отметить необходимость учитывать стадиальность формирования сознания: «...индивидуум с априорно заданными способностями к восприятию (начальная стадия) в результате развития субъектно-объектных (промежуточная) и субъектно-субъектных отношений на базе взаимодействия с окружающим миром приходит к наивысшему уровню развития сознания, самосознанию (завершающая стадия)» [Хомякова 2002: 120-121].

Чрезвычайно важным фактором, влияющим на развитие речемыслительной деятельности индивида и, следовательно, на его становление как языковой личности, является характер взаимосвязей, сложившихся между ним и объектами живой и неживой природы. Их можно представить в виде сложной системы взаимозависимостей, своеобразной доминантой которых выступает сам индивид, чья деятельность и связь с миром имеет когнитивно-перцептивную основу и эмоционально-оценочную репрезентацию, эксплицирующуюся в трехмерном пространстве языка.

В отличие от прочих живых организмов, человек воспринимает окружающую действительность опосредованно, подвергая образ, интегрированный в его мысленном мире, обработке, которая, по сути, и превращает его в эквивалент того, что существует вне его сознания. Таким образом, окружающее пространство в виде бесконечного множества отражаемых образов (схем) хранится в сознании индивида. Большинство из этих схем приобретает в опыте, но основные схемы, как утверждает У. Найссер, являются врожденными [Найссер 1981]. Результаты восприятия, качество и количество извлекаемой информации, ее интерпретация и оценка в значительной степени субъективно окрашены и зависят от уровня интеллекта, эрудиции и познавательных возможностей воспринимающего субъекта. Перцептивная, рефлексивная и речевая деятельность взаимосвязаны и, представляя собой этапы познания окружающего мира, могут быть доступны для лингвистического анализа на материале текста художественного произведения, изучаемого как прототип естественного языка, который служит решению творческих задач писателя, эгоцентрирующего языковое полотно относительно своего эго в определенном месте и в определенное время [Хомякова 2010].

Подобный подход к восприятию и пониманию своего положения в пространстве характеризует не только индивида, но и социум, представителем которого он является. В этой связи В.Б. Касевич отмечает: «Как индивидуум всегда эгоцентричен уже тем, что моделирует действительность, отсчитывая от себя, так и данное человеческое сообщество социоцентрично, именно себя помещая в центр мира [там же: 135].

Профессор антропологии Э. Холл в своей книге «Скрытое измерение» предлагает сложную классификацию типов окружающего пространства, основанную на деятельности различных органов перцепции взрослого человека. Так, например, он выделяет визуальное, слуховое, обонятельное, термальное и тактильное пространства,

причем каждый из выделенных видов поддается дальнейшей классификации в зависимости от участия в процессе восприятия различных частей тела, например, мышц или кожи, а также от дистантности расположения индивидуума относительно окружающих его и воспринимаемых им объектов. Особую роль автор отводит выявлению особенностей восприятия пространственных параметров представителями различных культурных и социальных групп. Он, например, отмечает, что в ходе продолжительного исторического развития и культурной эволюции каждая культурная социальная общность людей овладевает собственной устоявшейся системой традиций и обычаев. Эта система находит свое отражение в специфике поведенческих норм и восприятия антропопространства, что, в свою очередь, проявляется, по его мнению, в своеобразии речемыслительной деятельности представителей определенной культуры [Hall 1966].

Подытоживая сказанное, можно заключить, что восприятие окружающего мира как основа моделирования его картины и условие формирования эгоцентризма речемыслительной деятельности индивида и социума, обеспечивает осуществление познавательного процесса, и в рамках триады – *перцепция-рефлексия-язык* – функционирование человека как существа биологического и социального, который в ходе своей когнитивно-коммуникативной деятельности репрезентирует определенные гендерно-статусные и национально-культурные ценности.

Литература

- Безукладова И.Ю.* Пространство человека и его языковая категоризация. Тамбов: Изд. дом ТГУ, 2013.
- Болдырев Н.Н.* Принцип антропоцентризма в языковом конструировании пространства // Когнитивные исследования языка. 2015. № 23. С.30-39.
- Касевич В.Б.* Буддизм. Картина мира. Язык. СПб.: Петербургское Востоковедение, 1996.
- Падучева Е.В.* Эгоцентрические единицы языка. М.: ЯСК, 2019.
- Харченко В.К.* Лингвосенсорика: Фундаментальные и прикладные аспекты. М.: URSS, 2023.
- Хомякова Е.Г.* Эгоцентризм речемыслительной деятельности: дисс. ... д-ра филол. наук.. СПб., 2002.
- Хомякова Е.Г.* Когнитивно-информационная ситуация как инструмент исследования познавательной функции языка//Перцепция. Рефлексия. Язык. СПб: СПбГУ, 2010.
- Gibson J.J.* The Ecological Approach to Visual Perception. Boston, 1979.
- Greene M.* The Primacy of the Ecological Self // The Perceived Self. Ecological and Interpersonal Sources of Self-Knowledge / ed. by U. Neisser. Cambridge, 1993.
- Hall E.T.* The Hidden Dimension. Cambridge, 1966.
- Neisser U.* Five Kinds of Self-Knowledge // Philosophical Psychology. 1988. № 1(1). P. 35-59.

