

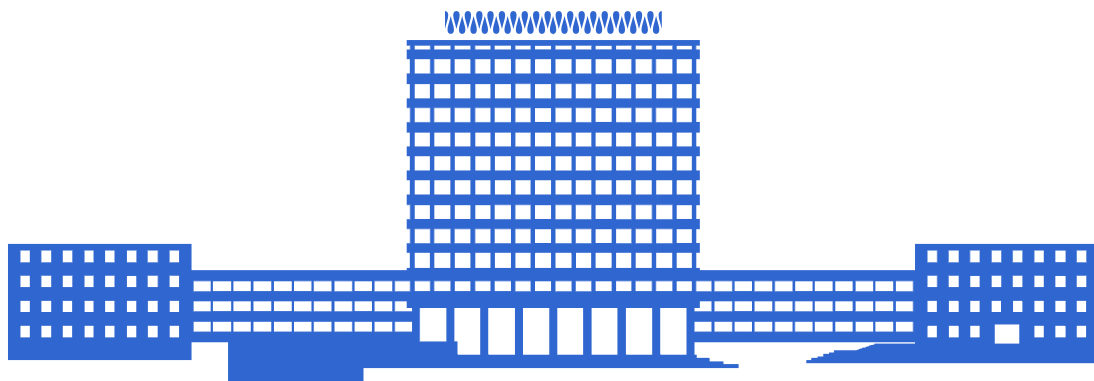
ISSN 2415-8720

ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



**STUDIA  
GERMANICA, ROMANICA  
ET COMPARATISTICA**

**Том 15 Выпуск 1-2 (43-44) 2019**



**ДОНЕЦК**

*Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*: научный журнал / отв. ред.  
В. Д. Калиущенко. – Донецк: ДонНУ, 2019. – Т. 15. – Вып. 1–2 (43–44). – 188 с.

*Печатается по решению Ученого совета  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
Протокол № 4 от 26 апреля 2019 г.*

В журнале освещаются актуальные проблемы германистики, романистики, типологической и сопоставительной лингвистики, общей теории языка, теории перевода, методики преподавания иностранных языков в высшей школе.

Рекомендуется для научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов высших учебных заведений.

Журнал входит в перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (приказ Министерства образования и науки ДНР № 1134 от 01.11.2016).

Журнал зарегистрирован в Министерстве информации Донецкой Народной Республики (свидетельство о регистрации средства массовой информации № 000072 от 22 ноября 2016 г., серия ААА).

Журнал включён в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ): лицензионный договор № 85-02/2016 от 24.02.2016 г.

Основатель и издатель: Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет».

*Адрес редколлегии:* 283001 Донецк, ул. Университетская, 24  
*тел.:* +38 062 302 09 22

**ISSN 2415-8720**

---

© ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», 2019  
© Авторы, 2019

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

# ***STUDIA GERMANICA, ROMANICA ET COMPARATISTICA***

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

**Выходит четыре раза в год**

**Том 15 Выпуск 1–2 (43–44) 2019**

## **Редакционная коллегия**

д. филол. наук, проф. В. Д. Калиущенко (ответственный редактор);  
д. филол. наук, проф. О. Л. Бессонова (зам. ответственного редактора);  
к. филол. наук, доц. Н. Е. Гапотченко (ответственный секретарь);  
д. филол. наук, проф. Ш. Р. Басыров; д. пед. наук, проф. О. Г. Каверина;  
д. филол. наук, проф. С. Е. Кремзикова; д. филол. наук, проф. А. В. Ленец;  
д. филол. наук, проф. С. Г. Николаев; д. филол. наук, проф. Т. Н. Никульшина;  
д. филол. наук, проф. А. Д. Петренко; д. филол. наук, проф. А. В. Петров;  
д. филол. наук, проф. М. В. Пименова; д. филол. наук, проф. В. И. Теркулов;  
д. филол. наук, проф. З. А. Харитончик; д. филол. наук, проф. Л. Н. Ягупова

**Донецк ДонНУ 2019**

**STATE EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER PROFESSIONAL  
EDUCATION «DONETSK NATIONAL UNIVERSITY»**

**FACULTY OF FOREIGN LANGUAGES**

***STUDIA GERMANICA, ROMANICA  
ET COMPARATISTICA***

**LINGUISTIC JOURNAL**

**Published 4 times a year**

**Volume 15 Issue 1–2 (43–44) 2019**

**Editorial Board**

Doctor of Philology, Prof. V. D. Kaliuščenko (editor-in-chief);

Doctor of Philology, Prof. O. L. Bessonova (vice-editor-in-chief);

Candidate of Philology, Associate Prof. N. Ye. Gapotchenko (executive secretary);

Doctor of Philology, Prof. Sh. R. Basyrov; Doctor of Pedagogy, Prof. O. G. Kaverina;

Doctor of Philology, Prof. S. E. Kremzikova; Doctor of Philology, Prof. A. V. Lenets;

Doctor of Philology, Prof. S. G. Nikolaev; Doctor of Philology, Prof. T. N. Nikulshina;

Doctor of Philology, Prof. A. D. Petrenko; Doctor of Philology, Prof. A. V. Petrov;

Doctor of Philology, Prof. M. V. Pimenova; Doctor of Philology, Prof. V. I. Terkulov;

Doctor of Philology, Prof. Z. A. Kharitonchik; Doctor of Philology, Prof. L. N. Yagupova

**Donetsk DonNU 2019**

# СОДЕРЖАНИЕ

---

---

Studia Germanica, Romanica et Comparatistica Т. 15, Вып. 1–2 (43–44), 2019

---

---

## Германские языки

<i>Игнатюк Г. Н.</i> Историческая обусловленность лексической сочетаемости в английском языке.....	5
<i>Мерхелевич Г. В.</i> Переменная исчисляемость существительных в английском языке: формирование адекватного восприятия смыслового значения.....	17
<i>Морозенко Е. А.</i> Механизм семантической деривации оценочных прилагательных в английском языке.....	32
<i>Подгайская И. М.</i> Парадигматические связи древнеанглийских глаголов со значением 'строить'.....	43
<i>Сапожникова А. А.</i> Агрессия в рамках виртуального дискурса.....	51
<i>Удинская А. Г.</i> Стилистические транспозиции видовременных форм английского глагола.....	58
<i>Чечина И. В.</i> Основные характеристики антропонимической лексики в английском языке.....	74

## Романские языки

<i>Алфёров А. В., Кустова Е. Ю.</i> Делиберативный дискурс как механизм политической интеракции: стратегия исследования.....	85
<i>Попова Г. Е.</i> Релевантность персонального дискурса в политике.....	93
<i>Тамразова И. Г.</i> Эристика как «политическое поведение».....	100

## Типологические и сопоставительные исследования

<i>Бессонов Н. Ю.</i> Семантика аналитического каузатива в аспекте теории динамики силы... ..	108
<i>Ветрова Э. С., Токарева В. Г.</i> Национальные особенности современного сленга (на материале английского и немецкого языков).....	122
<i>Вожова С. А.</i> Тактика акцентирования высококачественности продукта в англо-, испано-, немецко- и русскоязычных рекламных заголовках.....	138
<i>Коваленко Е. В.</i> Заголовки сообщений культуры, науки и техники (на материале англо- и русскоязычных СМИ).....	149
<i>Мохосоева М. Н.</i> Этимологический анализ густативной лексики (на материале английского, немецкого и украинского языков).....	158
<i>Фатьянова И. В.</i> Метафорическая актуализация концепта ВОЙНА в современном русском и англо-американском политическом дискурсе.....	168

# CONTENTS

---

---

Studia Germanica, Romanica et Comparatistica Vol. 15, Issue 1–2 (43–44), 2019

---

---

## Studies in Germanic Languages

<i>Ignatyuk G. N.</i> Historical Factors Affecting Collocability in English.....	5
<i>Merkhelevich G. V.</i> Variable Nouns: Ways and Problems of Understanding and Defining Meanings in English.....	17
<i>Morozenko E. A.</i> Semantic Derivation Mechanism of English Evaluative Adjectives.....	32
<i>Podgaiskaya I. M.</i> Paradigmatic Relations of Old English Verbs having the Meaning of ‘to Build’.....	43
<i>Sapozhnikova A. A.</i> Agression in Terms of Virtual Discourse.....	51
<i>Udinskaya A. G.</i> Stylistic Transpositions of the English Tense-Aspect Forms.....	58
<i>Chechina I. V.</i> General Characteristics of Anthroponymic Lexis in English.....	74

## Studies in Romance Languages

<i>Alferov A. V., Kustova E. Yu.</i> Deliberative Discourse as a Mechanism of Political Interaction....	85
<i>Popova G. E.</i> Relevance of Personal Discourse in Politics.....	93
<i>Tamrazova I. G.</i> Eristic as a «Political Behavior».....	100

## Typological and Contrastive Studies

<i>Byessonov N. Yu.</i> Semantics of analytical causative in terms of force dynamics theory.....	108
<i>Vetrova E. S., Tokareva V. G.</i> National Features of Modern Slang (Based on English and German).....	122
<i>Vozhova S. A.</i> Tactic of Emphasizing High Quality of a Product in English, Spanish, German and Russian Advertising Headlines.....	138
<i>Kovalenko E. V.</i> Headlines of Cultural, Technical and Scientific News (Based on of English-Language and Russian-Language Mass Media).....	149
<i>Mokhosoeva M. N.</i> Etymological Analysis of Gustatory Lexical Units (Based on English, German and Ukrainian).....	158
<i>Fatyanova I. V.</i> Metaphorical Actualization of Concept War in Modern Russian and Anglo-American Political Discourse.....	168

## ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 811.111'373 – 112

© 2019 Г. Н. Игнатюк

### ИСТОРИЧЕСКАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ ЛЕКСИЧЕСКОЙ СОЧЕТАЕМОСТИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*В статье рассматриваются механизмы лексической сочетаемости в английском языке и выявляются причины ее изменения в историческом аспекте. Наряду с экстралингвистическими факторами, исследуются и внутрилингвистические процессы, приводящие к изменениям лексической сочетаемости. Причиной таких изменений может являться утрата внутренней формы слова (деэтимологизация), что обусловлено исчезновением семантической мотивированности. Особый интерес для диахронического изучения представляют фразеологические единицы, предположительно являвшиеся ранее свободными словосочетаниями, которые в ходе исторического развития приобрели грамматическую и лексическую цельность.*

**Ключевые слова:** словосочетание, семантика, устойчивое выражение, коллокация, сочетаемость (коллокабельность), мотивированность, этимология, деэтимологизация.

© 2019 G. N. Ignatyuk

### HISTORICAL FACTORS AFFECTING COLLOCABILITY IN ENGLISH

*The article deals with the mechanisms of lexical collocation in the English language and the reasons for its historical change. Both extralinguistic factors and intralinguistic processes causing collocability change have been examined. The reasons for such change can be accounted for the loss of the inner form of the word (deetymologization), that being largely due to the disappearance of semantic motivation. The subject of special interest for diachronic research lies in the sphere of phraseological units which acted earlier as free word combinations, but in the course of time acquired grammatical as well as lexical integrity.*

**Key words:** word combination, semantics, set expression, collocation, collocability, motivation, etymology, deetymologization.

Словарный состав любого языка характеризуется тенденцией к постоянному обновлению, к количественному росту и качественному преобразованию, проявляя присущую ему поразительную способность незамедлительно реагировать на все события, происходящие в различных областях жизни общества, и в наибольшей степени подвержен процессам семантических изменений, внутренней перестройки, переосмысления и трансформации отношений между различными его элементами, необходимыми для эффективного осуществления речевой деятельности. Семантические изменения, как и любые другие изменения в языке, обусловлены многочисленными факторами социокультурного, прагматического и внутрилингвистического характера и представляют собой непрерывный процесс, обуславливающий эволюционное развитие языка [Traugott, Dasher, 2005].

Статья посвящена проблеме лексико-семантической сочетаемости в английском языке. Необходимость детального изучения механизмов и правил сочетаемости компонентов словосочетания в любом языке очевидна и определяет **актуальность** предпринятого исследования, т. к. вопрос об установлении закономерностей соединения лексических элементов в речи является одним из основных вопросов лингвистической семантики. Проблема изучения подобных механизмов представляется довольно сложной, поскольку лексико-семантическая сочетаемость слов с трудом поддается логическому объяснению и требует изучения этимологических связей и их трансформаций.

**Объектом** настоящего исследования являются словосочетания, т. е. сочетания слов, с точки зрения их семантической валентности как способности сочетаться с другими словами по определенным семантическим и грамматическим законам.

Механизм образования словосочетаний не оставался неизменным на протяжении веков. Он подвергался историческим изменениям, связанным с грамматическим и лексическим аспектами сочетаемости. Поэтому, помимо синхронического изучения сочетаемости, большое значение имеет также ее диахроническое изучение. Под диахронией понимается динамика различных сторон языка в его историческом развитии, движениях и изменениях [Хлебникова, 1996: 11]. Оба подхода органично дополняют друг друга и способствуют всестороннему исследованию данного языкового явления.

Следует отметить, что лексическая изменчивость сочетаемости (коллокабельности) изучена в гораздо меньшей степени, чем грамматическая. Известно, что отдельные примеры устойчивой сочетаемости встречаются ещё в текстах древнеанглийского периода: *siȝe niman* ‘одержать победу’, *froþ niman* ‘заключить мир’, *fōn to rīce* ‘вступить на престол’, *habban andan* ‘завидовать’, *habban eȝe* ‘бояться’ и др. Однако в целом, сведений о диахроническом аспекте лексической сочетаемости накоплено не очень много, что вызывает закономерный интерес к данной проблематике.

**Целью** настоящего исследования является рассмотрение исторических факторов, оказывающих непосредственное влияние на развитие устойчивой лексической сочетаемости в английском языке, и выявление механизмов образования словосочетаний, представляющих собой синтаксически и семантически целостные единицы, которые принято называть коллокациями. В широком смысле коллокация – это комбинация двух или более слов, имеющих тенденцию к совместной встречаемости. Под коллокациями понимаются характерные, часто встречающиеся сочетания слов (“*the habitual co-occurrence of lexical items*”), «появление которых рядом друг с другом основывается на регулярном характере взаимного ожидания и задается не грамматическими, а чисто



семантическими факторами» [Firth, 1957: 196]. Коллокация – это естественное для языка сочетание слов, соответствующее способу, с помощью которого слова тесно ассоциируются с другими словами [O'Dell, McCarthy, 2008: 4].

В качестве примера можно привести словосочетания, обозначающие соотношение «часть – целое», в которых ярко проявляется исторически сложившаяся традиция употребления составляющих их компонентов: *a slice of bread / lemon; a piece / wedge of cake; a segment of orange; a bar of chocolate; a pat of butter; a rasher of bacon* и т. п. Следует отметить, что корректное употребление коллокаций является неотъемлемым признаком и необходимым условием владения иностранным языком на уровне его носителей. Ср., напр.: *hard frost* (не *strong frost*), *heavy rain* (не *thick rain*), *take a walk* (не *make a walk*), *make a decision* (не *take decision*), *do sb a favour* (не *make a favour*) и т. п. [McCarthy, O'Dell: 2017].

Так как основным фактором, влияющим на лексическую сочетаемость, является значение самого слова, то закономерно предположить, что происходящее на протяжении веков изменение значений слов, сопровождавшееся появлением и исчезновением определенных семантических компонентов, выдвиганием на первый план ранее несущественных сем и, наоборот, оттеснением ядерных сем на периферию, оказывало определяющее воздействие и на их сочетаемость. Таким образом, для понимания процессов изменения сочетаемости лексических единиц необходимо обратиться к историческим причинам семантических изменений.

Причинами изменения значений слов могут являться как экстралингвистические, так и собственно лингвистические факторы. Экстралингвистические причины связаны с изменениями условий жизни языкового коллектива, развитием производства, появлением новых реалий и т. п. Так, например, возникновение заводов и фабрик, использующих для работы энергию воды, привело к переосмыслению др.-англ. слова *mylen* 'mill', заимствованного, в свою очередь, из лат. *mola* 'mill, millstone,' *molere* 'to grind' (из и-е корня *mele* 'молоть'). С течением времени слово *mill* стало означать завод, работающий, как мельница, на энергии воды. С дальнейшим развитием промышленности *mill* стало обозначать любой небольшой завод или фабрику, не обязательно работающий на энергии воды. Другие виды производственного оборудования, приводимые в движение энергией воды или ветра, а также здания, оснащенные таким оборудованием, вне зависимости от того, происходит ли там переработка зерна, стали называться *mill* к началу XVI в. [OED; WNWD: 861; CODEE: 293; ASD: 644]. Произошедшие экстралингвистические изменения сделали возможными появление словосочетаний *paper mill, textile mill, timber mill*, которые, очевидно, не могли быть образованы ранее.

Лингвистические причины семантических изменений связаны с внутренними процессами, происходящими в структуре самого языка. Примером лингвистического влияния может служить борьба в среднеанглийском языке синонимов со значением 'умирать' – англосаксонского глагола *sterven* < др.-англ. *steorfan* и скандинавского заимствования *deyen* < др.-ск. *deyia*, которая привела к сужению значения первого из них до значения 'умирать от голода', которое было впервые зафиксировано в XVI в. [OED; WNWD:1308; CODEE: 293; EDME: 1409]. Данные изменения привели к определенным ограничениям сочетаемости этого глагола. Соответственно, словосочетания *to starve of a disease*, *to starve of a wound* стали невозможными, так же как и сочетание *to starve of hunger*, поскольку оно содержит тавтологию.

Типичным примером изменения сочетаемости в связи с экстралингвистическими причинами является изменение сочетаемости лексико-семантического поля «костюм». В древнеанглийский период существовала строгая сословная организация общества, предусматривавшая, помимо всего прочего, и определенные стандарты внешнего вида, своего рода «дресс-код». Каждому человеку в зависимости от его статуса предписывалось носить тот или иной костюм, а костюму приписывался тот или иной признак. Например, одеяние короля называлось *raiment*, а характерными признаками данного костюма были прилагательные *royal* и *rich*. Герцогу надлежало носить костюм под названием *apparel*, при этом типичной характеристикой данного костюма был пурпурный цвет. Предмет одежды, называемый *coat*, носили только йомены (*yeoman*) – 'представители т. наз. среднего класса раннефеодальной Англии ('a man below knights, above knaves')', причем *coat* всегда характеризовался как *green*. См., напр. описание йомена в Кентерберийских рассказах Дж. Чосера: *And he was clad in cote and hood of grene* (The Canterbury Tales: General Prologue: The Yeoman).

С разложением феодальной системы данные предметы одежды перестают отождествляться с лицами определённых сословий. Теряется и обязательная, почти клишированная связь названия костюма с определенным цветом или статусом (*purple*, *royal*) [Коньшева, 1989: 118-120].

В результате изменения значения слова, как по экстралингвистическим, так и по лингвистическим причинам, может происходить его расширение (*generalization*) или сужение (*specialization*). Прямо пропорционально данным процессам изменяется и сочетаемость слов. Анализ этимологии некоторых слов английского языка при помощи этимологических и толковых словарей [CODEE, EDME; OED, WNWD и др.] дает возможность указать на некоторые примеры, наглядно иллюстрирующие историческую

обусловленность подобных изменений.

Так, в древнеанглийский период слово *bird* (*brid*) использовалось только для обозначения птенцов (*nestling*), а не птиц как таковых: *Cicen oppe brid* [ASD: 106]. Соответственно, в древнеанглийском языке были невозможны словосочетания *old bird* или *young bird*, которые можно образовывать сейчас. В значении 'bird' использовалось др.-англ. слово *fugel* (ср.: гот. *fugls*, нем. *Vogel*), которое приобрело в среднеанглийском форму *fowel* (ср. у Чосера: *And smale foweles maken melodye, that slepen al the nyght with open ye*). Позднее *fowl* было вытеснено словом *bird* и с XVI века стало употребляться в более узком значении ('домашняя птица') [OED; EDME: 154, 593; WNWD: 141, 533].

Заимствованный из французского глагол *to arrive* первоначально означал 'to arrive by boat or ship; land, disembark, come to shore' ('прибывать на берег, сходить на землю'). Затем его значение стало более широким – 'прибывать куда-либо вообще' ('to reach one's destination, to come to a place'), в соответствии с чем в современном английском он образует сочетания со словами локативной семантики практически без ограничений: *to arrive in a country / city; to arrive at a place / village / hotel / theatre* и т. п. [OED; EDME: 74; WNWD: 76].

Слово *deer* (др.-англ. *dēor*) служило обобщенным названием для любого животного: (прагерм. *deuzam* 'animal'; гот. *diuz*; совр. нем. *Tier*): *That grage deor wulf on wealde* [ASD: 150]. Ср. также у Шекспира: *But mice, and rats, and such small deer, have been Tom's food for seven long year* (Shakespeare. *King Lear*, Act III, Sc. IV). Позже значение слова *deer* сузилось до определенного вида животного – оленя. Для обозначения оленя в др.-англ. использовалось слово *heorot* > совр. англ. *Hart* – 'an adult male deer, esp. a red deer over five years old' [OED; CODEE: 116; WNWD: 360, 616]. Соответственно, стали невозможны словосочетания типа *domestic deer, carnivorous deer* и т. п.

В древнеанглийский период слово *meat* использовалось для обозначения любой пищи ('food, item of food') [ASD: 636]. Сужение значения слова *meat* до 'flesh used as food' происходит в XIV веке [OED; EDME: 912]. На современном этапе оно обозначает только мясо, поэтому такие сочетания как *dairy meat, vegetarian meat* и т. п. воспринимаются как «несочетаемые» понятия.

Слово *girl* первоначально было гендерно-нейтральным и в среднеанглийский период обозначало ребенка любого пола: ср.-англ. *gyrle, girle* 'child, young person of either sex'. В значении 'female child' слово стало использоваться в конце XIV в., а современное значение 'any young unmarried woman' было зафиксировано лишь в середине XV в.: *The boy thy husbunde, and thou the gyrle his wyfe* [OED; EDME: 641; WNWD: 571]. В настоящее время слово *girl* широко употребляется в значении 'female child, adolescent or

young woman', а также в значениях 'дочь, подруга, любимая девушка' и др.

По мнению исследователей, это слово не имеет аналогов ни в древнеанглийском, ни в других древнегерманских языках, происхождение его довольно размыто, скорее всего, можно говорить о его близости к прагерманскому \**gurwilon*, уменьшительному от \**gurwjoz* (очевидно также перекликающемуся с нижненемецким *gære* 'boy, girl') [Lieberman, 2005].

Изменения могут затрагивать также коннотативный макрокомпонент значения. В таком случае говорят об улучшении (*elevation / amelioration*) или ухудшении (*pejoration / depreciation*) значения.

Так, слово *enthusiasm* в середине XVII в. означало 'религиозный фанатизм, исступление'; ср.: лат. *enthusiasmus*, греч. *enthousiasmos* 'be inspired or possessed by the god' (из *en* 'in' + *theos* 'god') [OED; WNWD: 453; CODEE: 150]. Впоследствии значение данного слова было существенно переосмыслено – с XVIII в. оно стало обозначать рвение 'fervor, zeal', воодушевление, восторг 'a strong feeling of excitement, admiration, interest; great eagerness' [OALD: 385], и сейчас мы говорим о *здоровом, похвальном* и даже *научном* энтузиазме: *sound / laudable / scientific enthusiasm* и т. п.

Прилагательное *nice* было заимствовано в конце XIII в. из французского со значением 'глупый, простоватый' – 'foolish, stupid, simple, senseless' (из лат. *nescius* 'ignorant, unaware' буквально 'not-knowing' < и-е *ne-* 'not' + *scire* 'to know'). В результате произошедшего сдвига в семантике этого слова, сейчас оно используется в английском языке для различных форм одобрения в значении 'хороший, приятный, милый, славный'. Процесс преобразования значения слова *nice* происходил довольно непредсказуемо – 'foolish, stupid' (XIII в.); 'timid, shy' (1300); 'fussy, fastidious' (конец XIV в.); 'dainty, delicate' (1400); 'precise, careful', (1500 – *a nice distinction; nice and early*); 'agreeable, pleasant, delightful' (1700); 'kind, thoughtful' (1800) [OED; CODEE: 312; EDME: 983; WNWD: 914]. Таким образом, изменился коннотативный аспект сочетаемости, а если принять во внимание, что прилагательное *nice* в значении 'глупый' могло относиться только к одушевленным объектам, то следует говорить и об изменении предметно-логического аспекта сочетаемости. Наряду с одушевленными объектами (*nice people / lady / child* и т. п.), в современном английском слово *nice* широко используется и с неодушевленными объектами, напр.: *nice day / remark / idea / thing / tune / manners* и т. п. [OALD: 782].

Обратному процессу, называемому ухудшением, или пейорацией, подверглось прилагательное *silly*, первоначально означавшее 'holy' or 'happy' (ср. др.-англ. *gesælig*). В течение XIII – XIV вв. слово постепенно приобретало различные депрекативные оттенки: 'innocent', 'harmless,' 'pitiable', 'weak', и в XVI в. оно полностью переосмыслилось и стало

использоваться в современном значении ‘foolish’, ‘feeble in mind’ (‘глупый, неразумный’) [OED; CODEE: 439; EDME: 1345; WNWD: 1249].

Примером аналогичного процесса может послужить существительное *hussy*, которое когда-то являлось кратким вариантом слова *housewife* и принадлежало к нейтральному слою лексики, но со временем стало использоваться для обозначения наглой, бесстыжей девицы ‘impudent or immoral girl or woman’, в связи с чем типичной для него сделалась сочетаемость с прилагательными отрицательной оценки: *vulgar / shameless / bold / brazen, insolent* и др. Например: *She’s been chasing me all my life ... brazen hussy!* [OED; EDME: 740; CODEE: 223; WNWD: 660].

Подобным образом «ухудшилось» слово *boor*, первоначально означавшее ‘крестьянина, жителя деревни’ (из старофр. *bovier* ‘herdsman’ < лат. *bovis*, genitive of *bos* ‘cow, ox’). В настоящее время это слово обозначает грубого, невежественного человека (‘one who is rude in manners’) и встречается в сочетаниях *awkward, barbaric, beastly, rustic boor* и т. п. Например: *How can a man confessing love be an obnoxious boor?* [OED; EDME: 179; CODEE: 46; WNWD: 160].

Примерами подобных пейоративных изменений могут также послужить следующие: др.-англ. *stincan* ‘smell (sweet or bad)’ > ср.-англ. (XIII в.) *stink* ‘a strong offensive smell’; др.-англ. *cnafa* ‘boy; male servant’ > ср.-англ. (XII в.) *knave* ‘rogue, rascal, swindler’; ср.-англ. (XIV в.) *conceit* ‘notion, idea, opinion’ > (XVI в.) ‘arrogance, vanity’ [Traugott, 2017; OED].

Огромное значение при изменении семантики слова играет контекст. Как справедливо указывал В. Г. Гак, значение слова в той же мере определяет свое окружение, в какой оно определяется им. Чем чаще слово употребляется в определенном контексте, чем чаще те или иные признаки выдвигаются на первый план, тем больше вероятность того, что они закрепятся за данным словом и будут рассматриваться как ядерные при его дальнейшем функционировании [Гак, 1984: 42].

Резкие изменения сочетаемости слова могут происходить в результате утраты внутренней формы (деэтимологизации). Деэтимологизация определяется как разрушение первоначальных этимологических связей, потеря в сознании носителей языка смысловой связи данного слова с производящей основой, например: *брат* и *брак*, *сердиться* и *сердце*, *окно* и *око*, *window* и *wind*. Одним из вариантов деэтимологизации является утрата семантической мотивированности, выражающейся в исчезновении мотивационной прозрачности. Она имеет место, когда между мотивирующим и мотивированным словами, несмотря на сходство в звучании, перестает ощущаться смысловая связь [Жеребило, 2010: 90]. По-видимому, так обстоят дела в современном английском языке со

словами *glass* ‘стакан’, *orange* ‘апельсин’, *china* ‘фарфор’, *blackboard* ‘классная доска’, *tablecloth* ‘скатерть’, о чем свидетельствуют случаи употребления таких словосочетаний как *plastic glass*, *green orange*, *Venetian china*, *green blackboard*, *paper tablecloth* и др.

Наиболее подвержены утрате внутренней формы заимствованные слова. Этимологический анализ определенных слов позволяет выявить в современном английском языке множество словосочетаний, которые при восстановлении внутренней формы их составляющих вполне могут занять место среди оксюморонов. Ср.:

1) *olive oil* (*oil* – от лат. *oleum* ‘выжимка из маслин (*oliva*)’, таким образом, сочетание *olive oil* практически дословно соответствует известному русскому плеоназму «масло масляное»);

2) *lemon marmalade* (*marmalade* – от португ. *marmelada* ‘варенье из айвы’; *marmelada*, в свою очередь, является морфологически мотивированным, так как образовано от португ. *marmelo* ‘айва’);

3) *classic novel* (*novel* – от итал. *novello* ‘новый’);

4) *hard plastic* (*plastic* образован от лат. прилагательного со значением ‘мягкий, гибкий, упругий’, ср. русск. *пластичный*);

5) *irate patient* (*patient* – заимствованное лат. прилагательное, имевшее значение ‘терпеливый, спокойный’);

6) *black album* (*album* – от лат. *albus* ‘белый’ – первоначально означал белую табличку, на которую наносились записи о важных событиях);

7) *Prime Minister* (*prime* – от лат. *primus* ‘первый, важный’, *minister* – от лат. *minus* ‘младший, менее важный’).

В рассмотренных выше случаях изменения значения базового компонента новое значение оставалось, а старое исчезало. Однако в словах могут параллельно существовать как старое значение, так и несколько новых, что в лексикологии известно как полисемия. В значении каждого слова имеется множество семантических признаков, и для обозначения какого-либо нового явления или предмета выбирается тот из них, который является общим для старого и нового явлений. Поскольку у существующей реалии с новыми реалиями имеются разные общие черты, то различные семантические признаки выбираются для обозначения этих новых реалий. В данном случае следует говорить не столько об изменении значения слова, сколько об изменении его референции [Гак, 1976: 78].

При диахроническом рассмотрении значения слова принято разделять на первичные и вторичные. В процессе развития языка указанные соотношения значений многозначного слова не остаются неизменными. Появляются все новые значения, изменяется направление

мотивированности. Случается так, что те значения, которые в настоящее время воспринимаются как вторичные, с исторической точки зрения могут оказаться первичными.

Следует отметить, что разные лексико-семантические варианты слова характеризуются различной сочетаемостью, например: *heavy rain – heavy bag – heavy industry; regular hours – regular features – regular procedure; to make a decision – to make a list – to make an impression*. Чем более многозначным является слово, тем больше словосочетаний оно образует и, соответственно, тем выше его валентностный потенциал.

Особый интерес для диахронического изучения представляют фразеологические единицы. Предполагается, что все фразеологизмы когда-то являлись свободными словосочетаниями, которые, однако, в ходе исторического развития приобрели грамматическую и лексическую цельность. Таким образом, можно говорить о двух основных процессах, ответственных за образование устойчивых сочетаний – грамматикализации и лексикализации.

Грамматикализация может быть охарактеризована как утрата грамматической мотивированности. Примерами грамматикализации являются словосочетания с глаголами широкой семантики, такими как *have, take, get, give, make, do* и др.: *to have a bath, to have breakfast, to take a taxi, to take medicine, to get a drink, to give a smile, to give trouble, to make profit, to do a favour* и т. п.

Лексикализация может быть определена как утрата словосочетанием лексической мотивированности [Ginzburg, Khidekel, Knyazeva, Sankin, 1979: 86-87]. Можно выделить несколько факторов лексикализации:

– исчезновение из языковой системы одного из элементов словосочетания (архаизация). Например, устаревшие слова *kith* ('друзья, знакомые, соседи') и *fro* ('обратно') в настоящее время встречаются только в устойчивых фразах *kith and kin* ('друзья и родня') *to and fro* ('взад и вперед; туда и сюда');

– исчезновение лексико-семантического варианта одного из элементов словосочетания. Одним из значений слова *mind* было когда-то 'цель, намерение', одним из значений слова *appearance* – 'приличие', вследствие чего существуют такие устойчивые сочетания, как *to have a mind to do sth, to change one's mind, for appearance's sake* и т. п.;

– проникновение словосочетания из профессиональной сферы в литературный язык. Словосочетание *to pull the strings* (букв. 'дёргать за веревочки') в прямом значении относилось к действию актеров во время кукольных спектаклей. В современном английском языке оно означает 'использовать свои связи';

– использование части пословицы или поговорки в качестве самостоятельного

фразеологизма. В современном английском, наряду с метафорически мотивированными пословицами *New brooms sweep clean* и *Birds of a feather flock together*, существуют немотивированные фразеологизмы *a new broom* и *birds of a feather*;

– использование выражения из литературного произведения, мифологии, Библии при забвении источника его появления и, соответственно, незнании самого сюжета. Многие люди, употребляющие выражения *the green-eyed monster* ‘ревность’, *the apple of discord* ‘причина ссоры’, *the Achilles’ heel* ‘слабое место’ и др. не задумываются об их происхождении и зачастую могут неверно их трактовать и, как следствие, некорректно употреблять в речи.

Таким образом, очевидно, что изменчивость лексической сочетаемости (коллокабельности) обусловлена историческими изменениями в структуре значения слов, вызванными различными факторами. При этом слова могут подвергаться процессам расширения, сужения, улучшения или ухудшения значений. Изменения сочетаемости тесно связаны с утратой внутренней формы слова, т. е. деэтимологизацией. Семантически мотивированное значение может, однако, и не вытеснять первичное значение, а сосуществовать с ним в конкретном синхроническом срезе. Мотивированность с течением времени могут утрачивать также целые словосочетания, превращаясь во фразеологические единицы.

Изучение семантических изменений словарного состава английского языка, происходящих на протяжении всей истории его развития, несомненно, представляет огромный интерес для лингвистов и имеет большое значение как для теоретических исследований в области истории языка, этимологии, лексикологии и др., так и для практических целей – в первую очередь, для обучения правильному употреблению слов и построению коммуникативно-релевантных и лингвистически корректных словосочетаний, а также в лексикографической практике при составлении толковых, этимологических, фразеологических словарей и словарей лексической сочетаемости.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Гак В. Г. К диалектике семантических отношений в языке // Принципы и методы семантических исследований / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Наука, 1976. С. 73-92.
2. Гак В. Г. Грамматика и тип словаря // Слово в грамматике и словаре / отв. ред. В. Н. Ярцева. М.: Наука, 1984. С. 42-51.
3. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд., испр. и доп. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.
4. Коньшева М. В. Функционирование существительных лексико-семантического поля «костюм» в историко-культурном контексте // Лексическая и синтаксическая семантика / отв. ред. И. Б. Хлебникова. Саранск: 1989. С. 116-129.



5. Хлебникова И. Б. Введение в германскую филологию и историю английского языка. М.: Высш. школа, 1996. 156 с.
6. Firth J. R. *Modes of Meaning // Papers in Linguistics 1934-1951*. Oxford: Oxford University Press, 1957. P. 190-215.
7. Ginzburg R. S., Khidekel, S. S., Knyazeva, G. Yu., Sankin, A. A. *A Course in Modern English Lexicology*. 2nd ed. M.: Vysshaya shkola, 1979. 269 p.
8. Liberman A. *Word origins and how we know them. Etymology for everyone*. Oxford University Press, USA, 2005. 312 p.
9. McCarthy M., O'Dell F. *English Collocations in Use. Intermediate*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. 190 p.
10. O'Dell F., McCarthy, M. *English Collocations in Use. Advanced*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 188 p.
11. Traugott E. C., Dasher R. B. *Regularity in semantic change*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005. 364 p.
12. Traugott E.C. *Semantic Change // Oxford Research Encyclopedia: Linguistics*. March 2017. Available at: <http://linguistics.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780199384655.001.0001/acrefore-9780199384655-e-323>. (accessed: 20.10.2018).

#### СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. ASD. *Anglo-Saxon dictionary by Joseph Bosworth & supplement by T. Northcote Toller*. Oxford University Press, 1921. 768 p. Available at: <https://archive.org/stream/anglosaxondictio00tolluoft#page/150/mode/2up>. (accessed: 20.10.2018).
2. CODEE. *Concise Oxford Dictionary of English Etymology / edited by T. F. Hoad*. Oxford: Oxford University Press, 1993. 552 p.
3. EDME. *An Etymological Dictionary of Modern English by Ernest Weekley*. London: John Murray, 1921; reprint 1967, Dover Publications. 1052 p. Available at: <https://archive.org/details/etymologicaldict00weekuoft/>. (accessed: 20.10.2018).
4. OED. *Online Etymology Dictionary / Edited by Douglas Harper*. 2001. Available at: <http://www.etymonline.com>. (accessed: 20.10.2018).
5. OEDO. *Oxford English Dictionary Online*. Oxford University Press. Available at: <http://www.oed.com>. (accessed: 20.10.2018).
6. OALD. *Oxford Advanced Learners Dictionary / edited by Jonathan Crowther*. Oxford: Oxford University Press, 1995. 1428 p.
7. WNWCD. *Webster's New World Dictionary of American English, 3rd college ed. / Edited by Victoria Neufeldt*. New York: Macmillan & Co, 1994. 1574 p.

#### REFERENCES

1. Gak, V. G. (1976). K dialektike semanticheskikh otnosheniy v yazyke [Towards dialectics of semantic relations in language]. In V. N. Yartseva (ed.) *Printsipy i metody semanticheskikh issledovaniy*. Moskva: Nauka. Pp. 73-92. (In Russ.).
2. Gak, V. G. (1984). Grammatika i tip slovarya [Grammar and type of dictionary]. In V. N. Yartseva (ed.) *Slovo v grammatike i slovare*. Moskva: Nauka. Pp. 42-51. (In Russ.).
3. Zhrebilo, T. V. (2010). Slovar lingvisticheskikh terminov [Dictionary of linguistic terms]. 5th ed. Nazran: Pilgrim. (In Russ.).
4. Konyshcheva, M. V. (1989). Funktsionirovanie sushchestvitelnykh lexiko-semanticheskogo polya «kostyum» v istoriko-kulturnom kontekste [Functioning of the nouns belonging to the lexico-semantic field “costume” in historical and cultural context]. In I. B. Khlebnikova (ed.) *Leksicheskaya i sintaksicheskaya semantika: mezhvuzovskiy sbornik nauchnykh trudov*. Saransk. Pp. 116-129. (In Russ.).
5. Khlebnikova, I. B. (1996). *Vvedenie v germanskuyu filologiyu i istoriyu angliyskogo*

*yazyka* [Introduction into Germanic philology and the history of the English language]. Moskva: Vysshaya shkola. (In Russ.).

6. Firth, J. R. (1957). *Modes of Meaning*. In *Papers in Linguistics 1934-1951*. Oxford: Oxford University Press. P. 190-215.

7. Ginzburg, R. S., Khidekel, S. S., Knyazeva, G. Yu., Sankin, A. A. (1979). *A Course in Modern English Lexicology*. 2nd ed. Moskva: Vysshaya shkola.

8. Liberman, A. (2005). *Word origins and how we know them. Etymology for everyone*. Oxford University Press, USA.

9. McCarthy, M., O'Dell F. (2017). *English Collocations in Use. Intermediate*. 2<sup>nd</sup> ed. Cambridge: Cambridge University Press.

10. O'Dell, F., McCarthy, M. (2008). *English Collocations in Use. Advanced*. Cambridge: Cambridge University Press.

11. Traugott, E. C., Dasher, R. B. (2005). *Regularity in semantic change*. Cambridge: Cambridge University Press.

12. Traugott, E. C. (2017). *Semantic Change*. In *Oxford Research Encyclopedia of Linguistics*. March 2017. Available at <http://linguistics.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780199384655.001.0001/acrefore-9780199384655-e-323>. (accessed 20.10.2018).

### **LEXICOGRAPHICAL SOURCE**

1. ASD. *Anglo-Saxon dictionary by Joseph Bosworth & supplement* by T. Northcote Toller. Oxford University Press, 1921. Available at: <https://archive.org/stream/anglosaxondictio00tolluoft#page/150/mode/2up>. (accessed 20.10.2018).

2. CODEE. *Concise Oxford Dictionary of English Etymology* / Edited by T. F. Hoad. Oxford: Oxford University Press, 1993.

3. EDME. *An Etymological Dictionary of Modern English* by Ernest Weekley. London: John Murray, 1921; reprint 1967, Dover Publications. Available at: <https://archive.org/details/etymologicaldict00weekuoft/>. (accessed 20.10.2018).

4. OED. *Online Etymology Dictionary* / Edited by Douglas Harper. 2001. Available at: <http://www.etymonline.com>. (accessed 20.10.2018).

5. OEDO. *Oxford English Dictionary Online*. Oxford University Press. Available at: <http://www.oed.com>. (accessed 20.10.2018).

6. OALD. *Oxford Advanced Learners Dictionary* / Edited by Jonathan Crowther. Oxford: Oxford University Press, 1995.

7. WNWCD. *Webster's New World Dictionary of American English*. 3rd college ed. / Edited by Victoria Neufeldt. New York: Macmillan & Co, 1994.

**Игнатюк Галина Николаевна** – старший преподаватель кафедры теории и практики английского языка  
(e-mail: [galina.ignatjuk@yandex.ru](mailto:galina.ignatjuk@yandex.ru)),  
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины  
246028, Беларусь, г. Гомель, ул. Советская, 104

**Ignatyuk Galina N.** – Senior Lecturer of the Theory and practice of the English Language Department (e-mail: [galina.ignatjuk@yandex.ru](mailto:galina.ignatjuk@yandex.ru)),  
Gomel State University named after Francisk Skorina  
104 Sovetskaya str., Gomel, 246028, Belarus

Поступила в редакцию 15 ноября 2018 г.

## ПЕРЕМЕННАЯ ИСЧИСЛЯЕМОСТЬ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ФОРМИРОВАНИЕ АДЕКВАТНОГО ВОСПРИЯТИЯ СМЫСЛОВОГО ЗНАЧЕНИЯ

*Статья посвящена проблеме изменения смыслового значения существительных переменной исчисляемости в результате их перехода из категории исчисляемых в неисчисляемые и наоборот. Рассмотрена содержательно-смысловая функция артиклей в предложении. Выявлены проблемы, связанные с адекватностью восприятия смыслового значения существительных переменной исчисляемости и обоснована целесообразность восприятия иноязычной информации на монологвистической основе, то есть без использования родного языка. В статье приведены выводы и даны методические рекомендации по формированию у (будущих) филологов и специалистов неязыковых профилей способности к адекватному восприятию смысловых значений существительных переменной исчисляемости в зависимости от контекста.*

**Ключевые слова:** адекватность, английский язык, артикль, восприятие, исчисляемость, неисчисляемый, родной язык, содержание, существительное, значение.

© 2019 G. V. Merkhelevich

## VARIABLE NOUNS: WAYS AND PROBLEMS OF UNDERSTANDING AND DEFINING MEANINGS IN ENGLISH

*This article is concerned with the changes happening to the meanings of variable nouns when they are used as countable or uncountable. The inclusively-meaningful function of articles is observed. Problems of understanding meanings of the same variable noun in different forms of its countability are studied, practicability of foreign language information perception on monolingual basis, that is avoiding native language, is substantiated. Conclusions and recommendations on creating skills of adequate perception of variable nouns meanings among (future) philologists and specialists of nonlinguistic areas according to the context are developed.*

**Key words:** equivalent, English, article, understanding, countability, uncountable, native language, contents, noun, meaning.

### Введение

Основной предпосылкой рассмотрения особенностей адекватного восприятия смыслового содержания существительных *переменной* исчисляемости послужили многочисленные примеры *неадекватной* передачи этих значений средствами русского языка при детальном исследовании изменения смысловых значений отдельных существительных в случае их перехода из одной категории исчисляемости в другую.

Английские имена существительные, обладающие *переменной* исчисляемостью, демонстрируют смену своих смысловых значений при переходе в другую категорию исчисляемости. Подобное изменение не всегда адекватно воспринимается носителями

русского языка, чем обуславливается высокая степень вероятности *ошибочной* интерпретации ее содержания на монологической основе, то есть средствами языка ее первичного изложения, и дальнейшего применения исходной англоязычной информации, а как следствие – и после ее перевода на родной (в нашем случае – русский) язык.

**Актуальность и социальная значимость исследования** обуславливается необходимостью снижения степени *неадекватности* восприятия англоязычной информации средствами языка *изложения* и передачи ее содержания средствами языка *перевода*.

Возникновение проблемы, связанной с неадекватностью восприятия такой информации, обуславливается целым рядом факторов:

- недостаточной *освещенностью* в учебно-методической литературе;
- отсутствием лингвометодической *систематизации* возможных изменений смыслового содержания существительных, происходящих в результате смены их исчисляемости;
- преобладанием практики выяснения *значения* таких существительных путем его интуитивной идентификации с помощью *двуязычных* (напр., англо-русских) словарей над практикой применения для этой цели *толковых* словарей английского языка, созданных его носителями и содержащих толкования каждого возможного смыслового значения, приводимые в форме дефиниций;
- *отставанием* отечественных двуязычных словарей от темпов непрерывной диверсификации смысловых значений, содержащихся в этих словарях элементов второго языка, используемого в качестве языка перевода;
- *несовершенством* лингвометодической подготовки переводчиков, которая требует навыков *контекстуально-целостного* восприятия информации до начала процесса перевода, вместо распространенной практики его выполнения «отдельными предложениями», а иногда и «отдельными фразами или словами»;
- то же, но в части развития навыка *исходного* восприятия англоязычной информации на *монологической* (беспереводной) основе.

**Цель** настоящей статьи: поиск путей повышения степени адекватности восприятия англоязычной информации, содержащей имена существительные переменной исчисляемости, средствами языка ее *изложения* и передачи содержания данной информации средствами языка *перевода*.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) проанализировать содержательно-смысловую функцию артикля в английском

языке и его влияния на адекватность восприятия значения имен существительных переменной исчисляемости;

2) анализ проблем, связанных с адекватностью восприятия смыслового значения существительных переменной исчисляемости;

3) проанализировать и обосновать преимущества монолингвистического подхода к восприятию смыслового значения существительных переменной исчисляемости;

4) проанализировать особенности и условия адекватной передачи смыслового содержания имен существительных переменной исчисляемости средствами английского языка.

### **Функция артикля в предложении и его влияние на восприятие смыслового значения существительного**

Если не обращаться к характеристике особенностей *исчисляемых* и *неисчисляемых* существительных как общеизвестной информации, можно остановиться на рассмотрении тех смысловых *изменений*, которые происходят с существительными *переменной* исчисляемости после их перехода из одной ее категории (напр., *исчисляемых*) в другую (*неисчисляемых*) и обратно.

При этом, вначале следует обратить внимание на *артикль* в части не только его косвенной роли в деле идентификации истинного смыслового значения существительного, определяемого данным артиклем, но и собственного *смыслового* значения самого артикля, на *обязательное* наличие которого далеко не всегда принято обращать внимание [Колпакчи, 1993; Мерхелевич, 2014].

В этой связи позволим предложить свою точку зрения на практику рассмотрения *артикля* в английском языке при его изучении<sup>1</sup> в средней и высшей школе. Такой подход автор воспринимает как одну из причин неадекватности восприятия значения определяемых артиклем существительных и нарушения *целостности* текстового материала при его восприятии и последующей передаче средствами другого языка<sup>2</sup>.

При этом автор считает недостаточно точно сформулированной отводимую некоторыми лингвистами роль артикля в предложении как *«определителя* существительного, который, в отличие от других определителей, не является

---

<sup>1</sup> Употребление слова «изучение» обусловлено тем, каким образом формулируется задача в системе образования. При этом автор полагает, что более адекватным достижению поставленной цели было бы формулирование этой задачи как «обучение языку как инструменту обращения с иноязычной информацией» вместо традиционного изучения иностранного языка как учебной дисциплины.

<sup>2</sup> Упомянув процесс «передачи информации средствами другого языка», автор умышленно не применяет равнозначный по смыслу термин «перевод», преследуя цель косвенно отразить ту степень свободы, которая подразумевает передачу информации на целостно-контекстуальной основе.

самостоятельной частью речи» [Качалова, Израилевич, 2003]. Вследствие этого артикль не воспринимается ими как *полноценное* слово, обладающее тем или иным смысловым значением. Толковый же словарь русского языка характеризует понятие «артикль» как «единицу языка, служащую для наименования понятий, предметов, лиц, действий, состояний, признаков, связей, отношений, оценок» или как «частицу (родовой член), прилагаемую к существительному для различения его рода, числа, определенности и неопределенности» [Словарь русского языка, 1981: 46].

Таким образом, как определенный, так и неопределенный *артикли* воспринимаются лингвистами как такая часть речи, которая «не является самостоятельной», потому что свое значение приобретает только в контексте, который определяется соответствующим существительным.

Вместо того, чтобы относиться к артиклю как к полноценному «слову, которое предшествует существительному», как это понятие трактуют толковые словари английского языка [Bloomsbury English Dictionary, 2004; Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, 2004; Random House Unabridged Dictionary of the English Language, 1987] и справочники по грамматике [Alexander, 2003: 38; Alexander, 1998: 42-52; Murphy, 2012: 69-79. Stannard, 1993: 1-7; Эккерсли, Маколей, 1992: 131], толковые словари русского языка формулируют понятие «артикль» как «показатель определенности или неопределенности, а также рода, числа и некоторых других грамматических значений» [Словарь русского языка, 1981: 46]. (Существует и другое определение артикля, которое приводит БСЭ<sup>3</sup>, называя его вначале служебным словом, а затем снова сводя его функцию в предложении до некоего «показателя». При этом ни один, ни другой источник не упоминает об *обязательном* наличии у любого артикля того или иного смыслового значения, которое определяется контекстом).

Таким образом, назвав *слово* (каким на самом деле является артикль) *показателем*, некоторые лингвисты тем самым исключили наличие у него какого-либо *смыслового* значения, поскольку понятие «показатель» означает «данные, по которым можно судить о состоянии *чего-либо*». Следовательно, артикль воспринимается ими как нечто *безжизненное* и второстепенное, лишенное *души* и смысловой *ауры*, а взамен наделенное некими *служебными* функциями чего-то *несамостоятельного*. При этом не учитывается тот факт, что *несамостоятельность* артикля вовсе не означает *отсутствие* у него

---

<sup>3</sup> **Артикль** (франц. article), в ряде индоевропейских, семитских и некоторых других языков дифференцирующее служебное слово. Сопровождает существительное и является показателем грамматических категорий определенности и неопределенности или рода, числа и падежа (напр., англ. the, a, нем. der, die, das, ein, eine, франц. le, la, les, un, une, des).

*самостоятельного* смыслового значения.

Не отводя артиклю роли *слова*, выступающего в качестве такой же части речи, как *существительное, глагол, предлог* и др., каждая из которых несет в себе определенную *смысловую* нагрузку, его отличие от остальных членов предложения нередко пытаются обосновать тем, что свое смысловое значение артикль приобретает только в сочетании с существительным на фоне соответствующего контекста. Но ведь практически *любое* другое слово английского, да и русского, языка имеет несколько значений, каждое из которых применимо только в условиях *определенного* контекста. Следовательно, и в этом смысле артикль не уступает никакой из частей речи, независимо от того, какую функцию она выполняет в предложении.

Исходя из приведенных выше доводов, можно заключить, что артикль как часть речи, превращаясь в предложении в его *полноценного* члена, *всегда* обладает *смысловым значением*, пренебрежение которым ведет к искажению информации, которая передается с его участием. В качестве доказательства этому можно привести примеры того, что неопределенный артикль может означать «некий», «один из ...», «какой-либо» и др.

Что же касается определенного артикля, то к наиболее распространенным его значениям относятся «этот», «тот», «вышеупомянутый», «... как категория (тип или вид)» и др.

Из вышеизложенного становится ясным, что в случаях, когда смысловое значение артикля не воспринимается (читателем) и не передается (переводчиком) при переводе на другой язык, может иметь место не только *искажение* исходной информации, но и нарушение ее *целостности*, формирование которой осуществляется именно с помощью артикля (в данном случае определенного), поскольку последний «отсылает» нас к тому, что было упомянуто ранее, выражая таким образом *взаимосвязь* действий, явлений или событий [Колпакчи, 1993; Мерхелевич, 2014].

Учитывая нередкие случаи наличия фактов вышеуказанных нарушений целостности текста в различных источниках переводной информации, и в первую очередь в СМИ, можно предположить, что целесообразно было бы пересмотреть на уровне системы образования трактовку роли артикля по отношению к определяемому им существительному, дополнив ее информацией о наличии у артикля *смыслового* значения, *отражение* которого при восприятии содержания текстового материала и его передаче средствами другого языка должно быть *обязательным*.

### **Проблемы адекватности восприятия смыслового значения существительных переменной исчисляемости**

Переходя к рассмотрению данной проблемы, приведем обобщенный перевод определения (дефиниции) существительного этой категории, выполненный автором: «К существительным переменной исчисляемости относятся такие существительные, которые сочетают в себе свойства исчисляемых и неисчисляемых»<sup>4</sup> [Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, 2004; Эккерсли, Маколей, 1992: 112]. При этом исчисляемость таких существительных зависит от контекста; они могут быть *неисчисляемыми* в случаях, когда относятся к абстрактным понятиям (напр., *democracy* и *truth*) или *какому-л.* материалу или веществу (напр., *stone* и *bone*), и *исчисляемыми*, когда выражают отдельные случаи или примеры проявления этих понятий, что предполагает возможность применения неопределенного артикля *a* или *an* [Alexander, 2003: 38; Stannard, 1993: 30-34].

В таблице 1 приведены примеры изменения исчисляемости и смысловых значений некоторых существительных, а также сведения о наличии соответствующей информации в *двуязычных* (колонка 5) и *монолингвистических* толковых (колонка 6) словарях английского языка.

### **Роль монолингвистического подхода к восприятию смыслового содержания иноязычной информации**

На основе сравнения данных, приведенных в таблице 1, можно сделать **вывод** о *разной* степени освещенности информации о смысловых значениях приведенных в ней существительных в *двуязычных* и *монолингвистических* словарях английского языка (соответственно 7 против 19), что доказывает необходимость отдавать предпочтение последним ввиду явно *неполного*, а следовательно, *недостаточного* освещения необходимой информации в двуязычном словаре.

---

<sup>4</sup> **Variable nouns** are nouns which combine the behaviour of **count** and **uncount** nouns. They are like **count** nouns when they refer to an instance or more than one instance of something, e.g. an injustice; injustices, or to individual members of a class, e.g. a cake; cakes.

**Variable nouns** are *uncountable* when they refer to something in general or a material, and *countable* nouns when they refer to a particular instance of something.