*E.G. Khomyakova (Saint-Petersburg, Russia)
Saint-Petersburg State University*

LINGUIO-COGNITIVE POTENTIAL OF SENSORY-PERCEPTUAL PROCESSES

The paper deals with the identification of the perception role in human cognitive activity at different stages of formation of his consciousness, in the formation of a linguistic world view, the central and integral part of which he realizes and represents himself, carrying out speech and thought activity, which is originally egocentric.

Key words: perception, world view, speech and thinking activity, individual, society, egocentrism.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Использование интернета технологий в изучение немецкого языка в последние годы становится все более популярным. С появлением дистанционного обучения студентов теперь могут изучать немецкий язык онлайн, не выходя из дома, в своем собственном темпе.

Ключевые слова: интернет-технологии, изучение немецкого языка, дистанционное обучение, онлайн-образование, методика интернет-образования, геймификация.

В России элементы дистанционного обучения стали активно внедряться с начала 1991 г. Одним из наиболее существенных преимуществ онлайн-образования является его доступность. Студенты могут получить доступ к материалам курса из любой точки мира, если у них есть подключение к интернету. Это означает, что они могут учиться своим собственным темпе и по собственному расписанию, что особенно полезно для тех, у кого плотный график или кто живет в разных часовых поясах.

Еще одним преимуществом онлайн-образования является гибкость, которое оно предлагает. Студенты могут выбирать, когда и где они хотят учиться, что может помочь сбалансировать учебу с другими обязательствами, такими как работа или семейные обязанности. Кроме того, онлайн-курсы часто позволяют учащимся взаимодействовать с преподавателями и другими учащимися через онлайн-форумы и видеоконференции, что способствует сотрудничеству и отлично мотивирует.

Недостатком онлайн-образования является возможность отвлечения внимания. С таким количеством отвлекающих факторов в интернете учащимся может быть трудно сосредоточиться на материале курса. Это может привести к отсутствию вовлеченности и в конечном итоге повлиять на их способность эффективно учиться. Хотя, говоря о взрослых обучающихся, которые серьезно настроены, это не является препятствием в достижении цели.

Что касается будущего дистанционного обучения, то многие эксперты предсказывают, что его популярность ближайшие годы продолжит расти, поскольку технологии продолжают развиваться. Мы можем ожидать появления еще более инновационных способов представления онлайн-образования, таких как виртуальная реальность.

Мультимедийные технологии произвели революцию в преподавании и изучении иностранных языков. Эти технологии сделали изучение языка более интерактивным, увлекательным и эффективным. В этой статье мы обсудим некоторые мультимедийные технологии, которые обычно используются при изучении иностранных языков.

Одними из наиболее широко используемых мультимедийных технологий в изучении языков являются аудио- и видеоматериалы. Аудиоматериалы, такие как подкасты, песни и аудиокниги являются отличными ресурсами для улучшения навыков аудирования. Видеоматериалы дают учащимся возможность практиковать навыки говорения.

Компьютерные мультимедийные технологии также широко используются в изучении языков. Эти технологии включают программное обеспечение для изучения языков, мобильные приложения и онлайн-курсы. Программное обеспечение для изучения языков, такое как Rosetta Stone и Duolingo, использует интерактивные

упражнения и игры для обучения иностранным языкам. Мобильные приложения, такие как Babbel и Memrise, позволяют учащимся изучать язык на ходу. Онлайн-курсы, такие как Coursera и EdX, также являются отличными ресурсами для учащихся, которые хотят изучать иностранный язык в своем собственном темпе.

Виртуальная реальность (VR) – еще одна мультимедийная технология, которая используется при изучении языков. VR предоставляет учащимся захватывающий опыт обучения, который имитирует реальные жизненные ситуации. В виртуальной реальности учащиеся могут практиковать навыки говорения и аудирования в безопасной и контролируемой среде. Технологию VR также можно использовать для создания программ виртуального языкового погружения, которые имитируют реальные языковые ситуации, такие как заказ еды в ресторане или покупка билета на поезд.

Мультимедийные технологии также могут быть использованы для улучшения преподавания языка в аудитории. Мультимедийные технологии также позволяют преподавателям создавать интерактивные упражнения и игры, которые вовлекают учащихся и способствуют овладению языком.

Мультимедийные технологии изменили способ преподавания и изучения иностранных языков. Эти технологии предоставляют учащимся широкий спектр ресурсов и инструментов, которые могут улучшить языковые навыки в увлекательной форме. Хотя традиционные методы обучения в классе по-прежнему ценны, мультимедийные технологии предлагают учащимся более интерактивный и эффективный способ изучения иностранных языков.