Таблица 1. Примеры изменения смысловых значений некоторых существительных переменной исчисляемости и сведения о наличии этой информации в словарях (в колонках 5, 6 знак «+» означает наличие, а знак «-» отсутствие данного смыслового значения в словаре)

Слово	Исчисляемость	Дефиниции / Примеры применения	Значение слова в переводе на русский язык		
			на основе дефиниции	заимствованное из словаря	
				англо-русского [БАРС, 1977]	толкового словаря английского языка [BED, 2004; MWCD, 2004; RHUD, 1987]
1	2	3	4	5	6
1) (a) <b>democracy</b>	[U]	1.1) <b>a system of government</b> in which people choose their rulers by voting for them in elections [BED, 2004]. ✓ <i>The unification of Germany and the dissolution of the Soviet Union represented the spread of <b>democracy</b> in Europe.</i> ✓ <i>Parliament the capacity to adapt to changing circumstances while insisting on the fixed and immutable principles of <b>democracy</b>, accountability and self-government.</i>	демократия	+	+
	[C]	1.2) <b>a democratic nation</b> , i.e. a country with a government that has been elected freely and equally by all its citizens [BED, 2004]. ✓ <i>Yet voters in Malaysia also face fewer choices than those in developed <b>democracies</b>.</i> ✓ <i>If we do not regain for ourselves the only sovereignty which really counts, which is the political will and authority of a democratic nation, we shall deserve to fail.</i>	демократическое государство <i>или</i> страна	+	+
	[U]	1.3) <b>a democratic governmental system</b> : a system of government based on the principle of majority decision-making [BED, 2004]. ✓ <i>Decisions are made by consensus – the Bruderhof is not a <b>democracy</b>.</i> ✓ <i>To avert catastrophe, it would be necessary to rethink the principles of American <b>democracy</b>.</i>	демократическое устройство государства	-	+
	[U]	1.4) <b>government by the people</b> , as the management or control of something [BED, 2004].	демократизм	+	+
	[C]	1.5) <b>a government</b> in which the supreme power is vested in the people and exercised by them directly or indirectly through a system of representation usually involving periodically held free elections [BED, 2004].	демократическое правительство	-	+

Продолжение табл .1

1	2	3	4	5	6
	[C]	1.6) <b>a political unit</b> that has a democratic government [BED, 2004].	демократическая партия <i>или</i> орган	+	+
2. (a) <b>truth</b>	[U]	2.1) <b>something is all the facts about it</b> , rather than things that are imagined <i>or</i> invented [BED, 2004]. ✓ <i>I must tell you the <b>truth</b> about this business...</i> ✓ <i>The <b>truth</b> of the matter is that we had no other choice...</i> ✓ <i>In the town very few know the whole <b>truth</b>.</i> ✓ <i>Some people find it difficult to distinguish between <b>truth</b> and hearsay.</i>	реальность	–	+
	[C]	2.2) <b>something that is believed to be true</b> [BED, 2004]. ✓ <i>It is an almost universal <b>truth</b> that the more we are promoted in a job, the less we actually exercise the skills we initially used to perform it.</i> ✓ <i>Parkinson's law points to a <b>truth</b> about the way organizations operate.</i>	истина	–	+
3. (an) <b>infection</b>	[U]	3.1) <b>state of being infected</b> : the reproduction and proliferation of microorganisms within the body [BED, 2004].	инфицированность	–	+
	[U]	3.2) <b>infecting of others</b> : the transmission of infectious microorganisms from one person to another [BED, 2004].	инфицирование	–	+
	[C]	3.3) <b>an infecting microorganism or agent</b> [BED, 2004].	переносчик инфекции	–	+
	[C]	3.4) <b>a communicable disease</b> [BED, 2004].	инфекционное заболевание ( <i>как отдельный вид</i> )	–	+
	[C]	3.5) <b>something that corrupts somebody morally</b> [BED, 2004].	бесчестие	–	+
	[U]	3.6) <b>persuasion or corruption, as by ideas, perverse influences, etc.</b> [BED, 2004].	зараженность ( <i>перен.</i> ), увлеченность	+	+
	[U]	3.7) <b>transmission of feelings</b> : the communication of emotions or attitudes between people [BED, 2004].	заразительность, прилипчивость ( <i>перен.</i> )	+	+

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
4. (an) egg	[C]	4.1) <b>a small oval object with a thin hard shell produced by a female bird and containing a young bird; a similar object produced by a female insect, etc.</b> [RHUD, 1987]. ✓ <i>The female sits on the eggs until they hatch.</i> ✓ <i>The fish lay thousands of eggs at one time.</i> ✓ <i>crocodile eggs</i>	яйцо	+	+
	[C]	4.2) <b>a similar object produced by a female fish</b> [BED, 2004].	икринка	–	+
	[C]	4.3) (FOOD) <b>a bird's egg</b> , especially one from a chicken, that is eaten as food [BED, 2004]. ✓ <i>a boiled egg</i> ✓ <i>bacon and eggs</i>	яйцо, куриное (как предмет)	+	+
	[U]	4.4) (FOOD) <b>the contents of an egg or eggs, usually eaten as food</b> [RHUD, 1987]. ✓ <i>raw egg</i> ✓ <i>Joe always had bacon and egg for breakfast.</i>	яйцо (как содержимое скорлупы; белок и желток вместе взятые)	–	+
5. (a) beer	[U]	5.1) <b>any bitter alcoholic drink made from malt and flavoured with hops</b> [BED, 2004]. ✓ <i>There are many types of beer.</i>	пиво (как слабый алкогольный напиток вообще)	+	+
	[C]	5.2) <b>a type of the above drink</b> [BED, 2004]. ✓ <i>beers brewed in Germany</i> ✓ <i>You owe me a beer, Rich, " Bob said, handing Marlette the twenty-five dollars he'd won on the last game.</i>	пиво (как отдельный вид этого напитка)	–	+
	[C]	5.3) <b>a bottle or can of the above drink</b> [BED, 2004]. ✓ <i>Would you like a (bottle/can of) beer?</i> ✓ <i>He went straight to the kitchen and took a beer from the fridge, but checked himself as he was about to open it: he would need a clear head to deal with Pruitt.</i> ✓ <i>"Just go and get a beer," Marlette snapped, grabbing his leather jacket off a peg on the wall.</i> ✓ <i>"You want a beer?" "No, thanks," Marlette replied, pulling up the nearest chair and sitting down.</i>	бутылка (банка) пива	–	+
	[C]	5.4) <b>a glass of the above drink</b> [BED, 2004]. ✓ <i>Would you like a (glass of) beer?</i>	стакан пива	–	+
ИТОГО смысловых значений в словарях	ТОЛКОВЫХ МОНОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ				23
	ДВУЯЗЫЧНЫХ			9	
Степень освещенности информации в двуязычных словарях – 36,8%					

### **Особенности адекватной передачи смысловых значений существительного переменной исчисляемости средствами английского языка**

Наряду с вышесказанным, важную роль играет также *адекватность* передачи смысловых значений существительного переменной исчисляемости при изложении информации средствами английского языка [Griffiths, 1992; Rutherford, 1987].

В качестве примера, иллюстрирующего изменение восприятия носителем языка смыслового значения существительного данной категории в зависимости от применяемого артикля, рассмотрим слово «жизнь» (см. табл. 2).

Приведенная информация указывает на изменение исчисляемости слова «жизнь» в зависимости от его смыслового наполнения как в русском (колонка 1), так и в английском (колонка 2) языках с учетом полисемантической природы этого слова в обоих языках.

Упомянутым обуславливается необходимость *предварительного* определения содержательного наполнения данного слова в русском тексте в случае, когда возникает необходимость передачи информации с участием слова *life* на английском языке, а также определения и выбора применяемого при этом артикля на контекстуальной основе.

В пользу *монолингвистического* подхода к восприятию иноязычной информации говорит и опыт, основанный на наблюдениях автора, который показывает, что даже высокая профессиональная компетенция как уровень теоретических знаний в области грамматики иностранного языка, приобретенная на *двуязычной* основе, не гарантирует *адекватности* восприятия на этой же основе смыслового содержания иноязычного материала. В этой связи обязательным следует считать наличие навыка восприятия иноязычной информации на монолингвистической основе с выяснением значения *незнакомых* лексических единиц (слов и фраз) средствами языка исходного изложения данной информации с помощью толкований, основанных на использовании *знакомой* лексической базы. При этом не только исчерпывающими, но и даже достаточными не могут считаться теоретические *знания* о преподаваемом и осваиваемом иностранном языке, которые были получены на основе *родного* языка, поскольку познание иноязычной среды должно основываться на сочетании индивидуальной смысловой *ауры* или *ареала* каждого из входящих в нее понятий как лексических единиц.

Таблица 2. Сведения об исчисляемости слова «жизнь»

Определение смыслового значения в русском языке (пример применения)	Написание в английском языке	Определение смыслового значения (дефиниция) в английском языке
1	2	3
<p><b>Жизнь I</b> (совокупность явлений, происходящих в организмах, особая форма существования материи) [СРЯ, 1981] (напр., заболевание, <b>опасное для жизни</b>; мероприятия, <b>разработанные для спасения жизни</b>; пострадавший не <b>подает признаков жизни</b>)</p>	<p>life</p>	<p>[U] <u>Life</u> is: 1. The ability to breathe, grow, reproduce, etc., which people, animals, and plants have before they die and which objects do not have. (In scientific language, life is the aggregate of vital phenomena). 2. The state of existence characterised by such functions as metabolism, growth, reproduction, adaptation, and response to stimuli [BED, 2004]. ✓<i>The precipitating factor results in a shortened <b>life</b> span for erythrocytes and an increase in erythrocyte destruction by the reticuloendothelial system.</i> ✓<i>The body was cold and showed no signs of <b>life</b>.</i> ✓<i>My father died last year — I wish I could bring him back to <b>life</b>.</i></p>
<p><b>Жизнь II</b> (физиологическое существование человека, животного, всего живого) [СРЯ, 1981] (напр., совместимый с <b>жизнью</b>; угроза <b>жизни</b>)</p>	<p>(a) life</p>	<p>[N-VAR] (A) <u>life</u> is: 1. [U] The state of being alive as a human. (In other words, life is existence in the physical world, i.e., the quality that makes living animals and plants different from dead organisms and inorganic matter. Its functions include the ability to take in food, adapt to the environment, grow, and reproduce) [BED, 2004]. ✓<i>The floods caused a massive loss of <b>life</b> (= many people were killed).</i> 2. [C] An individual person's existence [BED, 2004]. ✓<i>Hundreds of <b>lives</b> were threatened when the building collapsed.</i> ✓<i>The operation saved her <b>life</b>.</i> ✓<i>My grandfather lost his <b>life</b> (= was killed) in the war.</i> ✓<i>Several attempts have been made on the President's <b>life</b> (= several people have tried to kill him).</i></p>
<p><b>Жизнь III</b> (время жизни – в значении «Жизнь II» – от ее возникновения до конца, а также в какой-л. ее период) [СРЯ, 1981] (напр., анамнез <b>жизни</b>; качество <b>жизни</b>; <b>среднестатистическая продолжительность жизни</b>; цикл <b>жизни</b> чего-л.)</p>	<p>(a) life</p>	<p>[N-VAR] (A) <u>life</u> is: 1. [U] (a) The period between birth and death [BED, 2004]. ✓<i>I'm no longer interested in long <b>life</b> – I want to see truth and justice.</i> ✓<i>Brenda took up tennis late in <b>life</b>.</i> (b) A particular / special part of this period. ✓<i>There's no such thing as a job for <b>life</b> any longer. (I.e. a job you keep until you retire.)</i> ✓<i>in early / adult <b>life</b></i> ✓<i>I've been a teacher for most of my working <b>life</b>.</i></p>

1	2	3
		2. [C]: (a) An instance of the period between a person's birth and <i>his</i> or <i>her</i> death, especially of a particular person [BED, 2004]. ✓ <i>to have a long / short life</i> ✓ <i>I'm more interested in having an exciting life than a long one.</i> ✓ <i>I've lived in England for most of my life.</i> ✓ <i>He became very weak towards the end of his life.</i> ✓ <i>He will spend the rest of his life</i> (= until he dies) <i>in a wheelchair.</i> (b) A particular / special part of this period, especially of a particular person [BED, 2004]. ✓ <i>He's lived here all his life.</i> (I.e. from the beginning until now.) ✓ <i>I grew up in Canada but have spent most of my adult life in Germany.</i>
<b>Жизнь IV</b> (деятельность общества и человека в тех или иных ее проявлениях) [СРЯ, 1981] (напр., качество <b>жизни</b> ; образ <b>жизни</b> )	(a) life	[N-VAR] (A) <u>life</u> is: 1. [U] Way of living [BED, 2004]. ✓ <i>the good / high life</i> 2. [U] The experience and activities that are typical of all people's existences [BED, 2004]. ✓ <i>I left home at 16 to see life</i> (= have different experiences with a lot of people in lots of places). ✓ <i>Unfortunately, accidents are part of life.</i> ✓ <i>the worries of everyday life</i> ✓ <i>Drugs and violence are deeply rooted in the society's life.</i> ✓ <i>He is young and has little experience of life.</i> ✓ <i>Commuting is a part of daily life for many people.</i> ✓ <i>Jill wants to travel and see life for herself.</i> ✓ <i>We bought a dishwasher to make life easier.</i> 3. [C] A specified part of <i>someone's</i> life [BED, 2004]. ✓ <i>her family/private/sex life</i> ✓ <i>my working life</i> 4. [C] A person's experiences during his/her life; the activities that form a particular part of a person's life [BED, 2004]. ✓ <i>He leads a very busy life.</i>
<b>Жизнь V</b> (реальная действительность) [СРЯ, 1981]	(real) life	[U] (Real) <u>life</u> is what really happens, rather than what happens in stories <i>or</i> in your imagination [BED, 2004]. ✓ <i>in real life</i> ✓ <i>Things like that don't happen in real life.</i> ✓ <i>Let's discuss some real life problems.</i>
<b>Жизнь VI</b> (все живое в природе) [СРЯ, 1981]	life	[U] <u>Life</u> is living organisms such as animals and plants [BED, 2004].

Этого можно достичь только через интеграцию и взаимное проникновение смысловых значений ее компонентов, проявляющуюся в их гармоничном сочетании и раскрытых путем их подробного и предметного описания, представленного в *монолингвистическом* словаре в форме толкований. *Двухязычная* же основа понимания иноязычной среды такими средствами не располагает в силу особенностей своей структуры и организации, которые не предусматривают предоставления *описательной* информации, ограничиваясь списком эквивалентов на родном языке, выбор и восприятие значения которых нередко приходится делать на интуитивной основе.

Доказательством ограниченности информации, содержащейся в двухязычных словарях, являются сравнительные данные, приведенные в таблице 1.

При этом список значений, приводимых в двухязычных словарях, можно ошибочно принять за *исчерпывающий*, в то время как область, охватываемая толкованиями значений, содержащихся в *толковом* словаре иностранного языка, может не только быть шире в уже готовом виде, но и содержать информацию, которая косвенно создает условия для расширения этого списка за счет предполагаемых смысловых эквивалентов, не упоминаемых в двухязычных словарях на фоне контекста оригинального иноязычного материала.

### **Выводы**

В ходе описываемого исследования были сделаны следующие **выводы** на основе анализа:

1) *содержательно-смысловой* функции артикля в английском языке и его *влияния* на адекватность восприятия смыслового значения существительных переменной исчисляемости. Сформулирована *содержательно-смысловая* функция определенного и неопределенного артиклей в английском языке и обоснована необходимость ее учета при восприятии смыслового значения существительных переменной исчисляемости. Приведены необходимые дефиниции и примеры применения артиклей;

2) проблем, связанных с *адекватностью* восприятия смыслового значения существительных переменной исчисляемости. Приведены необходимые дефиниции и примеры изменения смыслового значения существительных переменной исчисляемости в каждой из ее форм;

3) преимуществ *монолингвистического* подхода к восприятию смыслового значения существительных переменной исчисляемости. Обоснована целесообразность применения монолингвистических словарно-справочных источников вместо широко используемых *двухязычных* словарей. Обоснование проведено на сравнительной основе на базе данных, приведенных в таблице 1;

4) *особенностей* и *условий* адекватной передачи смысловых значений

существительного переменной исчисляемости средствами английского языка. При этом обоснована целесообразность применения подхода и средств, упомянутых в п. 3, с учетом описания смысловых значений, приведенных в таблице 2.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Качалова К. Н., Израилевич Е. Е. Практическая грамматика английского языка с упражнениями и ключами. 8-е изд. Киев: Методика, 2003. Т. 1. 368 с.; Т. 2. 304 с.
2. Колпакчи М. А. Дружеские встречи с английским языком. 4-е изд. С-Пб.: Издательский дом «Corvus», МП «Книжный дом», 1993. 384 с.
3. Мерхелевич Г. В. Английский язык: как учить(ся), чтобы обучить(ся). 4-е изд., доп. Донецк: ЧП АРПИ, 2014. 260 с.
4. Эккерсли С. Е., Маколей М. Живая грамматика. Грамматика английского языка с упражнениями = Brighter Grammar. An English Grammar with Exercises: в 4-х кн. М.: Междунар. отношения, 1992. 400 с.
5. Alexander L. G. Longman English Grammar Practice for Intermediate Students. Self-Study Edition with Key. Addison Wesley Longman Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM 201JE, England: 11<sup>th</sup> Impression. 1998. 302 p.
6. Alexander L. G. Longman English Grammar. Consultant-R. A. Close, CBE. Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM 201JE, England: 12<sup>th</sup> Impression. 2003. 361 p.
7. Griffiths M. Teaching Language to Adults // Language Learning Journal. 1992. No. 5. 64 p.
8. Murphy R. English Grammar in Use: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English. 4<sup>th</sup> Ed. Cambridge University Press. The Edinburgh Building, Cambridge CB2\*RU, UK, 2012. 399 p.
9. Rutherford W. E. Second language grammar: Learning and teaching. London: Longman, UK. 1987/195 p.
10. Stannard Allen, W. Living English Structure: A practice book for Foreign Students. Longman Group UK Limited. 5<sup>th</sup> Ed. London, 1993. 338 p.
11. Wren P. C., Martin H. High School English Grammar and Composition. Ram Nagar, New Dehli: S.Chang & Company Ltd, 1982. 940 p.

### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Большой англо-русский словарь: в 2-х т. / Н. Н. Амосов, Ю. Д. Апресян, И. Р. Гальперин и др.; под ред. И. Р. Гальперина. М.: Русский язык, 1977. 863 с. [БАРС].
2. Словарь русского языка: в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Русский язык, 1981. Т. 2. 736 с. [СРЯ].
3. Bloomsbury English Dictionary. 2<sup>nd</sup> Ed. London: Bloomsbury Publishing Plc. 2004. 2165 p. [BED].
4. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. 11<sup>th</sup> Ed. Chicago: University of Chicago Press Staff, 2004. 1280 p. [MWCD].
5. Random House Unabridged Dictionary of the English Language. 2<sup>nd</sup> Ed. N.Y: Random House, Inc. 1987. 2478 p. [RHUD].

### **REFERENCES**

1. Kachalova, K. N., Izrailevich, E. E. (2003). *Prakticheskaya grammatika angliyskogo yazyka s uprazhneniyami i klyuchami* [Practical Grammar of the English Language with Exercises and Answers]. 8-e izd. Kiev: Metodika. T. 1-2. (In Russ.).



2. Kolpakchi, M. A. (1993). *Druzheskie vstrechi s angliyskim yazykom* [Meeting English Language in a Friendly Manner]. 4-e izd. S-Pb.: Izdatelskiy dom «Corvus», MP «Knizhnyy dom». (In Russ.).

3. Merkhelovich, G. V. (2014). *Angliyskiy yazyk: kak učit(sya), chtoby obuchit(sya)* [English: Which Way to Study To Be Able To Acquire]. 4-e izd., dop. Donetsk: ChP ARPI. (In Russ.).

4. Ekkersli, S. E., Makoley, M. (1992). *Zhivaya grammatika. Grammatika angliyskogo yazyka s uprazhneniyami* [Brighter Grammar. An English Grammar with Exercises]: v 4-kh kn. M.: Mezhdunar. otnosheniya. (In Russ.).

5. Alexander, L. G. (1998). *Longman English Grammar Practice for Intermediate Students*. Self-Study Edition with Key. Addison Wesley Longman Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM 201JE, England: 11<sup>th</sup> Impression.

6. Alexander, L. G. (2003). *Longman English Grammar. Consultant-R. A. Close, CBE*. Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM 201JE, England: 12<sup>th</sup> Impression.

7. Griffiths, M. (1992). Teaching Language to Adults. In *Language Learning Journal*. No. 5.

8. Murphy, R. (2012). *English Grammar in Use: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English*. 4<sup>th</sup> Ed. Cambridge University Press. The Edinburgh Building, Cambridge CB2\*RU, UK.

9. Rutherford, W. E. (1987). *Second language grammar: Learning and teaching*. London: Longman, UK. 195 p.

10. Stannard, Allen, W. (1993). *Living English Structure: A practice book for Foreign Students*. Longman Group UK Limited. 5<sup>th</sup> Ed. London.

11. Wren, P. C., Martin, H. (1982). *High School English Grammar and Composition*. Ram Nagar, New Dehli: S.Chang & Company Ltd.

#### LEXICOGRAPHICAL SOURCE

1. *Bolshoy anglo-russkiy slovar* [New English-Russian Dictionary]: v 2-kh t. / N. N. Amosov, Yu. D. Apresyan, I. R. Galperin i dr.; pod red. I. R. Galperina. M.: Russkiy yazyk, 1977. (In Russ.).

2. *Slovar russkogo yazyka* [Dictionary of the Russian Language]: v 4-kh t. / AN SSSR, In-t rus. yaz.; pod red. A. P. Evgenevoy. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Russkiy yazyk, 1981. T. 2. (In Russ.).

3. *Bloomsbury English Dictionary*. 2<sup>nd</sup> Ed. London: Bloomsbury Publishing Plc. 2004.

4. *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*. 11<sup>th</sup> Ed. Chicago: University of Chicago Press Staff, 2004.

5. *Random House Unabridged Dictionary of the English Language*. 2<sup>nd</sup> Ed. N.Y: Random House, Inc. 1987.

**Мерхелевич Геннадий Викторович** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и практики перевода (e-mail: infof@arpi.com.ua), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, Университетская, 24

**Merkhelevich Gennady V.** – Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of Translation Studies Department (e-mail: infof@arpi.com.ua), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

Поступила в редакцию 07 ноября 2018 г.

## **МЕХАНИЗМ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ДЕРИВАЦИИ ОЦЕНОЧНЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

*Данная статья посвящена описанию особенностей семантической деривации оценочных прилагательных в английском языке. Проанализированы разные подходы к изучению основных типов семантических процессов. Описаны основные причины изменения значения прилагательных в ходе развития языка.*

**Ключевые слова:** *семантическая деривация, оценочное значение, метафоризация, метонимизация.*

## **SEMANTIC DERIVATION MECHANISM OF ENGLISH EVALUATIVE ADJECTIVES**

*The article gives a survey of semantic derivation peculiarities of the evaluative adjectives in English. Different approaches to the main types of semantic processes studying are analyzed. The main reasons for meaning change of the evaluative adjectives are described.*

**Key words:** *semantic derivation, evaluative meaning, metaphORIZATIN, metonymyZATION.*

### **1. Вводные замечания**

Теоретические основы исследования семантики прилагательных современного английского языка базируются на положениях когнитивной лингвистики о репрезентативном характере языкового значения. В развитие лингвокогнитивистики значительный вклад внесли Ю. Д. Апресян [2009], Н. Д. Арутюнова [1999], О. Л. Бессонова [Бессонова, Трофимова, 2016], С. А. Жаботинская [2004], В. А. Маслова [2007], З. Д. Попова, И. А. Стернин [2007] и другие.

Прилагательные неоднократно были объектом особого рассмотрения. В трудах В. В. Виноградова [1995], Е. С. Кубряковой [2008], А. Н. Шрамма [1979], З. А. Харитончик [1986], О. В. Раевской [2007] и других ученых были определены семантическая основа категории адъективных слов, пути становления этой категории и её семантической дифференциации и ряд других основополагающих характеристик. Были проведены диахронические исследования, которые дают возможность глубоко и разносторонне изучить процесс семантического словоизменения (его причины, характер и результаты). В области изучения семантических изменений внутри англосаксонского периода примечательны работы Н. Ю. Гвоздецкой [1995], И. В. Шапошниковой [1999], О. Г. Чупрыны [2000] и других ученых. Что же касается более поздних изменений, отражающих динамику этнокультурных

ценностей западноевропейской этнической системы, то в этом плане интересно исследование, проведенное Дж. Хьюзом [Hughes, 1999].

Проблема эволюции лексических единиц и, в частности, имен прилагательных по-прежнему является актуальной в связи с широким распространением системного подхода к лексико-семантическому уровню языка и появлением новых лингвистических парадигм. Исследование оценочных прилагательных в рамках диахронического подхода позволяет установить и описать особенности эволюционных изменений, механизмов деривации и их результатов. Наличие в языке специфических способов, которые выражают процесс возникновения оценочного значения, свидетельствует о значимости категории оценки в лингвистике. Человек постоянно оценивает себя, других людей, окружающую его действительность, выражая свое отношение разнообразными средствами в процессе коммуникации. Среди множества трактовок оценки – коммуникативной (одобрение – неодобрение), эмоциональной (приятно – неприятно), качественной (хорошо – плохо), рациональной (полезно – вредно), исходной оказывается проблема значения объекта для субъекта, избравшего его предметом ценностного отношения, которое базируется на признаке хорошо / плохо [Вольф, 2002]. Как показывает исследование, одними из наиболее продуктивных лексических средств выражения оценки являются прилагательные. К классу имен прилагательных относятся слова, которые обозначают признак предмета. Признаки, воспринимаемые органами чувств и осознаваемые человеком в результате одноступенчатой мыслительной операции сопоставления с «эталонном», называются эмпирическими признаками. Категория признаков, которые представляют собой оценку предмета, т.е. отношение объекта к субъекту, называются оценочными признаками. Формирование оценочного признака также начинается с восприятия органами чувств эмпирических признаков предмета, с их соотнесения с «эталонном», и в итоге делается вывод о наличии у предмета нового (оценочного) признака. Объектом оценки прилагательных выступает человек, его деятельность, абстрактные и конкретные понятия, ситуации. Оценочное значение понимается как информация, содержащая сведения о ценностном отношении субъекта речи к определенному свойству обозначаемого объекта [Вольф, 2002].

Имена прилагательные подвергаются значительным семантическим изменениям в связи с переменами в реальной жизни, вместе с тем, легко приспосабливаясь к выражению новых значений, они лучше сохраняются как лексемы в истории языка.

Целью данного исследования является описание механизмов семантической деривации оценочных прилагательных с семей «характер» в английском языке.

Корпус языкового материала составили 1200 прилагательных, в значении которых содержится оценочный компонент. Источником языкового материала послужил авторитетный толковый словарь английского языка «Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principals» [SOED].

## **2. Основные подходы к изучению изменения семантики лексических единиц**

Язык должен непрерывно меняться для того, чтобы продолжать функционировать. В значениях слов происходят определенные сдвиги, приводящие к появлению новых и исчезновению старых лексических единиц, которые обусловлены определенными изменениями в объективной действительности и особенностями внутренних семантических связей. Значение лексических единиц может меняться в ходе развития языка. Развитие и изменение семантической структуры слова всегда является источником качественного и количественного развития словаря. Все виды изменений зависят от некоторого сравнения между ранее образованным и новым значением слова. Анализ материала позволяет нам проследить данное утверждение. Например: *Stern* ‘суровый’ – 1) *of a blow, a weapon: inflicting severe pain or injury* ‘присущий удару, оружию: причиняющий большую боль и увечья’ (возникло значение в древнеанглийский период ОЕ); 2) *of the weather: severe, causing hardship* ‘о погоде: суровая, причиняющая трудности’ (значение возникло в среднеанглийский период МЕ); 3) *of a person: cruel, merciless* ‘о человеке: жестокий, безжалостный’ (значение возникло в конце XVIII века). Новое лексическое значение возникло в результате ассоциативного переноса, т. е. признаки предмета стали присущи характеру человека.

Исследуя оценочные прилагательные в диахроническом аспекте, нужно обратить внимание на основные классификации изменения значения, которые были предложены Дж. Стерном и С. Ульманом. Дж. Стерн попытался классифицировать основные изменения значения и разделил их на такие типы: замена понятий (*substitution*), подобность (*analogy*), сужение (*shortening*), номинация (*nomination*), перенос (*transfer*), метатеза (*permutation*) и эквивалент (*adequation*) [Stern, 1981]. В свою очередь, С. Ульман разграничивает природу и следствия семантического изменения значения. В природе семантического значения он назвал метафору, метонимию, народную этимологию, эллипсис; как последствия семантического изменения – расширение и сужение, пейорацию и амелиорацию значения [Ullman, 1962]. При исследовании древнеанглийского языка, было установлено, что основная часть лексикона состояла из моносемантической лексики, которая описывала наиболее важные для человека того времени аспекты действительности – предметы, места, действия,

состояния. Но с развитием общества появляется новая возможность непрямой номинации – использования слов в метафорическом и метонимическом значениях, благодаря чему слова становятся многозначными.

Последние исследования данной проблемы говорят о том, что лексические и грамматические изменения сосуществуют с процессами познания и концептуальной системой. Определенные механизмы изменений являются когнитивно обусловленными и играют весомую роль в формировании когнитивных моделей. Например, метафоризация в слове *cold* может являться механизмом когнитивно-семантического изменения значения, поскольку оценочное значение прилагательного *fig. cold* ‘холодный, черствый человек’ образовалось с целью актуализации нового явления: *cold* ‘холодный’ – *having a temperature lower than the living human body* ‘имеющий температуру ниже температуры человеческого тела’; (*fig.*) *Void of warmth or intensity of feelings; indifferent, apathetic, unfriendly* (перен.) ‘безэмоциональный, равнодушный человек’ [SOED]. Так, Е. Бленк показал типовые соотношения определенных видов ассоциаций (метафора, метонимия) и мотивации семантических изменений [Blanck, 1999]. Как результат таких изменений, семантический объем лексических единиц может расширяться или сужаться и приобретать положительную или отрицательную окраску. Например: *hard* ‘бессердечный’ – 1. *Orig. courageous, bold* ‘смелый, дерзкий’ (ОЕ); 2. *Not easily impressed or moved; unfeeling, callous, hard-hearted* ‘человек, которого нелегко впечатлить или тронуть: бесчувственный, жестокий, жестокосердный’ (ОЕ); 3. *Of a person: harsh or severe in dealing with someone* ‘о человеке: грубый и суровый по отношению к людям’ (ME – NE). В данном исследовании, соглашаясь с Г. И. Кустовой, считаем, что метафора и метонимия являются механизмами семантической деривации.

Исследование особенностей эволюции атрибутивной семантики на определенных этапах развития также требует выяснения причин сдвигов в семантике лексических единиц. Д. Бикертон, рассматривал проблему разнообразия теорий происхождения и эволюции языка, подчеркивает “разительное отсутствие консенсуса и несовместимости разных подходов, с которыми исследователи сталкиваются на почве языковой эволюции” [Bickerton, 2007].

В лингвистике не существует единого разъяснения вопроса о причинах семантических изменений, поэтому проблема языковых сдвигов требует объяснения и более детального рассмотрения.

Д. М. Шмелев акцентирует внимание на том, что причины семантических сдвигов, как правило, сложно переплетаются между собой и само направление семантических

перемен зависит от ряда факторов [Шмелев, 2008]. Автор подчеркивает существование связи между ассоциациями, которые возникают с определенными объектами и появлением новых значений. Таким образом, приходим к выводу, что возможность семантической транспозиции многих слов, в первую очередь, обусловлена той ассоциативно-тематической группой, к которой они принадлежат.

Вслед за В. В. Левицким, причины семантических изменений можно разделить на две группы: внелингвистические и внутрелингвистические. К первым относятся причины, которые обусловлены необходимостью коммуникации, то есть потребностью говорящего рассказывать и выражать свои мысли и чувства: *когнитивные*, причины которые детерминированы развитием мышления, познавательной деятельностью человека; *социальные*, вызванные изменениями в развитии общества, цивилизации; *эмотивные* причины, возникающие в результате потребности говорящего выразить свои чувства и эмоции. К внутрелингвистическим причинам принадлежат такие факторы как: 1) синтагматические (влияние измененного контекста – расширение, сужение, смещения контекста, влияние грамматической функции, эллипсы, влияние постоянного контекста); 2) парадигматические (влияние звуковой аналогии, расхождение омонимов, столкновение синонимов, результат существования несовместимых значений слова, влияние других системных связей в лексике) [Левицкий, 2012].

Учитывая вышеперечисленные факторы, можно считать, что в определенном смысле любой сдвиг является нарушением исходной структуры, а значит – даёт возможность выделить разные понимания одного и того же денотативного смысла или возможность трансформировать первоначальную структуру и получить новую [Левицкий, 2012]. Одним из импульсов атрибутивных изменений является изменение типа признака. Например: *moody* ‘угрюмый’ – 1. *Brave, haughty, high-spirited* ‘храбрый, заносчивый, жизнерадостный’ (ОЕ); 2. *Proud, stubborn, willful* ‘горделивый, высокомерный, упрямый, своенравный’ (LME); 3. *Subject to or indulging in moods of bad temper, depression, etc.; sullen melancholy* (LME) ‘подверженный плохому настроению, депрессии; угрюмый, меланхолический’; 4. *Of a person – given to unpredictable change in the mood, esp. sudden bouts of gloominess and sullenness* ‘о человеке, склонному к непредвиденной смене настроения, особенно к внезапным приступам уныния и печали’ (ME). В данном примере семантический объем лексической единицы расширился и приобрел признаки пейорации.

### 3. Особенности семантической деривации оценочных прилагательных с семой «характер»

Необходимо отметить, что полисемия является одним из когнитивных механизмов языка, поскольку сам процесс образования новых значений выступает одним из способов концептуализации нового опыта. Возникновение оценочного значения как одного из самых важных путей семантической деривации и его переход в употребление отображает непрерывность процесса познания, что является общим принципом когнитивной деятельности человека. Образование оценочного значения базируется на семантическом потенциале слова. «Реализацией семантического потенциала слова является его семантическая парадигма, то есть ряд лексико-семантических вариантов (ЛСВ) слова, которые сохраняют связь между значениями» [Кустова, 2004]. Семантическая парадигма прилагательного включает оценочную сему признака.

Как свидетельствует исследование эмпирического материала, большинство оценочных прилагательных являются многозначными. Например: *ill* (of a person) – *morally evil, wicked, depraved, immoral* ‘злой, испорченный, извращенный, аморальный’ (arch. ME); 2. *Malevolent, hostile, unkind, harsh* ‘жестокий, недружелюбный, злой, суровый’ (ME); 3. *Not in a good health, sick (of health)* ‘больной’ (LME – NE).

Анализ языкового материала свидетельствует о том, что одним из источников оценки может являться внутренняя форма слова (термин А. А. Потебни). По данным лингвистического словаря, внутренняя форма слова – это признак, который положен в основу образования производного слова [Матвеева, 2010]. В данном исследовании мы руководствуемся концепцией А. А. Потебни, который рассматривает внутреннюю форму слова как самое близкое этимологическое значение слова, способ, которым выражается содержание. Слово выражает не все содержание понятия, а один из признаков, который в мировоззрении народа является самым главным [Потебня, 1993]. По результатам исследования именно внутренняя форма является мотиватором для образования оценочного значения. Например: *Fair* ‘справедливый’ [Old English *fæger* ‘beautiful’ ‘красивый’ = Old Saxon, Old High German *fagar* ‘beautiful’, Gothic *fagr* ‘fit’ ‘подходящий’ from Germanic]. – 1. *pleasing to sight, smell, hearing, (of a person, esp. woman) beautiful* ‘приятный взгляду, на запах, слух; (о человеке, особенно женщине) красивый’ arch. (OE); 2. (of a person) *just, unbiased, equitable, impartial*; ‘справедливый, беспристрастный, объективный, непредвзятый’ (ME) [SOED]. Как свидетельствует пример, этимологическая информация позволяет понять внутреннюю форму слова, которая в данном случае помогает осмыслению семантики слова *fair* и особенности мотивации оценочного

значения. Также интересным является тот факт, что внутренняя форма слова позволяет выявить положительную окраску оценочного значения.

В ходе исследования возникает необходимость определить место оценочного компонента в семантической структуре прилагательного. Оценочное значение базируется на соответствующих семах. В. Г. Гак выделяет в наличии значения слова три типа семантических признаков: ядерный, дифференциальный и потенциальный. Имя прилагательное имеет сложную семантическую структуру, что позволяет проследить возникновение и развитие оценочного компонента, который входит в состав его семантической структуры. Анализ материала свидетельствует о том, что в значениях оценочных прилагательных происходят определенные семантические изменения благодаря сосуществованию нескольких сем в семантике слова. В семантической структуре каждой единицы можно выделить ядерную сему «характер», дифференциальную сему «черта характера» и сему оценки со знаком «-» или «+».

Ядерная сема означает постоянный признак предмета [Гак, 1998]. Она является его центром, опорой и отображает в семантике языковой единицы признаки, присущие целым классам внелингвистических объектов. Ядерная сема может служить основанием для образования оценочного признака. Например: *Stern* ‘суровый’ – 1. *Of a person: severe, inflexible; rigorous in punishment or enforcing discipline* ‘о человеке: жестокий, непоколебимый, безжалостный в наказании или соблюдении дисциплины’; 2. *Rigorous in adherence to moral principles; uncompromising, austere* ‘безжалостный в соблюдении моральных принципов’ (OE – LME); 3. *Of a personal attribute, action, utterance: strict, grim, harsh*; 4. *Terrible or threatening in appearance* ‘о личном отношении человека, действиях, высказываниях: строгий, деспотичный, суровый’ (ME); 5. *Of a person: merciless, cruel* ‘о человеке: безжалостный, жестокий’ (NE) [SOED]. В данном примере ядерной является сема «черта характера».

Дифференциальные семы – это компоненты значения слова, по которым объекты распределяются внутри одного класса. И. А. Стернин и З. Д. Попова определяют такие семы как «более конкретные значения, которые отличают семы слова как его индивидуальную сущность от других противопоставленных значений» [Попова, Стернин, 2007]. Например: *dull* ‘угрюмый’ – 1. *Slow of understanding, not quick-witted; obtuse, stupid* ‘медленный в понимании, не сообразительный’ (OE); 2. *Of a person, a mood etc., depressed, listless, not lively or cheerful* ‘о человеке, настроении: угнетенный, безразличный, не жизнерадостный’ (ME – NE) [SOED]. Как свидетельствует пример, дифференциальная



сема *dull* 'угрюмый' актуализируется в оценочном значении слова и акцентирует внимание на отрицательной черте характера «угрюмый».

Анализ материала показал, что в семантике исследуемых единиц может присутствовать и потенциальная сема, которая отображает второстепенные, дополнительные признаки объекта и признаки, не присутствующие в ЛСВ. Например: 1. *Ratty* – 1. *Infested with rats* 'зараженный крысами' (OE); 2. *Shabby, wretched; nasty* 'подлый, низкий, зловредный' (ME) [SOED]. Как показывает пример, сема «*shabby*» 'подлый' не присутствует в исходном значении слова, но в ходе семантической деривации эта сема появляется и указывает на сходство людей, обладающих такой чертой характера с повадками и поведением данных животных.

Анализ материала позволяет выделить следующие модели развития оценочного значения: 1. «Н» → «←»; 2. «←» → «+»; 3. «←» → «Н»; 4. «+» → «←»; 5. «←» → «←», где «Н» – нейтральная или нулевая оценка, «+» – положительная оценка, «←» – отрицательная оценка. Количественный анализ показал, что наиболее продуктивной моделью развития оценочного значения является модель, где значение развивается от нейтрального к отрицательному и возникает в производном значении полисемантического слова в результате метафорического переноса. Например: *iron* 'железный' – 1. *Consisting or made of iron* 'состоящий или сделанный из железа'; 2. *Physically hard or strong; tough, enduring* 'физически крепкий или сильный; жесткий, выносливый' (OE); 3. *Cruel, merciless, implacable, stern, severe* 'жестокий, безжалостный, суровый, строгий, непреклонный' (ME); 4. *Stubborn, obstinate, unyielding* 'упрямый, неумолимый, жесткий' (ME – NE) [SOED]. Так, слово, обладающее нейтральным значением в древнеанглийский период (OE), приобретает оценочное значение в среднеанглийский (ME) и новоанглийский (NE) периоды развития языка.

#### **4. Вывод**

Анализ материала показал, что наиболее продуктивным механизмом деривации оценочных прилагательных с семой «характер» является метафоризация. Чаще всего происходит расширение значения исследуемых единиц. Результатом изменения коннотативного аспекта в основном является пейорация. Случаи сужения и амелиорации значения являются немногочисленными.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 895 с.
2. Апресян Ю. Д. Исследования по семантике и лексикографии. М.: Яз. славян. культуры, 2009. Т. 1: Парадигматика. 568 с.

3. Бессонова О. Л., Трофимова Е. В. Оценочные композиты-субстантивы как средство выражения категории «предметный мир» в английском языке // Учитель, ученик, учебник / под. ред. И. Л. Лебедевой. Москва, 2016. С. 166-172.
4. Бессонова О. Л. Структурные особенности оценочных наименований лица в английском, французском и украинском языках // Записки з романо-германської філології. Одесса, 2010. № 25. С. 7-14.
5. Виноградов В. В. Слово и значение как предмет историко-лексикографического исследования // Вопросы языкознания. М: Наука, 1995. № 1. С. 6-34.
6. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. 2-е. изд., доп. М.: Эдиториал УРСС, 2002. 280 с.
7. Гак В. Г. Языковые преобразования. М.: Языки рус. культуры, 1998. 768 с.
8. Гвоздецкая Н. Ю. Язык и стиль древнеанглийской поэзии. Иваново: ИвГУ, 1995. 152 с.
9. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ языка: фреймовые сети // Мова. Науково-теоретичний часопис із мовознавства. Одесса: Астропринт. 2004. № 9. С. 81-94.
10. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. 2-е изд., доп. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 208 с.
11. Кустова Г. И. Типы производных значений и механизмы языкового расширения. М.: Яз. славян. культуры, 2004. 472 с.
12. Левицкий В. В. Семасиология. Винница: Новая книга, 2012. 280 с.
13. Маслова В. А. НОМО LINGUALIS в культуре. М.: Гнозис, 2007. 319 с.
14. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: Восток – Запад, 2007. 314 с.
15. Потенция А. А. Мысль и язык. Киев: Синта, 1993. 189 с.
16. Раевская О. В. О дискурсивном потенциале прилагательного в тексте // Язык и действительность: сб. научных трудов памяти В. Г. Гака. М.: ЛЕНАНД, 2007. 640 с.
17. Харитончик З. А. Имена прилагательные в лексико-грамматической системе современного английского языка. Минск: Высшая школа, 1986. 93 с.
18. Чупрына О. Г. Представления о времени в древнем языке и сознании. М.: Прометей, 2000. 150 с.
19. Шапошникова И. В. Системные диахронические изменения лексико-семантического кода английского языка в лингво-этническом аспекте: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04. Иркутск, 1999. 350 с.
20. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики (на материале русского языка). М.: ЛКИ, 2008. 280 с.
21. Шрамм А. Н. Очерки по семантике качественных прилагательных: (на материале современного русского языка). Л.: Изд-во ЛГУ, 1979. 134 с.
22. Bickerton D. Language evolution: A brief guide for linguistics // Lingua. 2007. Vol. 117. P. 510-526.
23. Blanck A., Kock P. Historical Semantics and Cognition. Berlin, 1999. 315 p.
24. Hughes G. A History of English Words. Series: The Language Library. Oxford: Blackwell, 1999. 609 p.
25. Ullman S. Semantics: an introduction to the science of meaning. Oxford: Blackwell, 1962. 246 p.
26. Stern G. Meaning and change of meaning with special reference to the English Language. Goteborg: Elander, 1981. 231 p.

#### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов на Дону:

Феникс, 2010. 262 с.

2. The New Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles. Oxford: Oxford University Press, 2002. Vol. 1-2. 3809 p.

#### REFERENCES

1. Arutyunova, N. D. (1999). *Yazyk i mir cheloveka* [The language and the human world]. Moskva: Yazyki rus. kultury. (In Russ.).
2. Apresyan, Yu. D. (2009). *Issledovaniya po semantike i leksikographii* [The researches in semantics and lexicography]. Moskva: Yazyki slavyanskoy kultury. (In Russ.).
3. Bessonova, O. L. Trofimova, E. V. (2016). Otsenochnye kompozity-substantivy kak sredstvo vyrazheniya kategorii «predmetnyy mir» v angliyskom yazyke [The evaluative composit-substantives as means of the expressing the category “objective world”]. In I. L. Lebedeva (ed.) *Uchitel, uchenik, uchebnic*. Moskva. Pp.166-172. (In Russ.).
4. Bessonova, O. L. (2010). Strukturnye osobennosti otsenochnykh naimenovaniy litsa v angliyskom, frantsuzskom i ukrainskom yazykakh [The structural peculiarities of the evaluative names of the person in English, French and Ukrainian]. In *Zapysky z romano-germanskoyi filologii*. Odessa. Pp. 7-17. (In Russ.).
5. Vinogradov, V. V. (1995). Slovo i znachenie kak predmet istoriko-leksikograficheskogo issledovaniya [The word and the meaning as the subject of historical-lexicographical research]. In *Voprosy yazykoznaneya*. Moskva: Nauka. Pp. 6-34. (In Russ.).
6. Volf, E. M. (1985). *Funktionalnaya semantika otsenki* [The Functional semantics of the evaluation]. Moskva: Jeditorial. (In Russ.).
7. Gak, V. G. (1995). *Yazykovye preobrazovaniya* [The language change: monography]. Moskva: Yazyki russkoy kultury. (In Russ.).
8. Gvozdetskaya, N. Yu. (1995). *Yazyk i stil drevneangliyskoy poezii* [The language and the style of the Old English poetry]. Ivanovo: IvGU. (In Russ.).
9. Zhabotinskaya, S. A. (2004). Kontseptualnyy analiz yazyka: phreymovye seti [The conceptual analysis: the networks of frames]. In *Mova. Naukovo-teoretychnyy chasopys iz movoznavstva*. Odessa: Astroprint. Pp. 6-34. (In Russ.).
10. Kubryakova, E. S. (2008). *Tipy yazykovykh znacheniy: Semantika proizvodnogo slova* [The types of the language meanings: the semantics of the derivative]. 2-e izd., dop. Moskva: LKI. (In Russ.).
11. Kustova, G. I. (2004). *Tipy proizvodnykh znacheniy i mehanizmy yazykovogo rasshireniya* [The types of the derivatives and the mechanism of the language extension]. Moskva: Yazyki slavyanskoy kultury. (In Russ.).
12. Levitskiy, V. V. (2012). *Semasiologiya* [The Semasiology]. Vinnitsa: Novaya kniga. (In Russ.).
13. Maslova, V. A. (2007). *HOMO LINGUALIS v kulture* [HOMO LINGUALIS in culture]. Moskva: Gnozis. (In Russ.).
14. Popova, Z. D., Sternin, I. A. (2007). *Kognitivnaya lingvistika* [The Cognitive linguistics]. Moskva. (In Russ.).
15. Potebnya, A. A. (1993). *Mysl i yazyk* [The idea and the language]. Kiev: Sinta. (In Russ.).
16. Raevskaya, O. V. (2007). O diskursivnom potentsiale prilagatel'nogo v tekste [About the discursive capacity of the adjective in the text]. In *Yazyk i deystvitelnost: sb. nauchn. trudov pamyati V. G. Gaka*. Moskva. (In Russ.).
17. Kharitonchik, Z. A. (1986). *Imena prilagatelnye v leksiko-grammaticheskoy sisteme sovremennogo angliyskogo yazyka* [The adjectives in the lexico-grammatical system of the modern English language]. Minsk: Vysshaya shkola (In Russ.).

18. Chupryna, O. G. (2000). *Predstavleniya o vremeni v drevnem yazyke i soznanii* [The idea of time in ancient language and conscience]. Moskva: Prometey. (In Russ.).
19. Shaposhnikova, I. V. (1999). *Sistemnye diakhronicheskie izmeneniya leksiko-semanticheskogo koda angliyskogo yazyka v lingvo-etnicheskom aspekte* [System and diachronical changes of the lexico-semantic code of English language in lingua-ethnic aspect]: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.04. Irkutsk. (In Russ.).
20. Shmelev, D. N. (2008). *Problemy semanticheskogo analiza leksiki (na materiale russkogo yazyka)* [The problems of the lexis semantic analysis (on the base of Russian language)]. Moskva: LKI. (In Russ.).
21. Shramm, A. N. (1979). *Ocherki po semantike kachestvennykh prilagatelnykh: (na materiale sovremennogo russkogo yazyka)* [The essays in the semantics of descriptive adjectives: (in modern Russian language)]. St.Petersburg: LGU. (In Russ.).
22. Bickerton, D. (2007). *Language evolution: A brief guide for linguistics*. In *Lingua*. Vol. 117. Pp. 510-526.
23. Blanck, A. Kock, P. (1999). *Historical Semantics and Cognition*. Berlin.
24. Hughes, G. A (1999). *History of English Words*. Series: The Language Library. Oxford: Blackwell.
25. Ullman, S. (1962). *Semantics: an introduction to the science of meaning*. Oxford: Blackwell.
26. Stern, G. (1981). *Meaning and change of meaning with special reference to the English Language*. Goteborg: Elander.

#### **LEXICOGRAPHICAL SOURCE**

1. Matveeva, T. V. (2010). *Polnyy slovar lingvisticheskikh terminov* [The full dictionary of linguistic terms]. Rostov na Donu: Feniks.(In Russ.).
2. *The New Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles*. Oxford: Oxford University Press, 2002. Vol. 1-2.

**Морозенко Елена Александровна** – аспирант  
кафедры английской филологии  
(e-mail: len.chic@mail.ru),  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет»  
283001, Донецк, Университетская, 24

**Morozenko Elena A.** – Postgraduate Student  
of the English Philology Department  
(e-mail: len.chic@mail.ru),  
State Educational Institution of Higher  
Professional Education  
«Donetsk National University»  
24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 08 ноября 2018 г.*

УДК 811.111.01

© 2019 И. М. Подгайская

## ПАРАДИГМАТИЧЕСКИЕ СВЯЗИ ДРЕВНЕАНГЛИЙСКИХ ГЛАГОЛОВ СО ЗНАЧЕНИЕМ ‘СТРОИТЬ’

*Статья посвящена изучению синонимических связей древнеанглийских глаголов строительства как по линии значения ‘строить’, так и за его пределами. Исследование проводится на материале дефиниций словарей древнеанглийского языка.*

**Ключевые слова:** глагол, значение, сема, семантическая структура, древнеанглийский.

© 2019 I. M. Podgaiskaya

## PARADIGMATIC RELATIONS OF OLD ENGLISH VERBS HAVING THE MEANING OF ‘TO BUILD’

*The article concerns itself with the study of Old English verbs denoting the process of building in terms of their synonymic relations according to the meaning of ‘to build’ and other meanings found in their semantic structure. The research is based on the analysis of dictionary definitions provided by the dictionaries of Old English.*

**Key words:** verb, meaning, seme, semantic structure, Old English.

**1. Вводные замечания.** Диахронические исследования словарного состава языка уже много лет находятся в центре внимания лингвистов-историков [см., например, Климова, 1981; Нильсен, 2001; Лянзбург, 2003; Левицкий, 2006; Калиущенко, 2008; Громова, 2011; Ягупова, 2012; Растворова, 2015; Карасенко, 2017; Ус, 2017; Kaliuščenko, 1988; Iagurova, 2013]. В семасиологии такой устойчивый интерес связан с возможностями, которые открывает перед современным исследователем исторический анализ изменения значения слова, происходящего в определенный период развития языка, что позволяет увидеть обусловленность этого значения системой связей, организующих словарный состав языка, постичь его нынешнюю природу и структуру.

Богатый материал для исследований по исторической семасиологии предоставляют слова, входящие в базовый лексический фонд языка, функционирующие в языке на протяжении долгого периода времени, в течение которого они претерпевают все возможные изменения – трансформируют свои значения, развивают новые и утрачивают старые, вступают в парадигматические связи с другими словами, распределяются по разным лексико-семантическим группам и т. д. Изучение всех этих процессов в динамике дает возможность лучше понять современное устройство лексической системы языка и особенности ее функционирования.

Одну из групп базового лексического фонда любого языка составляют глаголы строительства, отражающие жизненно важное понятие, связанное с одной из насущных потребностей первобытного человека укрыться от стихии. Настоящая статья посвящена изучению синонимических связей таких глаголов в древнеанглийский период. Исследование проводится на основе словарей древнеанглийского языка [An Anglo-Saxon Dictionary; An Anglo-Saxon Dictionary Supplement; Dictionary of Old English Corpus; The Oxford English Dictionary].

## **2. Синонимия древнеанглийских глаголов по линии значения 'строить'.**

Изучение словарных дефиниций глаголов со значением 'строить' позволяет выявить ядерные семы, формирующие данное значение и указывающие на постоянные признаки процесса, который передается глаголами [Стернин, 1985: 82]. В словарных дефинициях зафиксированы интегральные и дифференциальные семы, дающие представление о специфике значения 'строить' в древнеанглийский период. К интегральным семам относятся семы 'строить' ('build') и 'сооружать' ('construct'). К дифференциальным семам можно отнести семы, характеризующие особенности процесса строительства в этот исторический период, а именно направление строительства (вертикальное или горизонтальное), его место и цель, способ и характер действия [Подгайская, 2016].

Некоторые из перечисленных дифференциальных сем повторяются в семантических определениях отдельных глаголов, что позволяет объединить их в синонимические ряды и пары:

### Направление строительства

Данная сема реализуется в двух вариантах – вертикальное направление и горизонтальное направление. В словарных дефинициях сема вертикального направления передается при помощи таких семантических компонентов, как 'to erect' ('возводить'), 'to raise' ('поднимать'), 'to build high' ('строить высоко'), 'to build up' ('надстраивать'), 'to set erect' ('ставить вертикально'). Данное значение объединяет наиболее многочисленный синонимический ряд исследуемых глаголов: *(ge)bytlian*, *ræran*, *a-ræran*, *(ge)settan*, *a-settan*, *ge-staðelian*, *(ge)stapan*, *a-timbran*, *ofer-getimbran*, *a-hebban*, *a-stemnian*.

Что же касается семы горизонтального направления строительства, на которую в дефинициях глаголов указывает компонент 'horizontally' ('горизонтально'), то она обнаруживается только у глагола *lecgan* и его производного *a-lecgan*. Префикс последнего в древнеанглийский период проявляет тенденцию к десемантизации [Подгайская, 2016: 3], в результате чего данные глаголы, по сути, являются вариантами одного глагола, что не позволяет говорить об их синонимических связях.

### Место строительства

В древнеанглийский период данная сема передается префиксами и указывает на то, что строительство осуществляется ‘перед чем-либо’ (‘before or in front of’ – ‘перед или напротив’) и ‘вокруг чего-либо’ (‘round’ – ‘вокруг, кругом’ или ‘на чём-либо, наверху, сверху’). Оба значения выражены единичными глаголами – *for-timbrian* и *be-wyrca* соответственно, синонимические связи между которыми отсутствуют, что обусловлено различиями в значениях префиксов.

### Цель строительства

Компонентный анализ значения древнеанглийских глаголов строительства показывает, что в этот исторический период постройки сооружались для проживания (‘for a dwelling’) и для защиты от врагов (‘of fortification’ – ‘об укреплении’, ‘to fortify’ – ‘укреплять’, ‘for defence’ – ‘для защиты, обороны’, ‘to strengthen’ – ‘укреплять’, ‘strongly’ – ‘крепко, прочно’). Для обозначения процесса строительства жилища в исследуемый период оказывается достаточно одного единственного глагола (*ge*)*bytlia*n, в то время как процесс сооружения укрепленного объекта передается целым синонимическим рядом: *ge-timbran*, *be-wyrca*n, *ge-wyrca*n, (*ge*)*trymman*, *ge-staðelian*.

### Способ строительства

Способ строительства в древнеанглийский период находит отражение в пяти семях, конкретизирующих его. Четыре семы передаются единичными глаголами:

- ‘подгоняя части друг к другу’ (‘by fitting parts together’): *ræra*n;
- ‘соединяя части строения’ (‘by joining parts of a structure’): *ge-fega*n;
- ‘путем нагромождения’ (‘by piling up’): *hlada*n;
- ‘накладывая слой чего-либо на что-либо’ (by *overlaying*): *ofer-wyrca*n.

Носителями пятой семы, указывающей на способ строительства – ‘на фундаменте’ (‘on a foundation’) – оказываются несколько глаголов, демонстрирующих синонимические отношения: *a-stemnian*, *ge-staðelian*, (*ge*)*timbrian*, (*ge*)*setta*n. К этому синонимическому ряду можно также добавить глагол *ge-grundstapelian* ‘на прочном фундаменте’ (‘on a firm foundation’).

### Характер действия

Характер действия в исследуемый период проявляется в его повторяемости (‘restore to original state’ – ‘возвращать в прежнее состояние’, ‘repair’ – ‘ремонттировать’, ‘rebuild’ – ‘отстроить заново, восстановить, перестроить’) или недовыполненности (‘incompletely’ – ‘не полностью’). В первом значении функционируют несколько глаголов-синонимов: *ge-staðelian*, *ed-stapelian*, *ge-timbran*. Второе значение имеет только глагол *samwyrca*n.

Таким образом, в рамках базового значения 'строить' древнеанглийские глаголы проявляют синонимические отношения по линии четырех дифференциальных сем ('вертикальное направление', 'для защиты от врагов', 'на фундаменте', 'повторное действие'), образуя соответственно четыре синонимических ряда:

– *(ge)bytlian, ræran, a-ræran, (ge)settan, a-settan, ge-staðelian, (ge)stepan, a-timbran, ofer-getimbran, a-hebban, a-stemnian* 'строить, возводить';

– *ge-timbran, be-wyrchan, ge-wyrchan, (ge)trymman* 'строить для защиты, для укрепления сооружения';

– *a-stemnian, ge-staðelian, (ge)timbrian, (ge)settan, ge-grundstapelian* 'строить на (прочном) фундаменте';

– *ge-staðelian, ed-stapelian, ge-timbran* 'перестраивать, восстанавливать'.

При этом некоторые из исследуемых глаголов пересекаются в нескольких значениях. Так, глаголы *a-stemnian, ge-staðelian, (ge)timbrian, (ge)settan* обладают двумя общими дифференциальными семами – 'вертикальное направление строительства' и 'на фундаменте', а глаголы *ge-staðelian* и *(ge)timbrian* имеют еще и общую сему 'повторное действие'.

Кроме того, одни и те же глаголы входят в состав разных синонимических рядов. Например, глаголы *ge-staðelian* и *(ge)timbrian* являются членами трёх синонимических рядов, а глаголы *(ge)settan* и *a-stemnian* – двух синонимических рядов.

Повторение одних и тех же сем в семантических определениях разных глаголов указывает на наиболее важные аспекты строительного процесса в древнеанглийский период – в этот период возводятся вертикальные строения, строительство осуществляется с целью укрепления сооружения для защиты от внешних врагов, техника строительства включает постройку фундамента, существует необходимость перестройки и восстановления строений.

**3. Парадигматические связи древнеанглийских глаголов за пределами значения 'строить'.** Анализ семантики древнеанглийских глаголов строительства на материале лексикографических источников позволяет не только определить специфику значения 'строить' в данный период развития английского языка и выявить синонимические связи глаголов в рамках данного значения, но также даёт возможность сделать выводы относительно развитости семантической структуры глаголов строительства и взаимосвязи значения 'строить' с другими значениями в изучаемый период, т. е. установить парадигматические связи исследуемых глаголов за пределами значения 'строить'.