Существует множество различных методов онлайн-обучения, наиболее популярными из которых являются видеолекции, онлайн-форумы и интерактивные упражнения. Интернет-технологии произвели революцию в том, как мы учимся, и это, безусловно, относится к немецкому языку. Дистанционное обучение предлагает ряд преимуществ, включая доступность и гибкость, но оно также имеет и свои недостатки, такие как отсутствие личного взаимодействия. Тем не менее, поскольку технологии продолжают развиваться, все чаще появляются еще более инновационные методы онлайн-образования.

Исследования показывают, что более 35% студентов за год посещают онлайн-курсы. Это значительный рост по сравнению с тем, что было всего несколько лет назад, когда онлайн-обучение было относительно новой концепцией. Студенты могут получить доступ к материалам курса в любое время и из любого места, где есть подключение к Интернету. Это особенно привлекательно для тех, у кого есть рабочие или семейные обязательства, которые затрудняют посещение традиционных занятий. Обучающиеся могут выбирать из широкого спектра предметов и уровней, от курсов базовых навыков до программ повышения квалификации. Это означает, что онлайн-обучение доступно для учащихся всех возрастов и профессий.

Более подробно хотелось бы остановиться на одной интересной методике «Геймификация на занятиях иностранного языка», она содержит в себе игровые элементы и механики в процессе обучения для повышения вовлеченности и мотивации. Она направлена на то, чтобы сделать изучение языка более интерактивным, приятным и эффективным.

Для геймификации в изучении языка можно использовать различные методы и инструменты, такие как:

1. Системы баллов и вознаграждений: присвоение баллов или виртуальных вознаграждений за выполнение заданий или достижение языковых вех.

2. Таблицы лидеров и соревнование: создание ощущения соперничества путем отображения рейтинга учащихся или прогресса.

3. Отслеживание прогресса: использование индикаторов выполнения или визуальных индикаторов для отслеживания достижений в изучении языка.

4. Значки и достижения: вручение цифровых значков или достижений в знак признания достижений.

5. Интерактивные викторины и задачи: включение игровых викторин и задач для закрепления языковых навыков.

6. Виртуальные симуляции и ролевые игры: создание виртуальных сценариев для студентов, чтобы они могли практиковать языковые навыки в реальных условиях.

7. Приложения и платформы для изучения языка: использование приложений и платформ для изучения языка, включающих игровые элементы.

Геймификация в изучении языка предлагает несколько преимуществ и аспектов, в том числе:

1. Повышение мотивации. Геймификация делает изучение языка более увлекательным, побуждая учащихся к активному участию и упорству в учебе.

2. Улучшенный процесс обучения. Благодаря мгновенной обратной связи и использованию интерактивных элементов геймификация позволяет сделать обучение более захватывающим и самостоятельным.

3. Индивидуальное обучение. Элементы геймификации можно адаптировать к индивидуальным потребностям, что позволяет учащимся ставить цели, отслеживать прогресс и получать целевую обратную связь.

4. Социальное взаимодействие: игровое изучение языка часто включает в себя сотрудничество, конкуренцию или социальные функции, способствуя взаимодействию между учащимися и создавая чувство общности.

5. Развитие навыков. Благодаря игровым действиям учащиеся могут улучшить различные языковые навыки, такие как словарный запас, грамматика, произношение и культурное понимание.

6. Долгосрочное участие: геймификация способствует непрерывному обучению, предлагая чувство прогресса, вызовы и награды, что приводит к устойчивому интересу и приверженности.

Процесс обучения иностранному языку улучшается с помощью современных подходов, повышается мотивация обучающихся и способствует развитию навыков посредством интерактивных и увлекательных занятий.

Литература

Бороненко Т.А., Кайсина А.В., Федотова В.С. Активные и интерактивные методы педагогического взаимодействия в системе дистанционного обучения // Научный диалог. 2017. № 1. С. 227-243.

Емельянова Н.А. Формирование оптимальной мотивации овладения иностранным языком студентами неязыкового вуза / Н. А. Емельянова. – Нижний Новгород, 1997.

Храмкин П.В. Геймифицируй это: как урок превратить в игру / Онлайн-обучение iSpring. URL: <https://www.ispring.ru/elearning-insights/gameschool/> (дата обращения: 21.08.2023).

Hodges Ch., Moore S., Locke B., Trust T., Bond M. The Difference Between Emergency Remote Teaching and Online Learning, 2020.

Moore M.G., Kearsley G. Distance education: A Systems view of online learning (3rd ed.). Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning, 2011.

CONCEPT FOR THE DEVELOPMENT OF DISTANCE EDUCATION

The use of internet technology in learning German has become increasingly popular in recent years. With the advent of distance learning, students can study now German online from the comfort of their own home, at their own place. This has led to many advantages and disadvantages of online education, which we will explore in this article, as well as discuss the future of distance learning and the different methods of online education.

Key words: Internet technologies, learning German, distance learning, online education, methodology of online education, gamification.