Среди исследуемых глаголов обнаруживаются глаголы, для которых значение 'строить' является единственным, и глаголы, обладающие несколькими значениями. Моносемантические глаголы немногочисленны. К ним в исследуемом материале относятся простые глаголы с префиксами: *be-timbran* 'строить, сооружать', *ofer-getimbran* 'возвести' и *(ge)ed-stapelian* 'перестраивать, перестроить'. Вместе с тем, преобладающее большинство составляют глаголы с полисемантической, достаточно разветвленной структурой, которая включает от двух (например, у глаголов *(ge)bytlian* 'строить', *for-timbrian* 'строить напротив чего-либо, загораживать', *ge-grundstapelian* 'строить на крепком фундаменте') до тринадцати значений (у глагола *(ge)settan* 'ставить, класть'). При этом значение 'строить' является исходным только для трех глаголов *(ge)bytlian*, *stemnian* и *(ge)timbrian* (а также их производных: *a-stemnian* 'возводить', *a-timbrian* 'возводить', *be-timbran* 'строить, сооружать', *for-timbrian* 'строить напротив чего-либо', *ofer-getimbran* 'возвести'), в то время как для большинства глаголов значение 'строить' оказывается производным.

Анализ значений изучаемых глаголов, которые не связаны с процессом строительства, позволяет выявить взаимосвязь древнеанглийского значения 'строить' с другими прямыми и переносными значениями. К таким значениям относятся: 'жить, проживать' (*(ge)bytlian*), 'наставлять, поучать' (*(ge)timbrian*), 'складывать в кучу, нагромождать' (*hladan*), 'препятствовать, загораживать' (*for-timbrian*), 'волновать, побуждать' (*a-ræran*), 'придумывать, выдумывать' (*(ge)cræftan*), 'работать' (*(ge)wyrca*).

По линии целого ряда значений древнеанглийские глаголы строительства пересекаются, образуя синонимические ряды и пары:

- 'образовывать, закладывать': *ræran / a-ræran*, *a-stemnian*, *(ge)settan / a-settan*, *ge-staðelian*, *ge-grundstapelian*;
- 'создавать (о Боге)': *ge-staðelian*, *(ge)timbrian*, *(ge)wyrca*, *settan*;
- 'укреплять, закреплять, прикреплять': *settan*, *ge-staðelian*, *ge-grundstapelian*;
- 'размещать, ставить, класть': *(ge)settan*, *ge-staðelian*, *lecgan / a-lecgan*;
- 'сажать, сеять': *(ge)settan / a-settan*, *ge-wyrca*;
- 'покрывать': *be-wyrca*, *ofer-wyrca*, *lecgan / a-lecgan*;
- 'поднимать': *ræran / a-ræran*, *a-hebban*;
- 'делать, производить': *timbrian*, *wyrca*;
- 'придавать форму': *ge-settan*, *(ge)wyrca*.

Выше отмечалось, что древнеанглийские глаголы строительства могут иметь несколько общих дифференциальных сем, формирующих базовое значение 'строить'.

Развивают они и общие значения, не относящиеся к процессу строительства. В частности, глаголы *(ge)settan* и *ge-staðelian* обнаруживают четыре общие семы – ‘образовывать, закладывать’, ‘создавать (о Боге)’, ‘укреплять, закреплять, прикреплять’, ‘размещать, ставить, класть’, а глаголы *(ge)settan* и *(ge)wyrcean* пересекаются в трёх значениях – ‘создавать (о Боге)’, ‘сажать, сеять’ и ‘придавать форму’.

Так же, как и по линии базового значения ‘строить’, в этом случае одни и те же глаголы могут входить в состав нескольких синонимических рядов: например, глаголы *ge-staðelian* и *ge-settan* обнаруживаются в составе четырёх синонимических рядов, глагол *(ge)wyrcean* относится к трём синонимическим рядам, а глагол *ge-grundstaþelian* – к двум синонимическим рядам.

**4. Выводы.** Таким образом, древнеанглийские глаголы строительства образуют определенную микросистему, внутри которой обнаруживается связь значения ‘строить’ с другими значениями и существуют парадигматические (в частности, синонимические) связи как по линии базового значения ‘строить’, так и за его пределами. В этой системе преобладают глаголы с достаточно развитой семантической структурой, включающей от двух до тринадцати значений. В большинстве случаев значение ‘строить’ является производным.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Громова Е. А. Диахронические изменения словарного состава английского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Ростов-на-Дону, 2011. 215 с.
2. Калиущенко В. Д. Гнезда слов с вершинами-синонимами в средневерхненемецком языке // Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. Донецьк: ДонНУ, 2008. Вип. 18. С. 161-167.
3. Карасенко Е. А. Фономорфологические и семантические особенности суффиксальных наименований мужчин в средневерхненемецком языке // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Донецк: ДонНУ, 2017. Т. 13. Вып. 1-2 (35-36). С. 48-57.
4. Климова В. В. Историко-семасиологическое исследование английских глаголов со значением «строить» в аспекте системных отношений: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Л., 1981. 181 с.
5. Левицкий В. В. Семасиология. Винница: Нова Книга, 2006. 512 с.
6. Лянзбург О. В. История слов-обозначений духа и души: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2003. 155 с.
7. Нильсен Е. А. Лексико-семантическое поле звукообозначений в английском языке: Синхронный и диахронический аспекты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. СПб., 2001. 233 с.
8. Подгайская И. М. Дифференциальные семы древнеанглийского значения ‘строить’ // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности. Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. Т. 5. Филологические и философские науки. С. 131-133.
9. Подгайская И. М. Древнеанглийские глаголы со значением ‘строить’: словообразование и семантика // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2016. № 4. Доступ: <https://ntk.kubstu.ru/tocs/24>. (дата обращения: 12.12.2018).

10. Растворова Ю. С. Анализ языковых средств и форм материальной культуры в исследованиях концепта ЖИЛИЩЕ в древнеанглийский период // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. СПб., 2015. Вып. 2. Т. 1. С. 233-244. Доступ: <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 28.11.2018).

11. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1985. 171 с.

12. Ус Ю. Н. Динамика прилагательного *grün* и его производных в немецком языке XVI-XIX веков // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Донецк: ДонНУ, 2017. Т. 13. Вып. 1-2 (35-36). С. 91-101.

13. Ягупова Л. М. Про семантику іменників із соціативним значенням у середньовісньонімецьких рукописах // Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. Донецьк: ДонНУ, 2012. Вип. 25. С. 211-223.

14. Jagupova L. Idiomatisierte Präfixsubstantive mit *ge-* im Mittelhochdeutschen // *Semantik and Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang, 2013. S. 183-193. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik; Bd. 1).

15. Kaliuščenko, V. D. Deutsche denominale Verben. Tübingen: Narr, 1988. 180 S. (Studien zur deutschen Grammatik; Bd. 30).

### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. An Anglo-Saxon Dictionary Based on the Manuscript Collections of the Late Joseph Bosworth / Ed. and Enlarged by T. Northcote Toller. Oxford University Press, 1898. 1302 p.

2. An Anglo-Saxon Dictionary Supplement / Ed. by T. Northcote Toller. Oxford University Press, 1921. 768 p.

3. Dictionary of Old English Corpus. Доступ: <http://www.doe.utoronto.ca>. (дата обращения: 04.12.2018).

4. The Oxford English Dictionary. Oxford University Press, 2009. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

### **REFERENCES**

1. Gromova, E. A. (2011). *Diachronicheskie izmeneniya slovarnogo sostava angliyskogo yazyka* [Diachronic Changes of the English word-stock]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Rostov-na-Donu. (In Russ.).

2. Kaliuščenko, V. D. (2008). Gnezda slov s vershinami-sinonimami v sredneverkhnenemetskom yazyke [Word-families with headwords-synonyms in the Middle high German] In *Typologiya movnykh znachen u diakhronichnomu ta zistavnomu aspektakh*. Donetsk: DonNU. Vyp. 18. Pp. 161-167. (In Russ.).

3. Karasenko, E. A. (2017). Fonomorfologicheskie i semanticheskie osobennosti suffiksalnykh naimenovaniy muzhchin v sredneverkhnenemetskom yazyke [Phonomorphological and semantic peculiarities of derivatives denoting men in the Middle high German] In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Donetsk: DonNU. T. 13. Vyp. 1-2 (35-36). Pp. 48-57. (In Russ.).

4. Klimova, V. V. (1981). *Istoriko-semasiologicheskoe issledovanie angliyskikh glagolov so znacheniem 'stroit' v aspekte sistemnykh otnosheniy* [Historical-semasiological investigation of English verbs with the meaning of 'to build' in terms of their systemic relations]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. L. (In Russ.).

5. Levitskiy, V. V. (2006). *Semasiologiya* [Semasiology]. Vinnitsa: Nova Knyga. (In Russ.).

6. Lyanzburg, O. V. (2003). *Istoriya slov-oboznacheniy dukha i dushi* [History of words denoting spirit and soul]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. M. (In Russ.).

7. Nilsen, E. A. (2001). *Leksiko-semanticheskoe pole zvukooboznacheniy v angliyskom yazyke: Sinkhronnyy i diakhronicheskiy aspekty* [Lexical-semantic field of words denoting sound in English: Synchronic and diachronic aspects]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. SPb. (In Russ.).

8. Podgaiskaya, I. M. (2016). *Differentsialnye semy drevneangliyskogo znacheniya 'stroit'* [Differential semes of the Old English meaning of 'to build']. In *Donetskie chteniya 2016. Obrazovanie, nauka i vyzovy sovremennosti*. Rostov-na-Donu: Izdatelstvo Yuzhnogo federalnogo universiteta. T. 5 Filologicheskie i filosofskie nauki. Pp. 131-133. (In Russ.).

9. Podgaiskaya, I. M. (2016). *Drevneangliyskie glagoly so znacheniem 'stroit': slovoobrazovanie i semantika* [Old English Verbs with the meaning of 'to build': Word-building and semantics] In *Nauchnye trudy Kubanskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta*. № 4. Available at: <https://ntk.kubstu.ru/tocs/24>. (accessed: 12.12.2018). (In Russ.).

10. Rastvorova, Yu. S. (2015). *Analiz yazykovykh sredstv i form materialnoy kultury v issledovaniyakh kontsepta ZHILISHCHE v drevneangliyskiy period* [Analysis of language means and forms of material culture in the investigations of the concept DWELLING in the Old English period] In *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*. SPb. Vyp. 2. T. 1. Pp. 233-244. Available at: <http://cyberleninka.ru>. (accessed: 28.11.2018). (In Russ.).

11. Sternin, I. A. (1985). *Leksicheskoe znachenie slova v rechi* [Lexical meaning of the word in speech]. Voronezh. (In Russ.).

12. Us, Yu. N. (2017). *Dinamika prilagatelno go grün i ego proizvodnykh v nemetskom yazyke XVI-XIX vekov* [Development of the adjective grün and its derivatives in the German language of XVI-XIX centuries] In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. Donetsk: DonNU. T. 13. Vyp. 1-2 (35-36). Pp. 91-101. (In Russ.).

13. Yagupova, L. M. (2012). *Pro semantiku imennykh iz sotsiatyvnykh znachennyam u serednoverkhnonimetskykh rukopysakh* [On semantics of nouns with sociative meaning in Middle high German manuscripts] In *Typologiya movnykh znachen u diakhronichnomu ta zistavnomu aspektakh*. Donetsk: DonNU. Vyp. 25. Pp. 211-223. (In Ukr.).

14. Yagupova, L. (2013). *Idiomatisierte Präfixsubstantive mit ge- im Mittelhochdeutschen*. In *Semantik and Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik*. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. S. 183-193. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik; Bd. 1).

15. Kaliušenko, V. D. (1988). *Deutsche denominale Verben*. Tübingen: Narr. (Studien zur deutschen Grammatik; Bd. 30).

#### LEXICOGRAPHICAL SOURCE

1. *An Anglo-Saxon Dictionary Based on the Manuscript Collections of the Late Joseph Bosworth* / Ed. and Enlarged by T. Northcote Toller. Oxford University Press, 1898.

2. *An Anglo-Saxon Dictionary Supplement* / Ed. by T. Northcote Toller. Oxford University Press, 1921.

3. *Dictionary of Old English Corpus*. Available at: <http://www.doe.utoronto.ca>. (accessed: 04.12.2018).

4. *The Oxford English Dictionary*. Oxford University Press, 2009. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

**Подгайская Ирина Михайловна** – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой теории и практики перевода (e-mail: [i.podgaiskaya@donnu.ru](mailto:i.podgaiskaya@donnu.ru)), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, Университетская, 24

**Podgaiskaya Irina M.** – Candidate of Philology, Head of Translation Studies Department (e-mail: [i.podgaiskaya@donnu.ru](mailto:i.podgaiskaya@donnu.ru)), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

Поступила в редакцию 21 января 2019 г.

## **АГРЕССИЯ В РАМКАХ ВИРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСА**

*В статье рассматривается понятие виртуального дискурса и выявляются его основные особенности. Отчуждение индивида в сети Интернет может привести к открытому выражению агрессии, так как может осознаваться как безнаказанность и свобода от общепризнанных этических норм. Анонимные комментарии характеризуются использованием стилистических тропов (метафор, иронии и сарказма).*

**Ключевые слова:** интернет, агрессия, виртуальная реальность, дискурс.

© 2019 A. A. Sapozhnikova

## **AGRESSION IN TERMS OF VIRTUAL DUSCOURSE**

*The article deals with the notion of virtual discourse and its main features. The alienation of an individual on the Internet can lead to an open expression of aggression, since it can be perceived as impunity and freedom from universally accepted ethical norms. Anonymous comments are characterized by the use of stylistic tropes, such as metaphors, irony and sarcasm.*

**Key words:** Internet, aggression, virtual reality, discourse.

Сеть Интернет, получившая массовое распространение в конце XX в., дает пользователям практически неограниченные возможности для обмена информацией и коммуникации. Виртуальная реальность существует параллельно с обыденной реальностью, постоянно с ней взаимодействует и является результатом развития информационных и коммуникационных технологий. Изначально в компьютерной среде лексема «виртуальный» обозначала трёхмерную симуляцию, в которую погружается человек посредством компьютерных технологий. Однако, в последствии виртуальной средой стали называть сеть Интернета, в которой пользователи различных стран проводят значительное количество времени [Андрюхина, 2010].

**Целью** данной статьи является выявление оснований проявления агрессии в рамках виртуального дискурса. Под агрессией понимается «целенаправленное деструктивное поведение, противоречащее нормам и правилам сосуществования людей в обществе» [Карпенко, Петровский, Ярошевский, 1998]. Вербальная агрессия является неизбежной частью данного вида дискурса. Языковым *материалом* настоящего исследования послужили комментарии к англоязычному видео, размещенному на видеохостинге YouTube и затрагивающем культурные ценности поколения миллениалов (людей, рожденных в период 1980 – 2000 гг.) [Mazor, 2018; Rentz, 2015], которыми являются

толерантность, индивидуализм, отсутствие групповых различий по признаку расы, пола и сексуальной ориентации.

Виртуальная среда накладывает отпечаток на все стороны общения участников коммуникации. Текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, представляет собой виртуальный дискурс, который отличается от дискурса объективной реальности не только специфическим каналом связи, но и рядом параметров, вытекающих из понятия виртуальной реальности [Лутовинова, 2009б: 151]. В данном исследовании, вслед за Н. Д. Арутюновой, под дискурсом мы понимаем связанный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и др.) факторами; речь рассматривается как целенаправленное социальное действие, как компонент, который принимает участие во взаимодействии людей и механизмах их сознания [Арутюнова, 1990].

С точки зрения теории дискурса, виртуальная коммуникация представляется неоднородной. В Интернете существуют все виды традиционного дискурса, а именно: массово-информационный, рекламный, деловой, научный, педагогический, религиозный, художественный, разговорный, развлекательный и др. Они так же могут влиять друг на друга [Северова, 2017].

Виртуальный дискурс характеризуется определенными целями, что позволяет выделить его основные стратегии: организующую, поисковую, позиционирующую, объясняющую, оценивающую, содействующую и дискредитирующую. По сравнению с реальным дискурсом, позиционирующая и дискредитирующая стратегии проявляются особенно явно в силу того, что при виртуальной коммуникации пользователи остаются анонимными и индивид может проявлять те черты характера, которые он вынужден «скрывать в процессе реального общения в силу тех или иных конвенций» [Лутовинова, 2009а: 28-29].

Анонимность в сети приводит к такому явлению, как отчуждение. Ю. А. Ляшенко выделяет такие формы как:

1. *Отчуждение человека от общества.* Виртуальная реальность не регулируется социальными нормами и является средой существования вне общества, что ведет к ослаблению социальных связей и контактов.

2. *Отчуждение человека от самого себя посредством создания виртуальной личности.* Нереальность происходящего в Интернете является основанием вседозволенности в рамках виртуального пространства. Однако человек воспринимает происходящее как реальность, так как он может испытывать разного рода ощущения находясь вне реального мира.

3. *Духовное отчуждение.* Современные технологии позволяют производить быстрый культурный обмен, однако, с другой стороны, они могут способствовать отчуждению человека от норм морали [Ляшенко, 2009: 50-51].

В реальном мире культурные и нравственные барьеры ограничивают индивидов в высказываниях, а явно выраженная агрессия мешает успешной социализации, следовательно, нельзя говорить об абсолютной свободе слова. Напротив, сетевая анонимность смягчает допустимые границы этики взаимодействия. Учитывая, что зачастую верификация носит формальный характер, анонимность и ощущение безнаказанности служат пусковыми механизмами морально недопустимого поведения в сети Интернет [Мотина, 2018: 130]. Для подтверждения этой теории был проведен эксперимент со студентами из университета Флориды. Участникам было предложено решать задачи в парах, однако игра была сфальсифицирована таким образом, что участники решили, что причиной их проигрыша был игровой партнер. В дальнейшем участникам было предложено описать свое мнение об игре, при этом только половина из них делала это анонимно. В результате пользователи, которые описывали впечатления от игры и использовали свое реальное имя, были менее агрессивны и употребляли нейтральную окрашенную лексику, нежели анонимные пользователи [Zimmerman, 2016].

Видеохостинг YouTube позволяет осуществлять регистрацию под псевдонимом, поэтому пользователи могут оставлять комментарии, не разглашая свои реальные данные. Так, например, видео под названием “Watching liberal Facebook videos (CRINGE)” [Watching liberal Facebook videos (CRINGE), 2017], на протяжении которого автор комментирует видео, размещенные в социальной сети Facebook, имеет ряд комментариев, которые могут быть отнесены к примерам речевой агрессии.

(1) *Reckless X*

Homie *how dare you call that elephant a volcano. That's disrespectful*

(2) *EM*

This video is terrible *how could you say those horrible things about that whale im calling peta.*

В комментариях (1) и (2) авторы используют иронию при обращении к автору видео, а именно *how dare you* и *how could you say* ‘как ты посмел’ в противоположном смысле для большей комичности последующих частей высказывания, где пишущие сравнивают людей, страдающих ожирением, с животными при помощи зоосемантических метафор, а именно: *elephant* и *whale*, что, исходя из контекста высказываний, может быть расценено как оскорбление.

(3) *Wobbygong 18*

They're *attractive in a gravitational way*

(4) *REX*

Those fat women are *attractive in a gravitational way*.

В комментариях (3) и (4) авторы прибегают к иронии, а именно используют насмешку в виде похвалы, сравнивая людей с лишним весом и планетой, утверждая, что у обоих объектов есть гравитация и поэтому они «притягательны».

(5) *MemeLord*

I'll be honest... *The last one made me wanna kill myself*

(6) *Blaze Dude03*

Everytime someone uses the word cringe and burn in 2017 or 2018, I want to *cut myself with a bayonet*.

В комментариях (5) и (6) авторы используют сарказм, выраженный при помощи насмешки над табуированными темами, в данном случае самоубийства, для негативной оценки контента видео.

(7) *Tehya Lmao*

*The only thing that is disabled is that ladies brain*

В примере (7) автор использует сарказм, указывая на умственные способности героини видео, на ограниченные возможности ее интеллекта.

(8) *radspeed team 113*

***MYYYYYYYY EYYYYYYYEEEESSSSS***

***HEEELLLL***

***PLEEEEEAAASEEE***

***I NEED TO BLEACH MY EYES***

В отрывке (8) автор комментария использует сарказм, указывая на то, что данный видеоряд вызывает у него желание нанести себе физический вред, тем самым давая ему негативную оценку.

(9) *Kayuza 145*

*I want to push them down a hill and see if they would smash in an bowling alley and get a turkey.*

(10) *Bruh...*

that second one *looks like jabba the hutt*.

*Mr.Turtleee Man*

I didn't think *Jabba the Hut was anything but a movie character, turns out I was wrong*



В примерах (9) и (10) комментаторы используют речевой акт оскорбления, сравнивая внешность героя видео с внешностью и размерами персонажа из фильма.

(11) *darkfarie94*

This was a great video pointing out liberal *Lunatics*

В высказывании (11) комментирующий использует негативно окрашенную лексику *Lunatics* в качестве оскорбления определенной социально-политической группы.

Автор данного комментария использует сарказм, в метафорической форме сравнивая людей, страдающих ожирением, и шары для боулинга.

(12) *B.S. S.*

*What a buncha freakz*

Автор (12) комментария прибегает к оскорблению *freak* для того, чтобы охарактеризовать героев видео.

### **Выводы**

1. Основной проблемой агрессивного взаимодействия в рамках онлайн дискурса является недостаточность регулирования верификации пользователей, что дает возможность использовать анонимность для установления дискредитирующей цели онлайн-дискурса.

2. Не ограниченный рамками социальных норм индивид, испытывая чувство безопасности, приобретенное посредством отчуждения от реальности и при помощи создания так называемой виртуальной личности, может свободно проявлять те черты, которые неприемлемы и порицаемы в обществе.

3. Авторы комментариев используют псевдонимы, что позволяет им транслировать агрессивное поведение, которое выражено при помощи иронии, сарказма, метафор в сеть Интернет. Данные стилистические фигуры используются наряду с оскорблением для выражения насмешки над увиденным.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Андрюхина Л. М. Постфеноменология виртуальности // Дискурс-Пи. 2010. Т. 9. № 1-2. С. 17-20.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М., 1990. С. 136-137.
3. Карпенко Л. А., Петровский А. В., Ярошевский М. Г. Краткий психологический словарь. 2-е изд. Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС», 1998. 494 с.
4. Лутовинова О. В. Виртуальный дискурс как одно из направлений в исследовании киберпространства // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2009а. №. 1. С. 26-32.

5. Лутовинова О. В. Фатическая тональность в виртуальном дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2009б. № 1 (9). С. 150-155.

6. Ляшенко Ю. А. Отчуждение человека в виртуальной реальности // Новосибирский государственный университет. Новосибирск, 2009. Т. 7. Вып. 3. С. 50-54.

7. Мотина В. О. Правовая и нравственная категория Интернет агрессии // Лучшая студенческая статья 2018. 2018. С. 129-132.

8. Северова Н. Ю. Некоторые лингвопрагматические аспекты коммуникации в современном Интернет-пространстве // Лингвокультурное образование в системе вузовской подготовки специалиста. Брест: БрГУ им. А.С. Пушкина, 2017. Т. 1. № 2 (10). С. 70-76.

9. Mazor E. L. Symbolism as the Language of Millennials. 2018. Available at: [https://digitalcommons.cedarville.edu/linguistics\\_senior\\_projects/19/](https://digitalcommons.cedarville.edu/linguistics_senior_projects/19/). (accessed: 04.10.2018).

10. Rentz K. C. Beyond the generational stereotypes: A study of US Generation Y employees in context // Business and Professional Communication Quarterly. 2015. Vol. 78. No. 2. P. 136-166.

11. Zimmerman A. G., Ybarra G. J Online aggression: The influences of anonymity and social modeling // Psychology of Popular Media Culture. 2016. Vol. 5. No. 2. С. 181.

12. Watching liberal Facebook videos (CRINGE). 2017. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=SubTZtk-k5k>. (accessed: 20.10.2018).

#### REFERENCES

1. Andryukhina, L. M. (2010). Postfenomenologiya virtualnosti [Postphenomenology of virtuality]. In *Diskurs-Pi*. Т. 9. No. 1-2. Pp. 17-20. (In Russ.).

2. Arutyunova, N. D. (1990). Diskurs [Discourse]. In *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar*. Gl. red. V. N. Yartseva. M. Pp. 136-137. (In Russ.).

3. Karpenko, L. A., Petrovskiy, A. V., Yaroshevskiy, M. G. (1998). *Kratkiy psikhologicheskiy slovar* [Short physiological dictionary]. 2-e izd. Rostov-na-Donu: «FENIKS». (In Russ.).

4. Lutovinova, O. V. (2009a). Virtualnyy diskurs kak odno iz napravleniy v issledovanii kiberprostranstva [Virtual discourse as one of the branches of cyberspace studying]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika*. No. 1. Pp. 26-32. (In Russ.).

5. Lutovinova, O. V. (2009b). Faticeskaya tonalnost v virtualnom diskurse [Phatic tone of virtual discourse]. In *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie*. No. 1 (9). Pp. 150-155. (In Russ.).

6. Lyashenko, Yu. A. (2009). Otchuzhdenie cheloveka v virtualnoy realnosti [Human disengagement in the modern reality]. In *Novosibirskiy gosudarstvennyy universitet*. Novosibirsk. Т. 7. Vyp. 3. Pp. 50-54. (In Russ.).

7. Motina, V. O. (2018). Pravovaya i нравstvennaya kategoriya Internet agressii [Law and moral criteria of the Internet aggression]. In *Luchshaya studencheskaya statya 2018*. Pp. 129-132. (In Russ.).

8. Severova, N. Yu. (2017). Nekotorye lingvopragmaticheskie aspekty kommunikatsii v sovremennom Internet-prostranstve [Some lingvo-pragmatic communication aspects in the modern Internet space]. In *Lingvokulturnoe obrazovanie v sisteme vuzovskoy podgotovki spetsialista*. Brest: BrGU im. A.S. Pushkina. Т. 1. No. 2 (10). Pp. 70-76. (In Russ.).

9. Mazor, E. L. (2018). *Symbolism as the Language of Millennials*. Available at: [https://digitalcommons.cedarville.edu/linguistics\\_senior\\_projects/19/](https://digitalcommons.cedarville.edu/linguistics_senior_projects/19/). (accessed: 04.10.2018).

10. Rentz, K. C. (2015). Beyond the generational stereotypes: A study of US Generation Y employees in context. In *Business and Professional Communication Quarterly*. Vol. 78. No. 2. Pp. 136-166.

11. Zimmerman, A. G., Ybarra, G. J (2016). Online aggression: The influences of anonymity and social modeling. In *Psychology of Popular Media Culture*. Vol. 5. No. 2. Pp. 181.

12. *Watching liberal Facebook videos (CRINGE)*. 2017. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=SubTZtk-k5k>. (accessed: 20.10.2018).

***Сапожникова Анастасия Александровна*** –  
аспирант кафедры немецкой филологии  
(e-mail: [sapozhnikova\\_anastasia@mail.ru](mailto:sapozhnikova_anastasia@mail.ru)),  
Государственное образовательное  
учреждение высшего профессионального  
образования «Южный федеральный  
университет»  
344082 Ростов-на-Дону, Большая Садовая, 33

***Sapozhnikova Anastasiya A.*** – *Postgraduate  
Student of Germanic Philology Department  
(e-mail: [sapozhnikova\\_anastasia@mail.ru](mailto:sapozhnikova_anastasia@mail.ru)),  
State Educational Institution of Higher  
Professional Education «Southern Federal  
University»  
33, Bolshaya Sadovaya st., Rostov-on-Don,  
344082*

*Поступила в редакцию 13 ноября 2018 г.*

## СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ТРАНСПОЗИЦИИ ВИДОВРЕМЕННЫХ ФОРМ АНГЛИЙСКОГО ГЛАГОЛА

*В статье рассматривается экспрессивно-стилистический потенциал видовременных форм глагола в английском языке, изучаются механизмы создания экспрессии при транспозиции форм настоящего, прошедшего и будущего времени, грамматическое варьирование простых, длительных и перфектных форм, а также случаи их повтора и противопоставления. В работе описываются условия и некоторые особенности функционирования грамматических синонимов в художественном тексте.*

**Ключевые слова:** грамматическая стилистика, видовременная форма, транспозиция, экспрессивность, выразительные средства.