*О.А. Шеришуква (Москва, Россия)
Дипломатическая академия МИД России
okshera@yandex.ru*

КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ИМЕН С СИНОНИМИЕЙ ЧИСЛОВЫХ ФОРМ

В статье идет речь о концептуализации имен функциональных множеств, которые обозначают парные и сложные объекты, которые могут быть представлены формой множественного числа и единственного числа. Автор рассматривает данное явление на материале португальского языка в сопоставлении с русским.

Ключевые слова: концептуализация, функциональные имена, единственное и множественное число, синонимия форм числа.

Любой естественный язык «отражает определенный способ восприятия мира», другими словами, «владение языком предполагает владение концептуализацией мира, отраженной в этом языке», поэтому совершенно очевидно, что при изучении иностранного языка необходимо уделять значительное внимание неявным компонентам смысла, формирующим языковую концептуализацию мира, «поскольку их истинность носители языка обычно воспринимают как нечто само собою разумеющееся», не обращая внимания «на “скрытые” компоненты значения» [Шмелев 2012: 286, 307]. Выявление скрытых компонентов смысла является одной из задач когнитивной науки, поскольку «именно через язык мы получаем основные знания о мире, и именно на языке мы излагаем эти знания», но «за всем этим стоит конкретная мыслительная деятельность, определенные когнитивные процессы» [Болдырев 2014: 19]. В нашем исследовании мы решили обратиться к выявлению таких «скрытых» смыслов языковых явлений, которые на первый взгляд кажутся совершенно очевидными. Так, несомненный интерес с позиций когнитивных исследований представляют существительные, которые могут иметь двоякую интерпретацию, что отражается на их числовом поведении. К таковым, несомненно, относятся имена функциональных множеств, обозначающие парные и сложные органы человека и животных и состоящие из двух или нескольких однородных частей, сосредоточенных в одном месте, но функционирующие «как единое целое» [Плунгян 2011: 211].

Целью настоящей работы является анализ имен функциональных множеств, характеризующихся синонимией форм единственного и множественного числа, в португальском языке в сопоставлении с их русскими эквивалентами. Наиболее явно это представлено в лексеме *cabelo-cabelos волос-волосы*. В русском языке формой единственного числа *волос* обозначается как единичный элемент совокупного множества (*искать волос в супе*), так и совокупное множество в целом (*волос длинен, да ум короток*), в ряде контекстов словоформа единственного числа употребляется для обозначения вещества (*конский волос*), а формой множественного числа лексемы *волосы*, которая и является наиболее употребительной, обозначается совокупность дискретных элементов малого размера (см. подробнее [Ляшевская 2004: 43, 167, 279]).

В португальском языке отмечается нейтрализация форм единственного и множественного числа при обозначении волосяного покрова на голове человека, причем на выбор формы числа не оказывает влияние ни объем, ни тип волосяного покрова (колечки, завитки, пряди, косы и т.п.), ни гендерный фактор, поскольку у женщин чаще встречаются густые, длинные волосы по сравнению с мужчинами, например: ед. число: *...a carvoeira, o cabelo esguedelhado em repas secas* (Еça de Queirós) ‘...у торговки углем **волосы были растрепаны и свисали, словно пакля**’; *...ainda desgrenhada, o cabelo comprido caído pelas costas* (B. Santareno) ‘...она была вся **растрепанная, длинные волосы ниспадали ей на спину**’; *Tinha o cabelo rijo com caracóis largos* (A. M. Magalhães) ‘У нее были **жесткие волосы, вьющиеся колечками**’. Ср. мн. число: *...uma rapariga de cabelos ruivos* ‘...девушка с **рыжими волосами**’; *...uma senhora de cabelos brancos* (A. M. Magalhães) ‘...дама с **седыми волосами**’; *Puxando mais os cabelos de Ângelo* ‘Она вцепилась в **волосы Анджело**’. При обозначении множественного референта может также использоваться как форма единственного, так и множественного числа: *Tinham o cabelo cheio de bocadinhos de palha* (A. M. Magalhães) ‘У **них в волосах** было полно кусочков соломы’. Ср. *Agarraram-se pelos cabelos* (B. Santareno) ‘**Они друг другу вцепились в волосы**’. Синонимичность форм числа подчеркивается тем, что и в одном тексте, и в одном линейном ряду волосы одного и того же человека могут быть обозначены любой формой числа: *...o seu cabelo louro um pouco desmanchado* ‘...ее несколько **растрепанные светлые волосы**’ – *Araixonou-se pelos seus cabelos louros* (Еça de Queirós) ‘Он влюбился в **ее светлые волосы**’; *As gémeas começaram a secar o cabelo* com um secador ‘**Близняшки** начали сушить **волосы** феном’ – *A Teresa e a Luísa, de cabelos ao vento*... (A. M. Magalhães) ‘**Тереза и Луиза** с развевающимися на ветру **волосами**’; *...dias houve em que os meus cabelos não conheceram pente nem escova. (...) Em época de cabelo curto, claro, prefiro-os curtos os cabelos* (M. Zambujal) ‘...были времена, когда **мои волосы** не знали ни расчесок, ни щеток. (...) Когда все носят **короткие волосы**, я тоже хожу с **короткими волосами**’. Для передачи значения единичного элемента необходимо оформить лексему *cabelo* в форме единственного числа неопределенным артиклем: *um cabelo branco aparece a qualquer, mesmo bebês, há casos* (M. Zambujal) ‘**седой волос** может появиться у любого, даже у младенца’.

Теперь обратимся к употреблению лексемы *miolo-miolos мозг-мозгу*, которая также представлена синонимией форм числа. Так, в русском языке слово *мозг* в первичном значении определяется как «центральный орган нервной системы человека и животных – вещество, заполняющее череп и канал позвоночника; орган мышления у человека» (*головной мозг, спинной мозг*); «мягкая ткань, заполняющая полости

костей» [Ожегов 2007: 349], т. е. концептуальное представление о мозге формируется двумя составляющими: одновременно это и вещество, и орган. Как отмечает О. Н. Ляшевская, в русском языке «словом *мозг* обозначаются две различных составляющих человеческого тела», а именно: *головной мозг* и *спинной мозг*, а синонимичные по числу словоформы *мозг-мозги* относятся к обозначению только головного мозга, который в отличие от других парных органов, может мыслиться «и как целое, состоящее из двух полушарий (*мозги*), и как неделимое целое (*мозг*)» [Ляшевская 2004: 83].

В португальском языке понятие «головной мозг» представлено синонимическим рядом из нескольких обозначений *cérebro*, *encéfalo*, *miolo*, а понятие «спинной мозг» обозначается словосочетанием *medula espinhal*, главным компонентом которого является существительное *medula*, обозначающее костный мозг. Хотя существительными *cérebro*, *encéfalo*, *miolo* обозначается один и тот же орган, т. е. головной мозг, тем не менее эти обозначения нельзя считать полными синонимами, поскольку они отличаются по сфере употребления. Так, слова *cérebro* и *encéfalo* относятся к терминологическим дублетам, причем *cérebro* является производным от латыни (<*Cērēbrum*), а *encéfalo* – от греческого (<*Enkephalon*). Лексемой *cérebro* обозначаются та часть головного мозга, которая соотносима с полушариями головного мозга (“*Massa de substância nervosa que ocupa cavidade do crânio. Parte do encéfalo, separada do cérebro. Fig. Pensamento, juízo, inteligência*” [GDLP 1978, v.1: 594] ‘Вещество нервной ткани, заполняющее череп. Часть мозга, отделенная от полушарий головного мозга (букв. ‘часть мозга, отделенная от мозга’). Пер. Мышление, рассудок, ум’, тогда как понятие *encéfalo* включает обозначение полушарий головного мозга *cérebro*, мозжечка *cerebello* и ствола мозга *bolho raquidiano* [DPFI: 189]. Терминологические дублеты *encéfalo* и *cérebro* не характеризуются синонимией числовых форм, их употребление ограничено, главным образом, научной литературой. Лексема *cérebro* употребляется не только в прямом лексическом значении, но и переносном, например: *escoamento* или *fuga dos cérebros* ‘утечка мозгов’. А к дублетным словоформам с синонимией форм числа относится лексема *miolo-miolos* [GDLP 1978, v.2: 387], которая широко употребляется в разговорно-бытовом дискурсе и является производной от латинского слова *medulla* ‘мозг, мозговина’ (*ячеистая внутренность в костях или сердцевина, рыхлая мякоть*). Существование в португальском языке этимологических дублетов *miolo-miolos* и *medula*, которых, по мнению О. А. Сапрыкиной, довольно много в португальском языке, обусловлено тем, что одно и то же латинское слово дважды проникло в португальский: сначала на самых ранних этапах становления языка – это народные, разговорные формы» (в нашем случае это *miolo*), «а потом – в эпоху релатинизации в качестве латинизма» (*medula*) [Сапрыкина 2007: 18-19]. И если латинизм *medula* в современном дискурсе фактически выполняет функцию термина и не имеет синонимических форм, то лексема *miolo-miolos*, выйдя из разговорно-бытовых форм речи, в ней по-прежнему присутствует на современном этапе, при этом употребляется как в прямом, так и переносном значениях, а значение форм единственного и множественного числа полностью нейтрализовано при обозначении головного мозга и его мыслительных функций: *As ruínas deram-lhe volta ao miolo* (А.М. Magalhães) ‘От этих развалин у него крыша (букв. ‘мозг, рассудок’) поехала’; – *Peça juízo a Deus. Mais miolo na bola* (Еça de Queirós) ‘Пусть Господь тебя вразумит. Побольше мозгов в черепной коробке’; *Às vezes é a fome que me transtorna o miolo...* ‘Иногда от голода у меня бывает помрачение рассудка’. Ср. “*Via-se sangue*

e *miolos* na *cabeceira da cama, no chão e no tecto* ‘Кровь и **мозги** были на кровати, на полу и на потолке’; ...*se fosse eu não o tinha metido lá, tinha-lhe era dado um tiro nos miolos*” ‘...если бы я его не спрятал, то он уже давно пулю в **лоб** (букв. в ‘**мозги**’) получил’; *Tem demonstrado que não possui nada nos miolos* ‘Можно подумать, что у него совсем нет **мозгов**’. У португальских лексем *cabelos* и *miolos* существуют словообразовательные дублеты *cabeleira* и *mioleira*, которые имеют собирательную интерпретацию и в плане числового варьирования функционируют как групповые собирательные.