## STYLISTIC TRANSPOSITIONS OF THE ENGLISH TENSE-ASPECT FORMS

*The article deals with the expressive stylistic potential of the tense-aspect forms of the verbs in the English language. The mechanisms of creating expressiveness in cases of transposition of the Present, Past and Future tense forms, grammar variation of the Simple, Continuous and Perfect forms and the cases of their repetition and opposition have been studied, the conditions and some peculiarities of the grammar synonyms functioning in the text of belles-lettres writing have been described.*

**Key words:** grammar stylistics, tense-aspect form, transposition, expressiveness, expressive means.

1. В центре внимания лингвистики время от времени оказываются различные аспекты изучения языка, а интерес к проблемам стилистики во всем ее разнообразии постоянно подогревается антропоцентричностью современной науки, т. к. именно стилистические особенности языка и речи и их прагматические функции неизменно рассматриваются в тесной связи с жизнедеятельностью человека. Также в связи с возросшим интересом к исследованию функционирования языковых средств в различных сферах речевой деятельности с 70-80-х годов XX века развивается стилистическая грамматика или грамматическая стилистика [Фирсова, 1984], которая в той или иной мере связана с такими относительно новыми лингвистическими направлениями, как функциональная стилистика, культура речи, лингвистика текста [Kennedy, 1982], грамматическая семантика [Уланова, 2009], социолингвистика, лингвокультурология, а также с активно развивающимися в последние годы гендерной лингвистикой [Исхакова, 2009], межкультурной коммуникацией и когнитивно-дискурсивными исследованиями [Уланова, 2017; Harrison 2017; Tariq, 2018].

Ключевым понятием в грамматической стилистике стала транспозиция, т. е. употребление слов и форм в необычных для них грамматических значениях и/или с необычной предметной отнесенностью, которая выражается в нарушении валентностных связей, что создает дополнительные коннотации оценочности, эмоциональности, экспрессивности или стилистической отнесенности [Арнольд, 2009: 74]. При транспозиции замещающий член оппозиции частично утрачивает свое функциональное качество и становится носителем двух функций одновременно [Уланова, 2009: 84].

1.1. В данной статье осуществляется попытка описать некоторые особенности грамматического варьирования в употреблении английских глаголов на материале романа современного английского писателя Стивена Фрая «Теннисные мячики небес» («The Stars' Tennis Balls»), который является своего рода переосмысленной версией нетленного произведения А. Дюма «Граф Монте-Кристо», события которого перенесены в 1980-2000 годы. Текст данного романа демонстрирует очень разнообразное употребление различных стилистических приемов и экспрессивных средств как благодаря широкому спектру освещаемых в нем проблем современного британского общества, так и в виду двойственной идентичности его автора – актера и писателя. С. Фрай очень популярен у себя на родине в Великобритании, он славится энциклопедическими знаниями в различных сферах и прекрасным владением как литературным, так и разговорным английским языком, являясь не только автором четырех романов, трехтомной автобиографии, учебников по стихосложению и истории классической музыки, обладателем образцового английского произношения, популярным актером, диктором, теле- и радиоведущим, сценаристом, колумнистом, публицистом и режиссером, но и интернет-блогером, у которого более 12 миллионов подписчиков.

Аргументируя необходимость отдельного от общей стилистики изучения проблем стилистической морфологии, Н. Н. Раевская еще в 1973 году указывала на то, что грамматические явления органически связаны с художественным мышлением, и что языковые средства приобретают стилистическую функцию в конкретном сочетании друг с другом в пределах конкретного функционального проявления [Раевская, 1973: 5], таким образом, изучение стилистического потенциала частей речи, в частности, видовременных форм глагола на материале текстов художественной литературы представляется совершенно обоснованным.

1.2. При всестороннем изучении стилистического потенциала глагола исследователи рассматривают эмфатические конструкции, к которым относятся формы настоящего и прошедшего неопределенного времени с глаголом *do* [Перехода, 2010: 171] (*I do apologise*

*for calling so late* [Fry, 2004: 331]; *Well, your father did say that you wouldn't be back until tomorrow* [Fry, 2004: 64]), употребление местоимения *all* в перфектной форме для усиления и подчеркивания завершенности действия [Turner, 1977: 94] (*Her handwriting, her laugh, the shining warmth of her skin, the grin of animal wickedness in her eyes – they had all gone* [Fry, 2004: 151]), пропуск вспомогательного глагола в перфектной форме, что свойственно просторечию [Арнольд, 2009: 173] (*Been for a run?* [Fry, 2004: 367]), модальную экспрессию грамматического идиоматизма *going to* [Раевская, 1973: 80-82] (*You're not going to tell me they didn't teach you chess at Harrow?* [Fry, 2004: 188]), эмоционально окрашенное употребление некоторых модальных глаголов [Арнольд, 2009: 174-175; Taylor, 1980: 182-184] (*Who should then turn up, flushed and triumphant in scarlet and green stained flannels, hot from glory in the field, but Maddstone himself?* [Fry, 2004: 60]), а также случаи транспозиции с участием категории залога и форм повелительного и сослагательного наклонения, однако, несмотря на то, что текст романа С. Фрая содержит многочисленные случаи употребления всех вышеупомянутых морфологических стилистических средств, предлагаемое исследование посвящено описанию случаев транспозиции внутри системы глагольных категорий вида и времени в виду того, что объем статьи не позволяет рассмотреть все стилистические возможности глагола в английском языке, предоставив возможность лишь упомянуть некоторые из них.

1.3. В английском языке глагол имеет наиболее развитую систему словообразования и наибольшее число грамматических категорий. Транспозиция в сфере глаголов довольно разнообразна благодаря полисемантичности их видовременных форм, следовательно, видовременные формы глагола обладают большим потенциалом в передаче экспрессивного, эмоционального и оценочного содержания [Пуханов, 2008].

2. Экспрессивно-стилистический потенциал форм грамматической категории времени обычно заключается в употреблении форм настоящего времени для эмоциональной актуализации прошлого, а также в использовании настоящего с субъективным смещением перспективы в будущее [Раевская, 1973: 67].

2.1. В исследуемом практическом материале среди стилистически значимых можно отметить несколько показательных случаев употребления так называемого «настоящего исторического» или «настоящего драматического», когда о прошлом рассказывается так, как будто оно разворачивается перед глазами читателя или слушателя [Арнольд, 2009: 172]. Этот вид транспозиции форм настоящего времени типичен для устной монологической речи и является очень эмоциональным, так как реципиент вовлекается говорящим в уже свершившиеся события и словно становится их очевидцем [Перехода,

2010: 171]. Так, в примере (1) персонажем в монологической форме воссоздаются события десятилетней давности, при описании которых перед ним и его слушателем предстает полная картина произошедшего, напр.:

(1) *«You have to think of it from Delft's point of view», murmured Babe, more to himself than to Ned. «He's on duty. A flash comes through that a youth has been picked up with a document that might interest the service. He interrogates you, all seems fine, you turn out to be nothing but an innocent. He discovers his own mother is implicated. What can he do?»* [Fry, 2004: 235] ‘«Представим себе все это с точки зрения Дельфты», – бормотал Бэйб, обращаясь больше к себе, чем к Неду. – «Он на дежурстве. Приходит депеша, сообщающая, что задержан молодой человек с документом, который может представлять интерес для разведки. Он допрашивает тебя, все отлично, ты оказываешься ни в чем не повинным. И тут он узнает, что к делу причастна его мать. Как ему поступить?»» [Фрай, 2008].

Также в романе представлен случай употребления «нарративного презенса», который является одним из способов образной актуализации прошлого в рамках макроконтраста [Пуханов, 2008], для описания финальных событий фильма «Побег из Шоушенка» («The Shawshank Redemption»), причем, герои фильма в данном случае названы именами сыгравших их известных актеров, что является примером реализации типичной для английского и русского языков метонимической модели, напр:

(2) *«Good afternoon, Micky», said an unfamiliar male voice. «Sorry to disturb your Sunday afternoon movie. Tim Robbins escapes and the prison governor commits suicide. Morgan Freeman finally gets his parole and joins Robbins in Mexico. Charming film. I thought you should know the outcome as I'm afraid you won't be able to watch the rest of it»* [Fry, 2004: 316-317] ‘«Добрый вечер, Микки», – сказал незнакомый мужской голос. – «Сожалею, что вынужден оторвать вас от воскресного просмотра. Тим Роббинс сбежит, а начальник тюрьмы покончит с собой. Морган Фримен наконец-то получит условное освобождение и присоединится к Роббинсу в Мексике. Очаровательный фильм. Я решил, вам стоит узнать, чем он закончится, потому что досмотреть его вы, боюсь, не сможете»» [Фрай, 2008].

Следует отметить, что в приведенном выше примере переводчик предпочел передать форму настоящего времени английских глаголов формами будущего времени, хотя краткое содержание книг и фильмов в английском и русском языках обычно передается настоящим временем, но в этом конкретном примере описана особая ситуация: для говорящего, который уже видел этот фильм, события фильма можно отнести к прошлому, а для реципиентов эта информация является новой, так как их прервали в процессе просмотра, и поэтому события в фильме для них относятся к сфере будущего, так что

выбор переводчика оказывается вполне оправданным, тем более, что в теоретических работах по стилистике английского языка о настоящем историческом упоминается как о «живом, эмоциональном повествовании о событиях, происходивших в прошлом или ожидаемых в будущем» [Арнольд, 2009: 172].

2.2. Употребление настоящего времени для обозначения будущих действий основывается на «контрасте между семой будущего, порождающейся контекстом, и семой настоящего, выраженного глагольной формой настоящего времени» [Раевская, 1973: 69]. Однако, настоящее запланированного действия, связанное с определенной группой глаголов, особенно с глаголами, обозначающими перемещение в пространстве, нередко утрачивает свежесть живой грамматической метафоры и становится узусом. В романе автор неоднократно употребляет глаголы движения как в настоящем неопределенном (пример (3)), так и длительном (примеры (4) и (5)) для выражения будущего намерения, уверенность в осуществлении которых проявляется в настоящем, напр.:

(3) «*Tomorrow morning early, I fly to Switzerland, so let us drink to each other and part friends*» [Fry, 2004: 276] ‘Завтра рано утром я улетаю в Швейцарию, так давайте выпьем за общее наше здоровье и расстанемся друзьями’; (4) *So my poor cousin Gordon is coming over to England to stay with us* [Fry, 2004: 8] ‘Так что мой бедный двоюродный брат, Гордон, приезжает в Англию, чтобы пожить с нами’ [Фрай, 2008]; (5) ... *the Sailing Club is going to the west coast of Scotland this August. ... For two weeks: the very same two weeks you and your family are going to Italy* [Fry, 2004: 13] ‘... в августе парусный клуб устраивает вояж к берегам Шотландии. ... На две недели – те самые, на которые ты с родителями уедешь в Италию’ [Фрай, 2008].

Внутренняя лексическая обусловленность свойственна глаголам типа *wait* ‘ждать’, *expect* ‘ожидать, полагать’, *hope* ‘надеяться’, которые предопределяют восприятие форм настоящего времени в качестве ожидаемых действий в будущем, что хорошо прослеживается в приведенных ниже примерах:

(6) *I'll be back later and I expect to find you in bed, asleep* [Fry, 2004: 390] ‘Я вернусь позже и надеюсь найти тебя спящим в постели’ [Фрай, 2008]; (7) *I hope Gordon turns out to be a nice bloke* [Fry, 2004: 12] ‘Надеюсь, Гордон окажется приятным малым’ [Фрай, 2008].

Также в тексте романа встречаются многочисленные случаи употребления настоящего времени для выражения будущего в придаточных предложениях времени и условия (что является языковой нормой, и такие употребления лишены экспрессивных и эмоциональных оттенков), а также некоторые примеры употребления настоящего времени в сравнительных конструкциях (8) и отрицательно-вопросительных предложениях (9),



когда можно говорить о сочетании структурной и лексической обусловленности выражения модальности намерения [Раевская, 1973: 70-71], напр.:

(8) *The more browned off you look, the better he likes it* [Fry, 2004: 188] ‘Чем более расстроенный у тебя будет вид, тем пуще ему это понравится’ [Фрай, 2008]; (9) *Why don't you guys take the bus into town together?* [Fry, 2004: 67] ‘Почему бы вам, ребята, не поехать вместе автобусом в город?’ [Фрай, 2008].

Эмоциональный оттенок субъективной модальности употребление настоящего времени приобретает при описании воображаемого действия в будущем. В примере (10) главный герой романа Нед Мэддстоун с таким нетерпением ждет встречи с любимой девушкой, что для него это будущее действие представляется уже практически осуществляющимся, напр.:

(10) *I wish you could come and visit me here. Suppose next term I smuggle you in as a new boy?* [Fry, 2004: 14] ‘Хорошо бы и ты ко мне приехала. Может, протащить тебя в следующем триместре в школу, выдав за новичка?’ [Фрай, 2008].

Ярко выраженное субъективное представление будущего действия при помощи неопределенной формы настоящего времени наблюдается в примере (11), являющимся развернутой авторской метафорой, в которой люди, идущие в ногу с технологическим прогрессом, и те, кто не желают торопиться впустить в свою жизнь новые технологии и поменять привычный темп своей размеренной жизни, сравниваются с пассажирами поезда, которые очень по-разному ведут себя во время путешествия, напр.:

(11) *We who wait on the platform may arrive later than those that jump aboard the speeding train, but we've a better chance of a good seat and a restful journey. We get there in the end, sounder in wind and limb* [Fry, 2004: 284] ‘Мы, люди, спокойно ждущие на платформе, может, и приедем на место позже тех, кто на бегу запрыгивает в уходящий поезд, зато у нас больше шансов занять хорошее сиденье и ехать с удобствами. Мы все равно доберемся, куда нам надо, но при этом в целости и сохранности’ [Фрай, 2008].

Как уже было сказано выше, употребление настоящего времени в придаточных предложениях времени само по себе не отличается образностью, но такие употребления могут получить стилистическую значимость при повторе «подобно тому, как слово не равно самому себе в эмоционально-экспрессивном отношении, если оно повторено несколько раз» [Арнольд, 2009: 174]. Безусловно, в примере (12), представляющим собой выдержку из письма молодого человека, ярко выражено его желание, чтобы будущее максимально быстро перешло в сферу настоящего, что наряду с неоднократным повтором подчеркивается графическим расположением предложений на странице, напр.:

(12) *I'll tell you all about it when we meet.*

*When we meet.*

*When we meet.*

*When we meet* [Fry, 2004: 16].

‘Я расскажу тебе обо всем, когда мы встретимся. Когда мы встретимся. Когда мы встретимся. Когда мы встретимся. Когда мы встретимся’ [Фрай, 2008].

2.3. Транспозиция форм будущего времени в речевые условия настоящего основана на потенциально заложенной в них предположительной модальности, что обуславливает осознание в них определенных ассоциаций с настоящим. В романе С. Фрая в речи различных персонажей неоднократно встречается употребление как полной формы *will*, так и сокращенной формы *'ll*, свойственной разговорному стилю, для выражения настоящего, напр.:

(13) *This will be your bicycle. We don't believe in cars* [Fry, 2004: 48] ‘Вот твой велосипед. Мы не поклонники автомобилей’ [Фрай, 2008].

Субъективная экспрессия лежит на употреблении форм будущего времени для выражения привычности действия с оттенком вневременной данности [Раевская, 1973: 80]. В примере (14) два человека взваливают себе на плечи и собираются вынести из комнаты деревянный ящик, чей вес неприятно удивил одного из них, так как он предполагал, что в ящике будет тело старого немощного старика, тогда как другой напарник объясняет неожиданную тяжесть ноши тем материалом, из которого изготовлен ящик, и употребляет при этом форму будущего времени в английском языке, напр.:

(14) *«I thought it was going to be an old man. Christ, he's heavy» «It'll be the wood mostly»* [Fry, 2004: 258] ‘«Я думал, там старик. Господи, ну и тяжесть» «Это все дерево»’ [Фрай, 2008].

Контраст между грамматической формой и контекстом ощутим также при употреблении формы будущего для выражения обычного, привычного действия, которое качественно характеризует субъект. Так, в примере (15) мужчина объясняет своей дочери, почему руководство больницы планирует отключить систему жизнеобеспечения пациента, уже некоторое время находящегося в коме, и сваливает всю вину за происходящее на то, как страховые компании, по его мнению, всегда ведут свои дела:

(15) *«It'll be the insurance company, believe me», he said. «That kind of twenty-four hour intensive care is expensive. The money men will be the ones clamouring for the machines to be switched off»* [Fry, 2004: 142-143] ‘Тут не обошлось без страховой компании, поверь мне. Такая круглосуточная интенсивная терапия штука не дешевая. Скорее всего, люди, ведущие

финансовые дела семьи, уже подняли шум и требуют отключить систему» [Фрай, 2008].

В отечественной и зарубежной лингвистике не утихает спор по поводу глаголов *shall* и *will*, которые рассматриваются в качестве модальных в большом количестве значений, но и не утрачивают при этом значений будущего времени. Некоторые зарубежные лингвисты называют употребление этих глаголов для выражения разрешения, запрета, угрозы, предупреждения, обещания, предсказания, предопределенности и т. д. «эмфатическим будущим» [Taylor, 1980], однако в ряде случаев употребление формы *will* является нарушением устоявшейся грамматической нормы, в частности, в придаточных предложениях времени, что приводит к созданию экспрессивного эффекта. С. Фрай неоднократно прибегает к данному приему для передачи эмоциональной речи персонажей, чей уровень образованности не вызывает сомнений, так что вероятность случайной грамматической ошибки исключается, напр.:

(16) *I can't bear either that I've got to come back here in September while you'll be as free as a bird* [Fry, 2004: 13] 'Мне тоже несносна мысль, что придется вернуться туда в сентябре, когда ты еще будешь свободна как птица' [Фрай, 2008]; (17) *The day will come when you'll be pleased to go back there* [Fry, 2004: 201] 'Придет еще день, когда ты с удовольствием вернешься туда' [Фрай, 2008].

3. Грамматическая категория вида, в отличие от категории времени, связана с внутренней темпоральной структурой действия. Стилистически значимую оппозиционно-категориальную пару составляют длительные формы глагола (*Continuous*) и простые (*Simple / Indefinite*), которые еще называют формами общего вида. Стилистически нейтральным членом этой пары являются простые формы, тогда как продолженные формы более эмоциональны [Перехода, 2010: 172].

3.1. Несмотря на то, что в современном английском языке количество глаголов, которые употребляются в форме длительного вида, увеличивается, и грамматика, по образному выражению В.В. Виноградова, преодолевает сопротивление словаря, такое «преодоление» несовместимости грамматического значения формы и лексического значения глагола сопровождается возникновением субъективно-экспрессивных оттенков и ведет к интенсификации высказывания [Пуханов, 2008]. Так, С. Фрай неоднократно употребляет в длительной (продолженной) форме глаголы восприятия, состояния, желания и другие статичные глаголы, обеспечивая дополнительную количественную характеристику качественной стороне высказывания, напр.:

(18) *You can use their car when they get here. I'll be needing yours straight away* [Fry, 2004: 100] 'Вы можете воспользоваться машиной, когда они сюда доберутся. Ваша

понадобится мне немедленно' [Фрай, 2008]; (19) *They'll be wanting their money back* [Fry, 2004: 332] 'Они очень хотят вернуть свои деньги' [Фрай, 2008] (обращает на себя внимание употребление будущего времени для обозначения настоящего (см. п. 2.3).

Употребление статичного глагола в длительной форме является внешним интенсификатором глагольной лексемы и увеличивает экспрессивность высказывания [Пуханов, 2008], напр.:

(20) *Gordon's face was grey and he was finding it difficult to control his breathing* [Fry, 2004: 419] 'Лицо Гордона посерело, ему было трудно справиться с дыханием' [Фрай, 2008].

Длительная форма часто воспринимается как более вежливая по сравнению с простой формой [Rodionov, 1981: 81-82]. Так, хорошо воспитанный Нед Мэддстоун даже в крайне сложных жизненных ситуациях остается учтивым и вежливым и почти на интуитивном уровне употребляет длительные формы вместо форм общего вида, как в примере (21), когда он по непонятной ему причине задержан и доставлен в полицию и, будучи напуганным и сбитым с толку, все же очень вежливо произносит:

(21) «*She doesn't know anything about this. In fact, I've been wanting to ring her*» [Fry, 2004: 108] '«Она ничего не знает об этом. Вообще-то, я хотел бы ей позвонить»' [Фрай, 2008].

В исследуемом практическом материале встретился случай употребления перфектно-длительной формы статичного глагола *need* 'нуждаться' в сочетании со сравнением, лексическим повтором и стилистической инверсией, так как автор очевидно хотел достичь максимальной экспрессивности высказывания за счет употребления в одном относительно небольшом предложении стилистических средств на морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях. К сожалению, в переводе на русский язык переданы только лексические стилистические приемы, напр.:

(22) *As a junkie needs a fix, so had she been needing a letter* [Fry, 2004: 41] 'Как наркоман нуждается в дозе, так и она нуждалась в письме' [Фрай, 2008].

3.2. В английском языке в отдельную группу выделяют некоторые глаголы, обозначающие состояние, которые могут употребляться как в длительной, так и в простой формах для описания одной и той же денотативной ситуации (*to feel* 'чувствовать', *to live* 'жить', *to look* 'выглядеть', *to smile* 'улыбаться', *to talk* 'говорить', *to tremble* 'дрожать', *to shake* 'трясти' и некоторые другие). Примеры употребления таких глаголов в исследуемом тексте довольно многочисленны, напр.:

(23) *I did something completely awful this morning, in Biology. It's a bit complicated to describe and I feel awful about it* [Fry, 2004: 15] ‘Я сделал сегодня утром, в биологическом кабинете, кое-что более чем ужасное. Это довольно трудно описать, и чувствую я себя из-за этого кошмарно’ [Фрай, 2008]; (24) *I'm feeling like Simone de Beauvoir and I hope you're feeling like Jean-Paul Sartre* [Fry, 2004: 1] ‘Я чувствую себя Симоной де Бовуар, а ты, надеюсь, почувствуешь себя Жаном Полем Сартром’ [Фрай, 2008]; (25) *I hate to be the one to tell you, Thomas, but you look nearer thirty-seven or forty-seven* [Fry, 2004: 191-192] ‘Сожалею, что именно мне приходится говорить тебе это, Томас, но выглядишь ты лет на тридцать, а то и сорок семь’ [Фрай, 2008]; (26) *You're looking awfully tired, darling. Positively hagged* [Fry, 2004: 111-112] ‘У тебя ужасно усталый вид, дорогой. Просто изнуренный’ [Фрай, 2008].

Интересно отметить, что реплики в примерах (23) и (25), содержащие употребление форм общего вида глаголов *to feel* ‘чувствовать’ и *to look* ‘выглядеть’, произнесены юношей и стариком, а высказывания в примерах (24) и (26), в которых демонстрируется употребление длительных форм этих же глаголов, принадлежат молодой девушке и взрослой женщине соответственно, что в некотором роде пересекается с современными исследованиями в направлении изучения средств вербализации эмоций в рамках гендерной теории [Исхакова, 2009: 788], и указывает на более эмоциональную речь женщин по сравнению с речью мужчин.

Анализ текста романа С. Фрая продемонстрировал разнообразные случаи употребления простых и длительных форм некоторых из вышеперечисленных глаголов не только в форме настоящего времени, но и в прошедшем времени в прямой речи персонажа (27), внутреннем монологе (28) и в авторском повествовании (29), напр.:

(27) *He used to work in commodities, trading tea and coffee futures in the City, but he went out there to Africa once and saw how the people lived and it completely changed his outlook* [Fry, 2004: 323] ‘Он раньше работал в Сити, на товарной бирже, занимался фьючерсами на чай и кофе, но однажды поехал в Африку, увидел, как там живут люди, и это полностью изменило его взгляды’ [Фрай, 2008]; (28) *What kind of upbringing did he have in that Hampstead nut-house, anyway? Damn it, he was still living there. That same dark, dreadful house* [Fry, 2004: 408] ‘В конце концов, какое уж такое образование получил он в этом хэмпстедском сумасшедшем доме? Черт бы его подрал, этот дом, и ведь он так в нем и живет. В этом темном, ужасном доме’ [Фрай, 2008].

Сравнивая приведенные выше пары предложений, в которых употребляются одни и те же глаголы в сходных денотативных ситуациях, можно отметить, что длительную

глагольную форму по сравнению с формой общего вида даже в незначительном по объему контексте отличает бóльшая информационная нагрузка. Однако в ряде случаев для понимания имплицитной информации, очевидно, необходимо обратиться к предыдущему и последующему сегменту текста. Так, короткое нераспространенное предложение *Barson-Garland was not smiling* ‘Барсон-Гарленд не улыбался’ не содержит никакой стилистически релевантной информации, тогда как более широкий контекст раскрывает глубину употребления длительной формы глаголов *to smile* ‘улыбаться’ и *to stare* ‘пристально, в изумлении смотреть’, подчеркивая эмоциональное состояние персонажа, который только что обнаружил, что искренне улыбающийся ему человек прочел его тайный дневник и теперь знает о нем много нелицеприятного, напр.:

(29) *Ned sighed cheerfully and sent Barson-Garland a rueful smile over his shoulder as he went up. Barson-Garland was not smiling. He was staring at a dried, pressed four-leaf clover on Ned Maddstone's stool. The same four-leafed clover that had lain undisturbed between the pages of his private journal for three years* [Fry, 2004: 29] ‘Нед вздохнул и, направляясь к доске, обернулся, чтобы послать Барсон-Гарленду сокрушенную улыбку. Барсон-Гарленд не улыбался. Он не отрываясь смотрел на высушенный, плоский стебель четырехлистного клевера, лежащий на табурете Неда Мэддстоуна. Тот самый стебель, что провел три мирных года между страницами его дневника’ [Фрай, 2008].

Экспрессивность высказывания усиливается, если в рамках достаточно узкого контекста встречаются случаи противопоставления разных видовременных форм одинаковых лексем. В анализируемом тексте романа С. Фрая наблюдаем яркий пример употребления оппозиционных видовых форм – использование длительной и простой форм прошедшего времени фразового глагола *stand up* ‘вставать’ в одном контексте. В примере (30) девушка Порция в письме своему любимому Неду объясняет, почему считает его очень старомодным, напр.:

(30) *One: the first time we met you stood up when I entered the room, which was sweet, but it was the Hard Rock Café and I was coming out of the kitchen to take your order* [Fry, 2004: 2] ‘Во-первых, при самой первой нашей встрече ты встал, когда я вошла в зал, – мило, конечно, но ведь дело было в «Хард-рок кафе», а я вышла из кухни, чтобы принять твой заказ’ [Фрай, 2008].

В своем ответе молодой человек, которого девушка в письме еще и шутливо обвинила в сухости и недостаточном проявлении чувств по отношению к ней, возвращается к упомянутому выше эпизоду и со всей искренностью и страстью, на

которую он способен, объясняет ей причины своего странного поведения во время их случайного знакомства, напр.:

(31) ... *when you came up to our table there were I think seven of us and why was it you looked twice at me? Apart from the fact that I'm such a moron that I was standing up. I really hate to disillusion you on that, by the way, but it wasn't politeness that made me stand up. I saw you and I stood up. It was like a sort of instinct. This must sound completely crazy – it was as if I had known you for ever* [Fry, 2004: 13] '... когда ты подошла к столу, за которым нас сидело, по-моему, семеро, почему ты взглянула на меня дважды? Не считая того обстоятельства, что я вскочил, будто слабоумный, на ноги. Очень неприятно тебя разочаровывать, но вскочил я вовсе не из вежливости. А потому, что увидел тебя. Своего рода инстинкт. Я могу показаться тебе сумасшедшим, но я словно знал тебя всю жизнь' [Фрай, 2008].

При помощи употребления длительной формы там, где смысл высказывания может быть передан, и даже передается в непосредственной близости в последующем сегменте текста, при помощи простой формы, актуализируется значение единичного действия в прошлом, т. е. Нед таким образом еще раз подчеркнул уникальность, «разовость» своего поступка.

3.3. Одним из выразительных средств языка, которое иллюстрирует результат взаимодействия лексического и грамматического значений в условиях внешнего вербального контекста, является индефинитный континуум [Блох, Данчеева, 1983], в котором содержатся наречные индикаторы частотности действия *always* 'всегда', *constantly* 'постоянно' и др. Конфликт лексического значения глагола и грамматического значения видовременной формы создает гиперболический эффект, в результате которого возникает эмоциональная насыщенность формы [Пуханов, 2008]. Будучи перенесенными в контекстные условия, типичные для своего противочлена, длительные формы перенимают значения привычности, повторяемости действия, свойственные формам общего вида, но при этом сохраняют в качестве семантического фона собственное значение действия в развитии [Блох, Данчеева, 1983: 57], напр:

(32) *We are constantly looking for bright, imaginative and creative personnel to join us in our mission to continue to forge new businesses on the leading edge of the digital revolution* [Fry, 2004: 301] 'Мы постоянно ведем поиски одаренных, наделенных воображением и творческими способностями людей, которые могли бы присоединиться к нашим усилиям по формированию нового бизнеса на передовых рубежах цифровой революции' [Фрай, 2008].