Итак, выбор формы числа при употреблении имен функциональных множеств с синонимичными формами числа зависит от концептуализации характеризуемого объекта как целостного, неделимого или расчлененного на отдельные составляющие элементы.

Литература

Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014.

Ляшевская О.Н. Семантика русского числа. М.: ЯСК, 2004.

Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Издательство Оникс, 2007.

Плунзян В.А. Введение в грамматическую семантику: грамматические значения и грамматические системы языков мира: учеб. пособие. М.: РГУ, 2011.

Сапрыкина О.А. Лексикология португальского языка. М.: Высшая школа, 2007.

Шмелев А.Д. «Языковая картина мира» и «картина мира текста»: точки взаимодействия // Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: ЯСК, 2012. С. 306-312.

GDLP – Grande Dicionário da Língua Portuguesa. Lisboa: Bertrand, 1978.

DPFI – Dicionário prático formar ilustrado. Lisboa: Formar.

O.A. Shershukova (Moscow, Russia)

Diplomatic Academy of the Russian Foreign Ministry

COGNITIVE APPROACH TO THE STUDY OF NAMES WITH SYNONYMY OF NUMERIC FORMS

The article focuses on the role of the conceptualization of the names of the functional multitudes, which denote paired and complex objects, which can be represented by plural or singular form. The author analyses this phenomenon on the material of the Portuguese language in comparison with the Russian equivalent.

Key words: conceptualization, functional names, Singular and Plural forms, synonymy of numeric forms.

M.A. Shkineva (Moscow, Russia)

*Russian University of Friendship of Peoples
shkineva-ma@rudn.ru*

КОНЦЕПТ DONATION В АМЕРИКАНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКОВЫХ СОЗНАНИЯХ

Рассматривается концепт *donation* как социокультурный феномен американской культуры, исследуются его содержательные характеристики в американском и русском языковых сознаниях, приводятся данные ассоциативного эксперимента. Несмотря на совпадение концептов *пожертвование*, *благотворительность*, *дар* и *милосердие* в

сопоставляемых лингвокультурах, в американском языковом сознании концепт *donation* имеет связь с политическими кампаниями, в русском языковом сознании – с религиозным содержанием и помощью онкологическим больным.

Ключевые слова: благотворительность, ценности, языковое сознание, филантропия, социокультурный феномен.

Благотворительность является частью культуры народа, однако ее место, ценность и роль в обществе способны сильно меняться. Эпоха коронавируса выявила неожиданные тенденции в развитии филантропии: с одной стороны сильно сократились объемы пожертвований, некоторые фонды перестали существовать, с другой – денег в некоммерческом секторе стало больше, работе благотворительных организаций активно помогают средний и малый бизнес [Влияние... 2020: 4]. Пандемия вызвала резкий скачок денежных пожертвований в разных странах. В 2022 г. Россия поднялась с шестьдесят седьмого места на тридцатое в Мировом индексе благотворительности [Россия... 2022]. В США были зафиксированы рекордные суммы, отданные на благотворительные нужды в течение последних трех лет [Giving... 2023]. В связи с этим представляется перспективным рассмотреть благотворительность как социокультурное явление, описать ее особенности, а также выявить этнокультурную специфику.

Предметом нашей работы является содержание концепта *donation* в американском и русском языковых сознаниях. В данной статье рассматривается лингвокультурологическая составляющая концепта, «условная ментальная единица, направленная на комплексное изучение языка, сознания и культуры» [Карасик, Слышкин 2003: 50].

По нашему мнению, филантропия в США этноспецифична и может быть отнесена к социокультурным феноменам. Число организаций, институтов и фондов, содержащих слово *donation*, имеет широкий охват: *Red Cross Blood Donation, Goodwill Donation Center, Donate Life America, Organ Donation Alliance*. В Америке существует понятие культуры пожертвований. На сайтах многих организаций этому отведены специальные разделы: *improve a culture of donation / sharing a culture of donation / building a culture of donation / creating an organizational culture of donation* и т.д. Отметим также частую замену слова *donation* синонимичными лексемами *gift, charity* и *contribution: Gifts to the US Government / Give to America / America's Charities / Charity Watch / Charities Aid Foundation America / Contribute 2 America*.

По словам декана института филантропии Университета Индианы А. Пасича, благотворительность в США является социальным капиталом нации [Investments in people 2008]. Поощрение филантропии со стороны государства и налоговой системы является отличительной чертой общества, «иным культурным подходом к благотворительности», частью «расширенного понимания того, что значит быть американцем» [там же].

Другой отличительной характеристикой благотворительности в США является разветвленная и хорошо отлаженная система денежных пожертвований в пользу государства и политических кампаний. Основанный в 1843 г. фонд *Gifts to the United States* принимает деньги и завещания от людей, желающих таким образом выразить свой патриотизм. Предвыборная кампания Б.Сандерса существовала исключительно за счет поддержки народа. Политическое движение, основанное на финансовых вливаниях «снизу вверх» широко распространено в США, о чем свидетельствует наличие в языке специального термина – *grassroots movement*.

В русской культуре благотворительность не обладает перечисленными особенностями, содержание этого концепта имеет, на наш взгляд, глубокую связь с религией и этнокультурной спецификой сознания. По словам государственных деятелей, приходиться на помощь тому, кому труднее — это черта русского характера [Кириенко... 2022]. Для проверки нашей гипотезы мы провели ассоциативный эксперимент, в котором приняли участие американцы и русские в возрасте 25-65, все — с высшим образованием. Всего было опрошено 44 человека (по 22 с каждой стороны).

В американском материале слово-стимул *donation* выявило следующие реакции: *charity 22*, / *contribution 20* / *assistance 18* / *offering 17* / *gift 15* / *grant 15* / *contribute 10* / *endowment 10* / *give 8* / *relief 6* / *campaign 6* / *fund 5* / *food 5* / *help 4* / *money 3* / *support 2* / *community 1* / *humanitarian 1* / *poor 1* / *people in need 1*. Всего было получено 170 ассоциаций.

Результаты эксперимента выявили тесную связь концептов *donation*, *charity*, *assistance*, *offering*, *contribution*, что подтверждает наши наблюдения, высказанные выше. Широкий содержательный охват концепта говорит о многоаспектности и многообразии степени фиксации образов, стоящих за ним в американском языковом сознании. Симптоматично присутствие ассоциата *campaign* в нашем материале, что свидетельствует об этнокультурной специфике концепта *donation* в американской лингвокультуре. Отдельно выделим такие реакции, как *charity*, *fund*, *help*, *money*, *food* и *people in need*. В работе Е.Н. Граждан было проведено семантическое развертывание лексем, в результате чего исследовательница выделяет семы, которые почти полностью совпадают с ассоциатами американских информантов [Граждан 2013: 1255]. Реакция *charity* присутствует в ответах **100%** американцев. Устойчивость ассоциации указывает на совпадение концептов *пожертвование*, *дар*, *благотворительность* и *милосердие* в американском языковом сознании. Как справедливо отмечает Е.Н. Граждан, основная характеристика процесса дарения — проявление милосердия [там же].

Проведение эксперимента среди русских информантов осложнялось тем, что слово *donation* при переводе имеет, как минимум, два значения: *дар* и *денежное пожертвование*. Поскольку семантическое поле слова *дар* пересекается с лексемами, имеющими лишь косвенную связь с концептом *благотворительность* (*подарок*, *счастье*, *радость*, *коробка* и т.д. — об этом см. Граждан 2013), мы остановились на слове-стимуле *пожертвование*.

Ядром ассоциативного поля в русском материале является концепт *церковь*: **90.9%** опрошенных назвали этот ассоциат (его назвали **20** человек). Также отмечались следующие реакции: *благотворительность 18* / *бесплатно 15* / *деньги 13* / *вещи 12* / *милостыня 12* / *в дар 11* / *щедрость 9* / *доброе дело 6* / *рак 5* / *взнос 3* / *безвозмездно 2* / *внести лепту 1* / *кто сколько может 1*. Всего было собрано 128 реакций.

Как видно из результатов, *благотворительность* является совпадающим ассоциатом в американском и русском материале. Частотность реакции *церковь* имеет огромную значимость для лингвокультурных исследований, поскольку, судя по нашей работе, концепт *пожертвование* обладает яркой этнокультурной спецификой в русской лингвокультуре. Эти данные подтверждают нашу гипотезу о близости ассоциативных полей указанных концептов, а также о глубоком взаимопроникновении этих ментальных единиц в русском языковом сознании. На наш взгляд, к религиозным характеристикам содержания концепта *пожертвование* относятся также реакции *милостыня*, *доброе дело*, *внести лепту*.

Ассоциаты *бесплатно* и *в дар* подчеркивают близость концептов *дар* и *пожертвование*, однако представляется целесообразным разделение этих концептов в ходе проведения ассоциативных экспериментов. Неожиданными стали реакции *вещи, рак и кто сколько сможет*. Здесь прослеживается фиксация разнообразных образов в русском языковом сознании: ненужная одежда, отданная на благотворительные нужды, сбор средств на лечение онкобольных, а также милостыня, которую подают нуждающимся людям. Эти данные могут послужить отправной точкой для других исследований, поскольку они несут много информации для изучения русского национального характера.

Таким образом, в американском языковом сознании концепт *donation* – акт благотворительности, милосердия и помощи; в его содержание также входит поддержка политических кампаний.