Индефинитный континуум прошедшего времени передает совокупность повторяющихся действий в прошлом и передает отношение говорящего к этим событиям,

часто негативное. В примере (33) раздражение персонажа является ненастоящим, он весело вспоминает свое детство, однако, все формальные признаки такого употребления длительного времени в данном примере присутствуют, напр.:

(33) «*When I was a boy I used to get really hacked off by that bell*», Ned explained in answer to my questioning look. «*The House sits at the weirdest times and it was always waking me up at two or three in the morning*» [Fry, 2004: 62] ‘«В детстве меня этот звонок здорово доставал», – пояснил Нед, отвечая на мой вопросительный взгляд. «Палата заседает в самое причудливое время, и звонок то и дело будил меня в два-три утра»’ [Фрай, 2008].

3.4. Рассматривая стилистические особенности категории вида, следует упомянуть о некоторых специфических случаях употребления перфектных форм. Как известно, к основным функциям перфекта прошедшего времени относят «создание ретроспекции путем ломки хронологической линейной последовательности событий» [Пуханов, 2014: 314]. Однако, как уже отмечалось ранее, интенсификация значения той или иной формы достигается за счет ее повтора (см. пример (12)), а в случае с перфектом прошедшего времени повторение форм приводит к отклонению от нейтральной нормы, при которой в начале сверхфразового единства однократно употребляется перфект, относящийся ко всему «отступлению от повествования», а затем он сменяется сказуемыми в простой форме прошедшего времени. В приведенном ниже отрывке из романа «Теннисные мячики небес» многократный повтор перфектных форм прошедшего времени подчеркивает смысловую весомость высказывания, передает крайне напряженное эмоциональное состояние персонажа, который тщетно пытается мысленно вернуться в прошлое и идентифицировать себя в качестве «того Неда», каким он был двадцать лет назад, напр.:

(34) ... *He could not, however, reassemble in his mind the identity of the Ned who had undergone those infernal torments of soul and body. That Ned had been as innocent, terrified and blinded by the world and its cruelty as a newborn puppy. He had been a particle, without will, direction or purpose. That Ned had been dead for almost twenty years: all the life had been snuffed out of him the day Rolf had dislocated his left shoulder and murdered his last remaining shreds of hope and faith.* [Fry, 2004: 258-259] ‘... Однако, он не мог восстановить в памяти личность Неда, душу и тело которого подвергли таким бесчеловечным истязаниям. Тот Нед был наивен, испуган и ослеплен жестоким миром, как новорожденный щенок. Он был всего только атомом, лишенным воли, направления, цели. Тот Нед умер без малого двадцать лет назад – жизнь покинула его в день, когда Рольф выломал ему левое плечо, убив в юноше последние остатки надежды и веры’ [Фрай, 2008].



Очевидно, что повтор перфектной формы в данном узком контексте относится исключительно к экспрессивной стороне высказывания, так как он ничего не добавляет к предметно-логической информации, что, к сожалению, не нашло отражения в переводе на русский язык.

4. В результате проведенного исследования можно сделать следующие обобщения.

4.1. В английском языке глагол обладает большим стилистическим потенциалом в виду развитой системы формообразования. Взаимодействия внутри системы категорий вида и времени находят отражение в большом количестве случаев функциональной транспозиции глагольных форм и их метафорического переосмысления.

4.2. Основными источниками текстовой экспрессии в сфере категории времени является употребление форм настоящего времени для эмоциональной актуализации прошлого и для выражения различных оттенков будущего, а также транспозиция форм будущего времени в речевые условия настоящего.

4.3. Оппозиционно-категориальная пара, представляющая интерес с точки зрения стилистической экспрессии, состоит из длительных и простых форм глагола, включая употребление одних и тех же глаголов в сходных денотативных ситуациях.

4.4. К числу наиболее распространенных источников выразительности видовременных форм относятся их повтор и противопоставление в рамках относительно узкого контекста, что максимально усиливает эмоциональное воздействие высказывания на реципиента.

4.5. К перспективам данного исследования можно отнести изучение особенностей стилистического употребления видовременных форм с учетом изменяющихся языковых норм, рассмотрение случаев концентрации экспрессивных средств одного уровня и описание комбинированного употребления разноуровневых средств категорий экспрессивности.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта; Наука, 2009. 384 с.
2. Блох М. Я, Данчеева Н. В. Стилистический аспект грамматической формы (к проблеме оппозиционного замещения) // Филологические науки. 1983. № 3. С. 54-62.
3. Исхакова З. З. Морфологические средства выражения эмоциональности в мужских и женских текстах (на материале английского языка) // Вестник Башкирского университета. Раздел: Филология и Искусствоведение. 2009. С. 788-791.
4. Перехода Е. И. Стилистический потенциал грамматических форм в разговорной речи (на материале современного английского языка) // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2010. С. 164-174.
5. Пуханов С. А. Видовременные формы английского глагола и их экспрессивно-стилистический потенциал. Тула: Изд-во ТулГУ. 2008. 225 с.

6. Пуханов С. А. Прагматический аспект употребления перфектной формы прошедшего времени английского глагола // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки, 2014. С. 313-320.

7. Раевская Н. Н. Очерки по стилистической грамматике английского языка. Киев: Издательство Киевского университета, 1973. 144 с.

8. Уланова С. Б. Грамматическая семантика как объект грамматической стилистики: формо- и словообразование в современном английском языке. Рязань: Образование Рязани, 2009. 105 с.

9. Уланова С. Б. От грамматической семантики к грамматике дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 21. № 4. С. 833-843.

10. Фирсова Н. М. Грамматическая стилистика современного испанского языка. Имя существительное. Глагол. М: Высшая школа, 1984. 272 с.

11. Harrison C. *Cognitive Grammar in Contemporary Fiction*. John Benjamins Publishing Company. 2017. 164 p.

12. Kennedy C. *Systemic Grammar and its Use in Literary Analysis* // *Language and Literature* / R. Carter (ed.). 1982. P. 83-99.

13. Rodionov A. F. *Variants in Current English Grammar*. Moscow, 1981. 216 p.

14. Tariq M. *Style, Stylistics and Stylistic Analysis: a Re-evaluation of the Modern-day Rhetorics of Literary Discourse* // *International Journal of English Research*. March 2018. Vol. 4. Issue 2. P. 46-50.

15. Taylor T. J. *Linguistic Theory and Structural Stylistics*. Oxford, N.Y., 1980. 109 p.

16. Turner G.W. *Stylistics*. Penguin Books, 1977. 256 p.

#### **СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. Фрай С. Теннисные мячики небес; перев. с англ. яз. С. Ильина. М.: Фантом Пресс, 2008. Доступ: [https://bookz.ru/authors/stiven-frai/tennisni\\_378.html](https://bookz.ru/authors/stiven-frai/tennisni_378.html). (дата обращения: 23.11.2018).

2. Fry S. *The Stars' Tennis Balls*. London: Arrow Books. 2004. 436 p.

#### **REFERENCES**

1. Arnold, I. V. (2009). *Stilistika. Sovremennyy angliyskiy yazyk* [Stylistics. Modern English]. M.: Flinta: Nauka, (In Russ.).

2. Blokh, M. Ya., Dancheeva, N. V. (1983). *Stilisticheskiy aspekt grammaticheskoy formy (k probleme oppozitsionnogo zameshcheniya)* [Stylistic aspect of the grammar form (on the problem of the oppositional substitution)]. In *Filologicheskie nauki*. No. 3. Pp. 54-62. (In Russ.).

3. Iskhakova, Z. Z. (2009). *Morfologicheskie sredstva vyrazheniya emotsionalnosti v muzhskikh i zhenskikh tekstakh (na materiale angliyskogo yazyka)* [Morphological means of expressing emotionality in male and female texts (based on the English language)]. In *Vestnik Bashkirskogo universiteta. Razdel: Filologiya i Iskusstvovedenie*. Pp. 788-791. (In Russ.).

4. Perekhoda, E. I. (2010). *Stilicheskiy potentsial grammaticheskikh form v razgovornoy rechi (na materiale angliyskogo yazyka)* [Stylistic potential of grammar forms in colloquial speech (based on the modern English language)]. In *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena*. Pp. 164-174. (In Russ.).

5. Pukhanov, S. A. (2008). *Vidovremennyye formy angliyskogo glagola i ikh ekspressivno-stilisticheskiy potentsial* [English tense-forms and their expressive stylistic potential]. Tula: Izd-vo TulGU. (In Russ.).

6. Pukhanov, S. A. (2014). *Pragmaticheskiy aspekt upotrebleniya perfektnoy formy proshedshego vremeni angliyskogo glagola* [Pragmatic aspect of the usage of the Past Perfect form of an English verb]. In *Izvestiya Tulkogo gosudarstvennogo universiteta*. Pp. 314-320. (In Russ.).

7. Raevskaya, N. N. (1973). *Ocherki po stilisticheskoy grammatike angliyskogo yazyka* [Essays on stylistic grammar of the English language]. Kiev: Izd-vo Kievskogo universiteta. (In Russ.).

8. Ulanova, S. V. (2009). *Grammaticheskaya semantika kak obekt grammaticheskoy stilistiki: formo- i slovoobrazovanie v sovremennom angliyskom yazyke* [Grammatical semantics as an object of grammatical stylistics: form- and word-formation in modern English]. Ryazan: Obrazovanie Ryazani. (In Russ.).

9. Ulanova, S. V. (2017). Ot grammaticheskoy semantiki k grammatike diskursa [From grammatical semantic to the grammar of discourse]. In *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Lingvistika*. T. 21. No. 4. Pp. 833-843. (In Russ.).

10. Firsova, N. M. (1984). *Grammaticheskaya stilistika sovremennogo ispanskogo yazyka. Imya sushchestvitelnoe. Glagol* [Grammatical stylistics of the modern Spanish language. Noun. Verb]. M: Vysshaya shkola. (In Russ.).

11. Harrison, C. (2017). *Cognitive Grammar in Contemporary Fiction*. John Benjamins Publishing Company.

12. Kennedy, C. (1982). Systemic Grammar and its Use in Literary Analysis. In R. Carter (ed.): *Language and Literature*. Pp. 83-99.

13. Rodionov, A. F. (1981). *Variants in Current English Grammar*. Moscow.

14. Tariq, M. (2018). Style, Stylistics and Stylistic Analysis: a Re-evaluation of the Modern-day Rhetorics of Literary Discourse. In *International Journal of English Research*. March. Vol. 4. Issue 2. Pp. 46-50.

15. Taylor, T. J. (1980). *Linguistic Theory and Structural Stylistics*. Oxford, N.Y.

16. Turner, G. W. (1977). *Stylistics*. Penguin Books.

#### **SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL**

1. Fry, S. (2007). *Tennisnye myachiki nebes* [The Stars' Tennis Balls]; perev. s ang. yaz. S. Ilina. M.: Fantom Press.

2. Fry, S. (2004). *The Stars' Tennis Balls*. London: Arrow Books.

**Удинская Алла Геннадиевна** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода (e-mail: a-zhukova@yandex.ru), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, Университетская, 24

**Udinskaya Alla G.** – Candidate of Philology, Associate Professor of the Translation Studies Department (e-mail: a-zhukova@yandex.ru), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 25 января 2019 г.*

## ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНТРОПОНИМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*В статье рассматриваются основные понятия, составляющие терминологический аппарат ономастических исследований. Даны определения основных групп антропонимической лексики. Описаны основные характеристики антропонимической лексики как одного из наиболее важных коммуникативных пластов словарного состава английского языка.*

**Ключевые слова:** ономастика, антропонимика, антропоним, аппелятивизация, прецедентное имя.

© 2019 I. V. Chechina

## GENERAL CHARACTERISTICS OF ANTHROPONYMIC LEXIS IN ENGLISH

*The paper deals with different approaches to some basic terms of onomastic studies. The definitions of the main anthroponymic vocabulary groups are given. Principal characteristics of the anthroponymic vocabulary as one of the most significant communicative layers of the English vocabulary are described.*

**Key words:** onomastics, anthroponomy, anthroponym, appellativization, case name.

### 1. Терминологический аппарат исследования

Данная статья посвящена рассмотрению особенностей английской антропонимической лексики, то есть таких единиц, как личные имена (*Julia*), фамилии (*Brown*), фразеологические единицы с компонентом-антропонимом (*every man is Jack* 'все до одного'), прецедентные (*Thomas – doubting Thomas* 'Фома неверующий') и аллюзивные имена (*Robin Hood*).

В исследуемой группе антропонимов наиболее многочисленным является разряд собственно личных имен, которые в свою очередь выполняют важную коммуникативную функцию, сообщая об индивидуальных характерных чертах носителя данного имени, в отличие от фамилий, которые несут в себе общеродовые характеристики, и прозвищ, выражающих оценку со стороны называющего.

Личные имена, наряду с родовыми именами (фамилиями), присваивались человеку во времена всех существовавших цивилизаций, поэтому многие из них связаны не только с культурой и бытом, но и с развитием производительных сил. Для создания и жизни имен необходимы определенные культурные и исторические условия, поэтому личные имена несут печать эпохи, в течение которой они создавались [Сулова, Суперанская, 2008: 4-5].

**Актуальность работы** обусловлена лингвокультурологическим подходом к определению корпуса антропонимической лексики, которая формирует значительный пласт словарного состава английского языка. В этой связи рассматриваются особенности и мотивы использования личных имен, прозвищ и фамилий в качестве прецедентных или аллюзивных имен, а также антропонимов в составе фразеологических единиц.

**Цель исследования** заключается в установлении и описании особенностей антропонимической лексики в английском языке.

Ономастика как отдельная отрасль языкознания начала активно развиваться сравнительно недавно, а антропонимика стала самостоятельным разделом только с 60-70х годов XX века. Наибольший вклад в развитие ономастики внесли такие выдающиеся лингвисты-ономатологи, как В. Д. Бондалетов [Бондалетов, 2016], Д. И. Ермолович [Ермолович, 2001], А. В. Суперанская [Суперанская, 2012] и др. Их работы являются основными при изучении ономастики с общетеоретической точки зрения и служат базисом для научных исследований в данной области. В работах по ономастике всесторонне рассматриваются различные языковые и внеязыковые аспекты собственных имен (личные имена, фамилии, прозвища, названия космических (космонимы) и топографических (топонимы) объектов, медицинские термины (эпонимы) и т.д.), которые служат индивидуализаторами предметов и явлений [Бондалетов, 2016: 7].

Одной из отраслей ономастики является антропонимика (греч. *anthropos* ‘человек’), которая изучает личные именованья людей: их имена, фамилии и прозвища, особенности их происхождения и структуры. Имена людей и их прозвища составляют неотъемлемую часть истории людей и народностей. В них отражаются история, культура, быт, обычаи народов и их исторические контакты, ведь у каждой нации в ее национальном именнике есть уникальные личные имена [Суслова, Суперанская, 2008: 3-4].

Ключевой термин антропонимики – антропоним – определяется как языковая единица, представленная собственным именем вымышленного или реального человека или совокупностью личных имен, которые идентифицируют людей в целом. Имя не является ярлыком для человека, оно дает дополнительную информацию о гендерной и национально-языковой принадлежности его носителя [Бондалетов, 2016: 7].

Анализ литературы по проблеме исследования показывает, что:

1) процесс определения статуса антропонима был длительным и не завершен до сегодняшнего дня ввиду того, что не существует единого мнения относительно значения и роли имени собственного в языке;

2) отличительными чертами антропонима являются его многоплановость и

полифункциональность, выражением которых является процесс аппелятивизации. Для более точного представления данного явления необходимо четко разграничивать переносятся ли качества отдельного предмета на другой класс и / или множество классов, или данные характеристики только приписываются без передачи свойств;

3) в семантике антропонима заключена тесная взаимосвязь его коннотативного и денотативного значений, значимость внутреннего элемента и его экстралингвистических компонентов.

Исследуемые антропонимические единицы несут в себе значительный объем национально-специфической и лингвокультурной информации, для декодирования которой необходим тщательный анализ каждого из компонентов на основании выявленных специфических черт и свойств. Таким образом, представится возможным извлечь исторически заложенные в глубины имен события, отношения, описания.

## **2. Основные этапы эволюции антропонимики как науки**

История исследования личных имен свидетельствует о том, что интерес к их изучению зародился ещё во времена существования древних цивилизаций (Древний Египет, Греция и Рим). Подтверждением этому является тот факт, что древнегреческие стоики, в частности Хрисипп, выделяли имена в отдельный класс. К тому же, начиная с эпохи Возрождения и вплоть до XIX века такому интересу способствовала продолжительная дискуссия о своеобразии значения имен собственных. Стоит обратить внимание, что в середине XIX – начале XX вв. этот вопрос был приоритетным для логики и философии. Однако на современном этапе эволюции ономастической науки основой для дальнейшего ее развития служит лексикографическое описание имен собственных в специализированных ономастических (антропонимических) словарях согласно соответствующим разрядам [Сталтмане, 1991: 3].

Английский логик Х. Джозеф (XIX век) сделал вывод, что имена собственные семантически, то есть они содержат в своем составе значимый компонент. Согласно идеям Джозефа, собственное имя указывает на саму вещь, в то время как имя нарицательное – на связь этой вещи с другими предметами и явлениями. Однако иные логики, не соглашаясь с ним, считали, что личные имена асемантически и не обладают характеристикой называемого, а лишь «денотируют» обладателя [Бондалетов, 2016: 12].

Согласно П. Кристоферсену, имена собственные и нарицательные отличаются тем, что первые конкретны, а вторые абстрактны, так как имена нарицательные сначала указывают на весь класс и лишь потом на конкретного индивида [Бондалетов, 2016: 12].

Новой эпохой в изучении имен собственных стал труд А. Гардинера «Теория имен собственных» (1954), где ученый пишет о «воплощенных» и «развоплощенных» собственных именах, из которых первые исторически первичны. Здесь стоит отметить, что идею Х. Джозефа о преобладающем коннотативном значении личных имен в XX веке поддерживали О. Ясперсен и М. Бреаль, которые говорили, что Милль и его последователи уделяли внимание лишь словарному значению имени, что усложняет определение роли имени для человека [Бондалетов, 2016: 12-14].

Также в XX веке вышел труд «Очерк общей теории имен собственных» специалиста по философии языка Е. Гродзинского, где он отмечает, что при употреблении имен нарицательных мы используем общие для всех предметов свойства, в то время как упоминание имен собственных предполагает идею всех важнейших свойств данного конкретного предмета [Бондалетов, 2016: 15-17].

Из вышесказанного следует, что определение статуса имени собственного в ономастической науке представлено сложным и длительным историческим процессом, который в современных исследованиях уже приобретает завершенный и полноценный вид и представляет собой разноаспектную сферу деятельности для лингвистов в русле новых парадигм языкознания.

### **3. Общая характеристика материала исследования**

Как отмечалось выше, в фокусе данного исследования лежит антропонимическая лексика. В этот пласт английской лексики входят личные имена (*Michael*), фамилии (*Twain*) и прозвища (*Cutie*) людей, прецедентные (*Don Juan*) и аллюзивные (*Solomon*) имена, и антропонимы, которые входят в состав фразеологических единиц (*Aladdin's cave* 'секретное место').

К личным именам относятся индивидуальные антропонимы, которые называют конкретного человека. Такие имена могут иметь широкую или узкую распространенность, однако их основная задача состоит в осуществлении индивидуализаторской функции, которая показывает, что речь идет об определенном человеке (*Helen, George*) [Суперанская, 2012: 15].

Фамилии являются родовыми именами и несут в себе общую информацию о семье, о роде человека (*Buddenbrock, Eyre*). С началом развития патриархального общества изменения, происходящие в ономастиконе, знаменуются переходом родового имени от отца к сыну. Так, фамилии как бы «разгружали» личное имя ввиду его постепенного отягощения социальными и национальными коннотациями [Суперанская, 2012: 22-23].

Прозвища людей характеризуются особенными чертами, связанными с жизненными обстоятельствами, географическими объектами на основании какой-либо аналогии (*Richard the Lionheart, Otto the Great*). Они выражают реальное свойство или качество называемого с точки зрения имядателя [Суперанская, 2012: 38, 46].

Формируя корпус исследования, мы столкнулись с некоторыми трудностями, так как нет единого подхода к вычленению собственно антропонимической лексики. Одна из трудностей связана с проблемой определения прецедентного имени, то есть общеизвестного в речевой культуре личного имени. Некоторые лингвисты-ономатологи (А. А. Кудрявцева [Кудрявцева, 2013], А. В. Терещенко [Терещенко, 2016]) считают возможным существование такого имени (*Гиппократ, Наполеон, Анна Каренина*) [Кудрявцева, 2013: 66].

Также в антропонимической лексике выделяется разряд аллюзивных антропонимов, которые представляют собой пример вторичной номинации (К. И. Кропачева [Кропачева, 2015а, 2015б], А. А. Кудрявцева [Кудрявцева, 2013]). Эти имена обладают ярко выраженной оценкой, которая основывается, прежде всего, на ассоциативных связях [Кропачева, 2015а: 42-43]. В отличие от собственно прецедентных имен, аллюзивные единицы отчетливо отсылают исследователя к известным историческим, мифологическим, литературным или политическим фактам. Например, имя *Judas* используется для обозначения предателя как отсылка к библейскому персонажу, предавшего Иисуса Христа. Оценка в данном случае является ценностным аспектом значения, которое может быть эксплицировано на основании общего контекста [Кропачева, 2015б: 23-24; Бессонова, 2013: 81].

Еще одну группу в составе антропонимической лексики составляют единицы, в состав которых входят антропонимы. Различия между сугубо собственными именами или лексикой, содержащей в своем составе собственные имена, могут быть представлены посредством различных способов номинации: терминологической лексики (*Newton's law, Pythagorean theorem*), фразеологизмов (*Gordian knot, Augean stables*), товарных знаков («*Mercedes*»). Благодаря такому способу употребления имен достигается конкретизация и уточняются общие понятия и положения именуемых объектов и предметов [Введенская, Колесников, 1989: 11-13]. В этом случае можно вновь говорить об аллюзивности антропонима, достигаемой посредством переноса ассоциаций с ситуациями или человеческими качествами на названия явлений, наименования товаров.

Обзор литературы по вопросу основных особенностей употребления антропонимической лексики в целом дает возможность определить основные различия



между именем собственным и именем нарицательным. Так, на речевом уровне имена собственные могут значительно расширять наполненность внутренней формы за счет других содержательных компонентов, связанных с системой ценностных языковых стереотипов английского языкового сообщества, тем самым переходя в разряд имен нарицательных посредством переноса свойств и качеств явления на называемое.

Таким образом, в корпус эмпирического материала исследования, полученный путем репрезентативной выборки из словарей английских имен и фамилий [Рыбакин, 2000а, 2000б], Dictionary of First Names [Hanks, Hodges, 2006], англо-русского фразеологического словаря [Кунин, 1984] и лингвострановедческих словарей «Великобритания» [Рум, 2002], «Американа» [Американа: англо-русский лингвострановедческий словарь, 1996], «США» [Томахин, 1999], Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English [OGBACLE, 2005], Longman Dictionary of English Language and Culture [LDELС, 1998]), включены разные разряды антропонимической лексики, являющейся многочисленным, «культуроносным» пластом в лексическом составе английского языка, который требует тщательного изучения.

#### **4. Основные характеристики личных имен в английском языке**

Ономастическая лексика отличается специфичностью и обособленностью от прочих лексических пластов. В связи с этим выявлена определенная закономерность: бо́льшая часть имен собственных образована от имен нарицательных из-за присвоения последних более узкому кругу носителей (вещи, имена, названия объектов) на основании метонимического или метафорического сходства характеристик и качеств: *Dove* ‘голубь’ > англ. *dove* ‘голубь’; *Alexander* ‘защитник’ > греч. *alexo* ‘защищать’ + *aner* ‘мужчина’ [Сысоева, 2016: 117].

Личные имена чрезвычайно разнообразны и имеют отличительные характеристики по звучанию, происхождению и употреблению у всех народностей. Главным образом выделяют имена индивидуальные и групповые. Примерами индивидуальных имен являются личные именованья людей: *Jane Bennet*, *Jay Gatsby*, *Catherine Barkley*, *Robert Jordan* [Сусллова, Суперанская, 2008: 7]. Групповые же имена в английском языке, в отличие от русского, имеют ярко выраженную форму (*под Аралбаев продолжает развивать идею капитализма; the Browns and the Smiths came tonight*). В основном к ним относятся фамилии, если они употребляются по отношению ко всем членам семьи или супругам как к полноценному коллективу людей: *the Bennets*, *the Jordans* [Сусллова, Суперанская, 2008: 7].

Имя собственное как индивидуальное именование не связано с самим понятием, но, как и любое название, имеет дополнительные коннотации. Важно учитывать тот факт, что, когда хотя бы одна из коннотаций становится основной, речь идет о процессе деонимизации (переходе имени собственного в нарицательное) вообще в языке или в данной ситуации. Также принято различать процессы полной и частичной апеллятивизации (А. А. Кудрявцева [Кудрявцева, 2013], А. В. Суперанская [Суперанская, 2012]). При полном переходе теряется определенность объекта, он становится некоторым множеством, каждая составляющая которого объединена общими свойствами (*иван-дамарья*). В случае с частичными изменениями наиболее распространен прием антономазии или перенос свойств на основании похожих характеристик (*каша «Геркулес»* – образ Геркулеса отождествляется с тем, что может дать физическую силу человеку) [Суперанская, 2012: 113-120, 133-135].

Ономастика также предполагает изучение обратного процесса онимизации (перехода имен нарицательных в имена собственные): *Jack* (мужское имя, сокращенное от *Jacob*) > *jack / Jack* (собирательный персонаж, архетипический классический представитель английского общества, как в *every man Jack* ‘все до одного’). Это обусловлено тем, что имена людей переходят из одного времени в другое, от одного народа к другому, что, в конечном итоге, затрудняет процесс определения их нарицательного значения [Реформатский, 2008: 41], то есть первоначальное значение личного имени как бы «теряется» среди приобретенных именовании.

В основе имени собственного лежит апеллатив, лексическое значение которого редуцировано, а связь самого имени с понятием апеллатива почти утрачена. Этот факт указывает на то, что информация, которую несет имя собственное, существенно отличается от информации апеллатива. В связи с этим различаются несколько типов информации: речевая (когда первоначальное знакомство с объектом уже произошло), языковая (позволяет анализировать имя и находить лингвистические и экстралингвистические звенья в его семантике и структуре) и энциклопедическая (использование полного комплекса знаний, доступного человеку). Они принадлежат к разным планам и существуют независимо друг от друга [Суперанская, 2012: 259-260].

Собственные имена характеризуются определенным фоном (Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров [Верещагин, Костомаров, 2005]), который содержит добавочный компонент, раскрывающий и уточняющий первоначальное значение антропонима и выражающийся в виде коннотативных типов оценки имени. Эта фоновая информация является экспликацией семантического элемента или самим фоном имени собственного.

Дополнительный компонент значения указывает на то, что любое имя в национальном именнике выражает информацию об индивидууме или группе, тем самым указывая на принадлежность людей к некоторому классу: *Sannie, Pemmy* – социальное положение (*Pemmy* – обычное имя для слуг в доме); *Louis, Henry* – происхождение (*Louis* – имя ряда правителей Франции) [Сталтмане, 1991: 45]. Имя собственное несет коннотативное значение и по тому признаку, что в нём изначально заложено отношение народа (называющего) к носителю имени (называемому): *Goldie* ‘златовласка, девушка с красивыми золотыми волосами’; *Edgar* ‘удачливый, богатый наследник, храбрый воин’ [Сысоева, 2016: 29].

Стоит отметить, что полное личное имя человека максимально объективно. Именно поэтому оно имеет оттенок официальности, серьезного отношения к происходящему, в то время как сокращенная форма имени представляет собой более фамильярное обращение к человеку, являясь символом довольно близких межличностных отношений. На современном этапе развития антропонимики гипокористическая форма личного имени может выполнять полноценную роль, как и его полная форма (*Lydia – Lida, Elizabeth – Liza, Edwin – Ed, Ludwig – Loui*), но с некоторым ограничением функционального потенциала.

Национальные особенности онимов обусловлены специфическими условиями жизни народа, которые вытекают из индивидуальности языков и четко вырисовываются на фоне основополагающих апеллятивов. Национальная идентичность в наибольшей мере проявляется при соотнесении исследуемых антропонимов с онимами других языков, что может быть единственным, указывающим на национальную принадлежность и демонстрирующим национальное самосознание вследствие нарастающих темпов глобализации. Часто имена собственные, связанные с языковыми знаками народа, определяют характерные особенности и черты определенной нации [Кисель, 2009: 11].

Таким образом, для полного изучения и дальнейшей работы с любым собственным именем необходимо провести тщательный анализ его компонентных частей, лингвистических и экстралингвистических составляющих.