В русском языковом сознании *пожертвование* так же является актом благотворительности и милосердия, однако особенностью этого концепта является религиозные содержательные характеристики, помощь онкологическим больным и передача вещей нуждающимся людям.

Литература

Влияние COVID-19 на благотворительность и некоммерческий сектор: аналитический доклад. Екатеринбург: изд-во УрФУ, 2020.

Граждан Е.Н. Компонент концепта «подарок» «процесс дарения» в американской и русской лингвокультурах // Филологические науки. 2013. № 4. С.1254-1258.

Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания // Методология современной лингвистики. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. С. 50-56.

Кириенко назвал чертой русского характера помощь тому, кому труднее. URL: rg.ru/2022/12/05 (дата обращения: 30.07.2023).

Россия вошла в десятку стран с рекордным ростом индекса благотворительности. URL: rg.ru/amp.2022/12/09 (дата обращения: 01.08.2023).

Giving USA. URL: philanthropy.iupui.edu (дата обращения: 09.08.2023).

Investment in people. URL: www.ft.com/content (дата обращения: 20.08.2023).

M.A. Shkineva (Moscow, Russia)
RUDN University

THE CONCEPT OF DONATION IN AMERICAN AND RUSSIAN LINGUISTIC CONSCIOUSNESS

The article considers the concept of *donation* as sociocultural phenomenon, its substantive characteristics in American and Russian linguistic consciousness are examined. The paper also presents data of an associative experiment. Despite the coincidence of the concepts of *donation*, *charity*, *gift* and *mercy* in the compared linguistic cultures, in the American linguistic consciousness the concept of donation has a connection with political campaigns, while in the Russian linguistic consciousness it is interrelated with religious content and assistance to cancer patients.

Key-words: charity, values, linguistic consciousness, philanthropy, sociocultural phenomenon

РЕТРАКЦИЯ СТАТЕЙ

Редакция серии «Когнитивные исследования языка» сообщает, что на заседаниях редакционной коллегии (протокол № 2 от 23 октября 2023 г. и протокол № 1 от 15 января 2024 г.) принято решение о ретракции (отзыве) статьи «Ценностно-концептуальная парадигма FAMILY в политическом дискурсе» автора Севастьяновой А.Л. из сборника «Когнитивные исследования языка» (2018. Вып. № 35. С. 329–336) в связи с выявлением дублирующей публикации в журнале «Филология: научные исследования» (2018. № 3. С. 139-145) и статьи «Особенности осмысления прецедентных имен (на материале французского языка)» автора Разумовской Ю.М. из сборника «Когнитивные исследования языка» (2023. Вып. № 4 (55). С. 881-884) в связи с выявлением дублирующей публикации в сборнике «Когнитивные исследования языка» (2022. Вып. № 3(50). С. 340-343).

Главный редактор серии «Когнитивные исследования языка»,
д.ф.н., профессор Н.Н. Болдырев

RETRACTION OF THE ARTICLES

The editors of the series “Cognitive Studies of Language” inform that at the meetings of the editorial board (minutes No. 2 dated October 23, 2023 and minutes No. 1 dated January 15, 2024) a decision was made to retract the article “Value-concept paradigm FAMILY in political discourse” by the author Sevastianova A.L. of the collection “Cognitive Studies of Language” (2018. Issue No. 35. P. 329–336) in connection with the identification of a duplicate publication in the journal “Philology: Scientific Researches” (2018. Issue No. 3. P. 139-145) and the article “Conceptualization of precedent names in French” by the author Razumovskaya Yu.M. of the collection “Cognitive Studies of Language” (2023. Issue No. 4 (55). P. 881-884) in connection with the identification of a duplicate publication in the collection “Cognitive Studies of Language” (2022. Issue No. 3 (50). P. 340-343).

Editor-in-Chief of the Cognitive Studies of Language series,
Doctor of Philology, Professor N.N. Boldyrev

Научное издание



КОГНИТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА

Выпуск № 1 (57)

**СОВРЕМЕННЫЕ ЯЗЫКИ И КУЛЬТУРЫ: ВАРИАТИВНОСТЬ, ФУНКЦИИ,
ИДЕОЛОГИИ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ**

**Материалы международной научно-практической конференции
VI Фирсовские чтения
19–21 октября 2023 года**

Часть II

Главный редактор
Николай Николаевич Болдырев

Ответственный редактор выпуска
Ольга Валентиновна Ломакина

Компьютерная верстка Е.В. Авдеева

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 11.01.2024. Дата выхода в свет 29.03.2024. Формат 60x84/16.
Физ. печ. л. 33,50. Тираж 500 экз. Заказ 132. Цена свободная

Учредители:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Общероссийская общественная организация
«Российская ассоциация лингвистов-когнитологов»

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт языкознания Российской академии наук

Адрес редакции и издателя:

392000, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Интернациональная, д.33.
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Отпечатано в типографии РУДН
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3,
Тел. 8(495) 955-08-74. E-mail: publishing@rudn.ru