## **5. Выводы**

В исследовании антропонимической лексики английского языка выделяется несколько периодов, которые отображают взгляды лингвистов на статус имени собственного в целом в разные исторические эпохи. На данный момент антропонимическая лексика представляет собой значительный коммуникативный пласт в языке и речи, выполняя важные характерологическую и индивидуализирующую функции в лингвокультурологическом контексте, так как антропонимы служат особыми

социальными кодами, накапливающимися в своей внутренней форме как лингвистические, так и экстралингвистические элементы.

Антропонимическая лексика, состав которой формируют личные имена, фамилии, аллюзивные и прецедентные имена, фразеологизмы с компонентом-антропонимом английского языка характеризуется рядом особенностей, среди которых наиболее ярко выраженными являются наличие социокультурного фона у имени и способность к аллелативизации и ономизации, когда изменения происходят во внутренней форме антропонима.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Бессонова О. Л. Негативные эмотивные наименования лица в английской и украинской национальных картинах мира // *Studia Linguistica*. СПб, 2013. С. 78-87.
2. Бондалетов В. Д. Русская ономастика. М., 2016. 312 с.
3. Введенская Л. А., Колесников Н. П. От собственных имен к нарицательным. М., 1989. 143 с.
4. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. М., 2005. 1308 с.
5. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М., 2001. 200 с.
6. Кисель О. В. Коннотативные аспекты семантики личных имен: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2009. 12 с.
7. Кропачева К. И. Антропоним как знак в языке и речи (на примере антропонимического пространства английского языка) // *Язык. Словесность. Культура*. М., 2015а. С. 37-50.
8. Кропачева К. И. Антропоцентрический подход к изучению антропонимического пространства английского языка // *Культура и цивилизация*. М., 2015б. С. 17-30.
9. Кудрявцева А. А. Основные типы онимов, способных переходить в имена нарицательные // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. Волгоград, 2013. С. 65-68.
10. Реформатский А. А. Введение в языковедение. М., 2008. 536 с.
11. Сталтмане В. Э. Ономастическая лексикография. М., 1991. 116 с.
12. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М., 2012. 368 с.
13. Сулова А. В., Суперанская А. В. О русских именах. СПб., 2008. 303 с.
14. Сысоева Е. С. Оценочные антропонимы в английском языке и культуре. Ростов-на-Дону, 2016. 206 с.
15. Терещенко А. В. Прецедентные имена в современном русском и английском языках: статус, семантика, особенности функционирования // *Вестник Томского государственного педагогического университета*. Томск, 2016. С. 76-84.

### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Американа: англо-русский лингвострановедческий словарь / под ред. Г. В. Чернова. Смоленск: Полиграмма, 1996. 1185 с.
2. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Рус. яз., 1984. 944 с.
3. Рыбакин А. И. Словарь английских личных имен. 3-е изд., испр. М.: Астрель, АСТ, 2000а. 224 с.
4. Рыбакин А. И. Словарь английских фамилий. М.: Астрель, АСТ, 2000б. 576 с.
5. Рум А. Р. У. Великобритания: лингвострановедческий словарь. 3-е изд., стер. М.:

Рус. яз., 2002. 558 с.

6. Томахин Г. Д. США. Лингвострановедческий словарь. М.: Рус. яз., 1999. 576 с.

7. Longman Dictionary of English Language and Culture. Second Edition. Edinburgh: Longman, 1998. 1568 p. [LDELIC]

8. Hanks P., Hodges F. A Dictionary of First Names. Oxford, New York: Oxford University Press, 2006. 443 p.

9. Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English / Ed. by J. Crowther. Second Edition. Oxford: Oxford University Press, 2005. 536 p. [OGBACLE]

#### REFERENCES

1. Bessonova, O. L. (2013). Negativnye emotivnye naimenovaniya litsa v angliyskoy i ukrainskoy natsionalnykh kartinakh mira [Negative emotive designations of person in English and Ukrainian language world models]. In *Studia Linguistica*. SPb. Pp. 78-87. (In Russ.).

2. Bondaletov, V. D. (2016). *Russkaya onomastika* [Russian onomastics]. M. (In Russ.).

3. Vvedenskaya, L. A., Kolesnikov, N. P. (1989). *Ot sobstvennykh imen k naritsatelnykh* [From proper names to common ones]. M. (In Russ.).

4. Vereshhagin, E. M., Kostomarov, V. G. (2005). *Yazyk i kultura* [Language and culture] M. (In Russ.).

5. Ermolovich, D. I. (2001). *Imena sobstvennye na styke yazykov i kultur* [Proper names across languages and cultures]. M. (In Russ.).

6. Kisel, O. V. (2009). *Konnotativnye aspekty semantiki lichnykh imen* [Connotative aspects of proper names' semantics]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Chelyabinsk. (In Russ.).

7. Kropacheva, K. I. (2015a). Antroponim kak znak v yazyke i rechi (na primere antroponimicheskogo prostranstva angliyskogo yazyka) [Anthroponym as a sign in language and speech (based on anthroponimic space of English language)]. In *Yazyk. Slovesnost. Kultura*. M. Pp. 37-50. (In Russ.).

8. Kropacheva, K. I. (2015b). Antropotsentricheskii podkhod k izucheniyu antroponimicheskogo prostranstva angliyskogo yazyka [Anthropocentric approach to studies on the anthroponymic space of English language]. In *Kultura i tsivilizatsiya*. M. Pp. 17-30. (In Russ.).

9. Kudryavtseva, A. A. (2013). Osnovnye tipy onimov, sposobnykh perekhodit v imena naritsatelnye [The main onym types able to be changed into common names]. In *Izvestiya Volgogradskogo gosudastvennogo pedagogicheskogo universiteta*. Volgograd. Pp. 65-68. (In Russ.).

10. Reformatskiy, A. A. (2008). *Vvedenie v yazykovedenie* [Introduction into linguistics]. M. (In Russ.).

11. Stal'tmane, V. Ye. (1991). *Onomasticheskaya leksikografiya* [Onomastic lexicography]. M. (In Russ.).

12. Superanskaya, A. V. (2012). *Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo* [General theory of the proper name]. M. (In Russ.).

13. Suslova, A. V., Superanskaya, A. V. (2008). *O russkikh imenakh* [About Russian names]. SPb. (In Russ.).

14. Sysoeva, Ye. S. (2016). *Otsenochnye antroponimy v angliyskom yazyke i kulture* [Evaluative anthroponyms in the English language and culture]. Rostov-on-Don: Publ. house SFU. (In Russ.).

15. Tereshchenko, A. V. (2016). Pretsedentnye imena v sovremennom russkom i angliyskom yazykakh: status, semantika, osobennosti funktsionirovaniya [Precedent names in modern Russian and English languages: status, semantics, functioning peculiarities]. In *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. Tomsk. Pp. 76-84. (In Russ.).

### LEXICOGRAPHICAL SOURCE

1. *Amerikana: anglo-russkiy lingvostranovedcheskiy slovar* [Amerikana: English-Russian linguocountry dictionary] / In G. V. Chernov. Smolensk: Poligramma. 1996. (In Russ.)
2. Kunin, A. V. (1984). *Anglo-russkiy frazeologicheskiy slovar* [English-Russian phraseological dictionary]. M.: Rus. yaz. (In Russ.).
3. Rybakin, A. I. (2000a). *Slovar angliyskikh lichnykh imen* [The dictionary of English personal names]. 3-e izd., ispr. M.: Astrel, AST. (In Russ.).
4. Rybakin, A. I. (2000b). *Slovar angliyskikh familiy* [A dictionary of English surnames]. M.: Astrel, AST. (In Russ.).
5. Rum, A. R. U. (2002). *Velikobritaniya: lingvostranovedcheskiy slovar* [Great Britain: linguocountry dictionary]. 3-e izd., ster. M.: Rus. yaz. (In Russ.).
6. Tomakhin, G. D. (1999). *SShA. Lingvostranovedcheskiy slovar* [The USA. Linguocountry dictionary]. M.: Rus. yaz. (In Russ.).
7. *Longman Dictionary of English Language and Culture*. Second Edition. Edinburgh: Longman. 1998. [LDELIC].
8. Hanks, P., Hodges, F. (2006). *A Dictionary of First Names*. Oxford, New York: Oxford University Press.
9. *Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English*. Second Edition. Oxford: Oxford University Press. 2005. [OGBACLE].

**Чечина Ирина Васильевна** – ассистент  
кафедры английской филологии  
(e-mail: [chetchina\\_i.v@mail.ru](mailto:chetchina_i.v@mail.ru)),  
Государственное образовательное  
учреждение высшего профессионального  
образования «Донецкий национальный  
университет»  
283001, Донецк, Университетская, 24

**Chechina Irina V.** – Assistant of the English  
Philology Department  
(e-mail: [chetchina\\_i.v@mail.ru](mailto:chetchina_i.v@mail.ru)),  
State Educational Institution of Higher  
Professional Education «Donetsk National  
University»  
24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

Поступила в редакцию 16 ноября 2018 г.

## РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

---

УДК 81'42:81'27

© 2019 А. В. Алфёров, Е. Ю. Кустова

### ДЕЛИБЕРАТИВНЫЙ ДИСКУРС КАК МЕХАНИЗМ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНТЕРАКЦИИ: СТРАТЕГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ<sup>1</sup>

*В статье рассматриваются перспективы исследования делиберативной политической коммуникации как формы взаимодействия между политическим классом и гражданским обществом сквозь призму интеракционных категорий и регулятивных механизмов воздействующего дискурса.*

**Ключевые слова:** *делиберативный дискурс, интеракционные категории, эристика, релевантность, агональность политической коммуникации.*

© 2019 A. V. Alferov, E. Yu. Kustova

### DELIBERATIVE DISCOURSE AS A MECHANISM OF POLITICAL INTERACTION

*The article deals with the prospects of the deliberative political communication research as a form of interaction between the political class and civil society in terms of interactive categories and regulatory mechanisms of influencing discourse.*

**Key words:** *deliberative discourse, interactional categories, eristic, relevance, agonal political communication.*

Диалог в политике, диалог политического класса и гражданского общества представляет собой актуальный предмет междисциплинарных исследований. Делиберативные механизмы – убеждение, аргументация, договор – воплощаясь в парламентских дебатах, предвыборных теледебатах и т. д., становятся ядром политической дискурсивной формации. Выявление процессов, лежащих в основе делиберативной интеракции определяет актуальность поставленной проблемы в рамках политической лингвистики.

В исследованиях политической коммуникации фактор агональности приписывается политической интеракции *sine qua non*, что справедливо по существу, но неоднозначно по форме. В любом противодействии есть предел, который определяется не столько политической, сколько гуманитарной, нравственной культурой, определяющей допустимость средств политического противостояния.

---

<sup>1</sup> Статья выполнена в рамках проекта «Когнитивные и прагма-риторические реалии политической коммуникации» по программе научно-исследовательского центра интеракционной лингвистики и институциональной коммуникации (ИЛИК) Пятигорского государственного университета.

Отношения между политическим классом и гражданским обществом противоречивы по определению. Эта, возникшая в первой половине прошлого столетия, концептуальная и номинативно-терминологическая оппозиция [Mosca, 1923] отражает «конфликт интересов», который имеет сложную социо-политическую конфигурацию, включая противоречия и внутри каждого из противопоставляемых социальных конструкторов [Левин, 1997]. Под политическим классом принято понимать прежде всего государственных функционеров, т. е. «правлящий класс», и тех акторов политического процесса, которые борются за власть, но, тем не менее, уже принадлежат к «элитным группам» [Красин, 2012].

Напротив, «гражданское общество» – это особое социальное пространство между государством и общественными институтами, рожденными творчеством общественной самоорганизации, в котором происходит постоянно «пульсирующее» взаимопревращение индивида (обывателя, «просто человека» и т. д.) в гражданина [Левин, 1997: 135]. И в их отношениях необходимо минимальное социальное согласие, общественный договор относительно целостности социума [Сковиков, 2014].

Идея целостности общества легла в основу новой трактовки социо-политической агональности. Новизна этой концепции состоит в том, что обществу предлагается понимание агональности не как конфронтации и стремления к взаимоуничтожению, а как соревновательной (компетитивной) коммуникации в рамках человеческой морали при акцентировании деонтологических принципов политической интеракции [Муфф, 2004]. Дискурсивный агонизм в политике можно разделить на эндогенный (внутриполитический) и экзогенный (противостояние политического класса гражданскому обществу).

Первый проявляется в полной мере в парламентских дебатах, второй – в медийном дискурсе. Наиболее эффективным методом анализа агональной политической коммуникации представляется синтез двух сложившихся методологий в теоретической и прикладной лингвистике – интеракционного подхода (Дж. Гамперц, Э. Гоффман, Г. П. Грайс, Д. Шиффрин и др.) и критического дискурс-анализа (Т. ван Дейк, Р. Водак и др.) с учетом когнитивных механизмов концептуализации контента и его дискурсивной динамики (Дж. Фодор, Д. Шпербер, Д. Уилсон и др.).

В результате такого синтеза выстраивается следующая стратегия исследования:

1. Выделяются два взаимодополняющих аспекта анализа парламентской и медийной коммуникации – пропозициональный (концептуальный) и интеракционно-прагматический. Первый позволяет представить номенклатуру и процесс формирования и



взаимодействия аксиологически полярных концептов, второй предполагает исследование парламентской и медиа-коммуникации в модально-интеракционных проявлениях – дискурсивных механизмах агональности – по параметрам субъективности, тональности (эксплицитности / имплицитности), релевантности и др.

2. Исследование содержательно-концептуального аспекта делится на содержательно-фактуальный и содержательно-пропозициональный планы, т. е. рассматривается номенклатура наиболее релевантных (конфликтогенных) типов событий и их представление (концептуализация) и интерпретация в парламентских дебатах и в СМИ, проявляющая наиболее знаковых субъектов (акторов) агональной коммуникации, их аргументативный и эристический стили на основе анализа их агонального речевого поведения (стратегии, тактики, речевые ходы, стратагемы и т. д.).

3. Исследование модально-интеракционного аспекта ориентировано на выявление динамики политической агональности по иллокутивной шкале «обвинение – разоблачение – уступка – консенсус» с выявлением их интенциональных, иллокутивных, аргументативных, интерперсональных и структурно-дискурсивных характеристик.

Каждому из выделенных аспектов соответствует уровневый анализ и систематизирование характерологических языковых и дискурсивных средств реализации агональности в парламентском и медийном дискурсе.

Лингво-дискурсивным приоритетом исследования является рассмотрение двух когнитивно-прагматических категорий – релевантности и эристичности, играющих определяющую роль в процессах речевого взаимодействия на микро- и макроуровне, т. е. на уровне речевого обмена и на уровне социально-политической интеракции. Обе категории рассматриваются как «имманентные» категории, определяющие внутренние механизмы речевого взаимодействия на уровне восприятия, когнитивного ранжирования (концептуализации, категоризации, аттенционального фокусирования и т. д.) информации и оценки её значимости для ориентации в деятельностно-речевой ситуации (коммуникативном событии), т. е. для принятия определённых (не)речевых решений и действий.

Главная гипотеза исследования выводится в следующих положениях:

1) релевантность понимается не только как информативно-интерпретативная категория (Г. П. Грайс, Д. Шпербер, Д. Уилсон и др.), но как результирующая суперкатегория коммуникативной состоятельности (истинности, аргументированности, психологической адекватности и т. д.) высказывания и дискурса;

2) эристичность речевого (коммуникативного) события есть проявление когнитивного конфликта, агональности в ситуации и выступает в качестве

маркированного члена речеповеденческой оппозиции «норма – девиация», характеризующейся прагматической относительностью и градуальностью;

3) релевантность и эристичность – категории когнитивно-прагматические, объективно-субъективные, контекстно- и ситуативно зависимые, определяемые этосом коммуникации (статус участников, их интересы, корпоративная зависимость и т. д.), логосом (процесс аргументативного взаимодействия, диалог) и пафосом (качество стратегий коммуникации: эмоционально-оценочные характеристики, уловки и манипуляции и т. д.);

4) категории релевантности и эристичности находятся в обратно пропорциональной зависимости (оппозиции): чем выше степень релевантности коммуникации (для всех участников интеракции), тем меньше вероятность возникновения когнитивно-коммуникативного конфликта в речедеятельностной интеракции.

Предметом исследования становится рассмотрение языковых и дискурсивных механизмов – средств актуализации и взаимодействия – категорий релевантности и эристичности.

В широком междисциплинарном аспекте актуальным становится выявление механизмов «договорного диалога», превращение антагонизма в соревновательную агональность, определение границ допустимого в агональном диалоге, выявление ограничений, накладываемых деятельностной (политической) ситуацией и их воплощение в политической коммуникации (ср. [Алфёров, 2014]).

В этой перспективе представляется целесообразным определить два полюса политической коммуникации – конструктивно-кооперативный и агонально-конкурентный (однако по определению исключая деструктивно-антагонистический экстремизм в виде (не)речевой агрессии). К этим двум полюсам стремятся два типа политической коммуникации, которые мы рассматриваем как диалогически релевантный (социально-конструктивный) и эристический (агональный, полемический).

Под эристичностью дискурса нами понимается расширенный смысловой диапазон эристики – не только как риторической стратегии, направленной на достижение победы в споре (см. [Schopenhauer, 1999]), но и пропозиционально-коммуникативной ситуации, когда речь идет не о прямой агрессивной агональности дискурса, спора, полемики (оскорбления), а о «вызове», провокации, иронии и насмешке (ср. [Тамразова, 2017]). Эристичность дискурса несомненно связана с агональностью, но лишь частично. Как отмечалось выше, это агональность в её прямом значении (греч. ἀγων – соревнование,

состязание). В этом смысле может быть выделен и антиномический, диалектический вид коммуникации – релевантно-эристический.

Самые простые синонимы ‘релевантности’ – уместность, востребованность, успешность, эффективность (напр., информации). Рассматривая релевантность как дискурсивную категорию (ср., напр., [Алфёров, 2004; Алфёров, 2005; Попова, 2011; Правикова, 2002]), важно показать диапазон этого когнитивно-прагматического феномена. Одна из его ипостасей состоит в том, что *релевантность* – это состояние сознания, *удовлетворенного в своих ожиданиях*: чем больше удовлетворенности (< удовольствия) получает реципиент от транслируемой информации, тем выше её релевантность [Алфёров, 2005; Попова, 2011; Delporte, 2011]. Конечно, информация может быть востребованной (важной), и в то же время негативной аксиологически. Степень релевантности (важности) такой информации в целом не будет меньшей, но процесс её восприятия будет более сложным и противоречивым, вплоть до игнорирования поступающей информации (защитная реакция организма-системы). Наступает некая идиосинкразия – неприятие самой информации и определенных психотипических и коммуникативных качеств её источника.

Каковы же средства достижения когнитивного резонанса и *эмоционально-когнитивного заражения*, ведущего к соблазнению и овладению говорящим имплицуемой аудиторией?

Прежде всего их можно разделить на три группы, коррелирующие с тремя риторическими аргументативными модальностями – этосом, логосом и пафосом – это объективно-субъективные средства (этос), субъективно-объективные (логос) и субъективные (пафос). Этосу соответствует все, что закладывается в пресуппозицию воздействующего дискурса, и прежде всего – полимодальное восприятие говорящего (внешний вид, *body language*, акустический образ речи – дикция, интонация и т. д., манера речевого взаимодействия с оппонентом в разножанровой политической коммуникации, например, в дебатах: авторитарность vs делиберативность, брутальность vs мягкость, конфронтационность vs эмпатичность, эристичность vs вежливость и т. д.). Уже на этом этапе происходит соблазнение имплицуемой аудитории, от которой отделяется та часть реальной аудитории, которую не устраивает предлагаемый этос. Этос речи носит объективно-субъективный характер. Поскольку объективные параметры, лежащие в основе известной схемы SPEAKING (S: setting; P: participants; E: ends; A: acts; K: keys; I: instrumentalities; N: norms; G: genre [Hymes, 1972]; см. тж. [Актуальные аспекты..., 2013]), влияют на субъективную оценку и когнитивную программу аудитории.

Логос в большей степени апеллирует к разуму, объективной семантике, референтному фактологическому плану. Однако и здесь есть импликации, производимые, например, коннотативным измерением номинативной стратегии. Поэтому как сами референты (факты), так и их номинации имеют аргументативную силу, то есть влияют на формирование субъективной когнитивной и эмоционально-оценочной программы адресата. Поэтому такие средства можно назвать субъективно-объективными. Они реализуются прежде всего в номинативной стратегии говорящего (о номинативной и дискурсивной стратегиях см. [Гришаева, 2009]).

Когда триггеры этоса и логоса срабатывают, происходит сужение имплицированной аудитории, превращающейся из универсальной в инклюзивную. Эта трансформация позволяет оратору в большей степени использовать третью риторическую модальность – пафос. С точки зрения речезыковых средств, здесь наиболее востребованы эристические приёмы: обвинения, выпады, оскорбления, насмешка, пародия, сниженная лексика, прозвища [Булгакова, 2016]. Особенно популярны прозвища политических оппонентов во французской политической коммуникации [Якушева, 2014].

Внутренняя форма, лежащая в основе номинативной мотивации, является действенным имплицативным средством в этом кластере воздействующей политической коммуникации. Эта же категория внутренней формы выступает главной семиотической составляющей, формирующей имплицативный знак как единицу воздействующего политического дискурса.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Актуальные аспекты интеракционной теории языка: коллективная монография / А. В. Алфёров и др. Пятигорск, 2013. 300 с.
2. Алфёров А. В., Кустова Е. Ю. Европейский парламентский дискурс: стратегия исследования // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2014. № 1. С. 91-94.
3. Алфёров А. В. О сопоставлении в прагматике // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2004. № 2-3. С. 185-187.
4. Алфёров А. В. Релевантность высказывания // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2005. № 1. С. 54-59.
5. Булгакова Н. Е. Прозвища как средство речевой агрессии в политическом дискурсе // Человек и язык в коммуникативном пространстве. Красноярск, 2016. Т. 7. № 7. С. 14-19.
6. Гришаева Л. И. Языковые средства конструирования имиджа субъекта в политической коммуникации: коллективная монография. Воронеж: Издательско-полиграфический центр ВГУ, 2009. 319 с.
7. Красин Ю. А. Становление гражданского общества. Российская головоломка // Полис. 2012. № 2. С. 120-121.

8. Левин И. Б. «Политический класс» и гражданское общество в современной России // Куда идет Россия? Общее и особенное в современном развитии. М.: Интерпракс, 1997. С. 132-137.
9. Муфф Ш. К агонистической модели демократии // Логос. 2004. 2 (42). С. 180-197.
10. Попова Г. Е. Релевантность речевой интеракции в зеркале обыденного сознания // Актуальные проблемы языкового образования. Майкоп: АГУ, 2011. С. 261-265.
11. Правикова Л. В. Релевантность как когнитивная и лингвистическая категория // Текст и дискурс: Традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования. Рязань, 2002. С. 40-49.
12. Сквоиков А. К. Власть и гражданское общество: диалог взаимодействия // Фундаментальные исследования. 2014. № 12-12. С. 2668-2672.
13. Тамразова И. Г. Нормы речевого поведения и релевантность высказывания // Общественные науки. 2017. № 2-1. С. 362-366.
14. Якушева А. В. К семантике политического текста: антропонимы в функциональной среде сетевых средств массовой информации // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 6. С. 237-242.
15. Delporte C. Une histoire de la séduction politique. P.: Editions Flammarion, 2011. 377 p.
16. Hymes D. H. Models of the Interaction of Language and Social Life // Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1972. P. 35-71.
17. Mosca G. Elementi di scienza politica. Torino: F.lli Bocca, 1923. 514 p.
18. Schopenhauer A. L'art d'avoir toujours raison ou Dialectique éristique. Strasbourg: Circé, 1999. 221 p.

#### REFERENCES

1. *Aktualnye aspekty interaktsionalnoy teorii yazyka* [Actual aspects of interactional language theory]: kollektivnaya monografiya. A. V. Alferov i dr. Pyatigorsk, 2013. (In Russ.).
2. Alferov, A. V., Kustova, E. Yu. (2014). Evropeyskiy parlamentskiy diskurs: strategiya issledovaniya [European parliament discourse: the strategy of research]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 1. Pp. 91-94. (In Russ.).
3. Alferov, A. V. (2004). O sopostavlenii v pragmatike [About juxtaposition in pragmatics]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 2-3. Pp. 185-187. (In Russ.).
4. Alferov, A. V. (2005). Relevantnost vyskazyvaniya [Relevance of utterance]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 1. Pp. 54-59. (In Russ.).
5. Bulgakova, N. E. (2016). Prozvishcha kak sredstvo rechevoy agressii v politicheskom diskurse [Nicknames as a way of verbal aggression in political discourse]. In *Chelovek i yazyk v kommunikativnom prostranstve*. Krasnoyarsk. T. 7. No. 7. Pp. 14-19. (In Russ.).
6. Grishaeva, L. I. (2009). *Yazykovye sredstva konstruirovaniya imidzha subekta v politicheskoy kommunikatsii* [Language methods of subject image construction in political communication]: kollektivnaya monografiya. Voronezh: Izdatel'sko-poligraficheskiy tsentr VGU. (In Russ.).
7. Krasin, Yu. A. (2012). *Stanovlenie grazhdanskogo obshchestva. Rossiyskaya golovolomka* [Establishment of civil society. Russian riddle]. In *Polis*. No. 2. Pp. 120-121. (In Russ.).
8. Levin, I. B. (1997). «Politicheskiy klass» i grazhdanskoe obshchestvo v sovremennoy Rossii [“Political class” and civil society in modern Russia]. In *Kuda idet Rossiya? Obshchee i osobennoe v sovremennom razviti*. M.: Interpraks. Pp. 132-137. (In Russ.).

9. Muff, Sh. (2004). *K agonisticheskoy modeli demokratii* [To agonistic democracy model]. In *Logos*. 2 (42). Pp. 180-197. (In Russ.).
10. Popova, G. E. (2011). Relevantnost rechevoy interaktsii v zerkale obydenного soznaniya [Relevance of verbal interaction in the reflection of common consciousness]. In *Aktualnye problemy yazykovogo obrazovaniya*. Maykop: AGU. Pp. 261-265. (In Russ.).
11. Pravikova, L. V. (2002). Relevantnost kak kognitivnaya i lingvisticheskaya kategoriya [Relevance as cognitive and linguistic category]. In *Tekst i diskurs: Traditsionnyy i kognitivno-funktsionalnyy aspekty issledovaniya*. Ryazan. Pp. 40-49. (In Russ.).
12. Skovikov, A. K. (2014). Vlast i grazhdanskoe obshchestvo: dialog vzaimodeistviya [Power and civil society: dialog of cooperation]. In *Fundamentalnye issledovaniya*. No. 12-12. Pp. 2668-2672. (In Russ.).
13. Tamrazova, I. G. (2017). Normy rechevogo povedeniya i relevantnost vyskazyvaniya [Norms of verbal behaviour and relevance of utterance]. In *Obshchestvennyye nauki*. No. 2-1. Pp. 362-366. (In Russ.).
14. Yakusheva, A. V. (2014). K semantike politicheskogo teksta: antroponimy v funktsionalnoy srede setevykh sredstv massovoy informatsii [About semantics of political text: anthroponym in functional space of network methods of mass information]. In *Gumanitarnye, sotsialno-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki*. No. 6. Pp. 237-242. (In Russ.).
15. Delporte, C. (2011). *Une histoire de la séduction politique*. P.: Editions Flammarion.
16. Hymes, D. H. (1972). Models of the Interaction of Language and Social Life. In *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston. Pp. 35-71.
17. Mosca, G. (1923). *Elementi di scienza politica*. Torino: F.lli Bocca.
18. Schopenhauer, A. (1999). *L'art d'avoir toujours raison ou Dialectique éristique*. Strasbourg: Circé.

**Алфёров Александр Владимирович** – доктор филологических наук, профессор кафедры французской филологии и межкультурной коммуникации (e-mail: ale-alfyorov@yandex.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет»  
357532, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9

**Alferov Aleksandr V.** – Doctor of Philology, Professor of French Philology and International Communication Department (e-mail: ale-alfyorov@yandex.ru), Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «Pyatigorsk State University»  
9, Kalinina av., Pyatigorsk, 357532

**Кустова Елена Юрьевна** – доктор филологических наук, профессор кафедры французской филологии и межкультурной коммуникации (e-mail: lenakustov@yandex.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет»  
357532, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9

**Kustova E. Yu.** – Doctor of Philology, Professor of French Philology and International Communication Department (e-mail: lenakustov@yandex.ru), Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «Pyatigorsk State University»  
9, Kalinina av., Pyatigorsk, 357532

Поступила в редакцию 05 ноября 2018 г.

## РЕЛЕВАНТНОСТЬ ПЕРСОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА В ПОЛИТИКЕ<sup>1</sup>

*В статье рассматривается категория релевантности персонального дискурса политиков и других «авторитетных» источников сквозь призму делиберативной оценки дискурса политического класса гражданским обществом.*

**Ключевые слова:** *категория релевантности, делиберативная оценочная релевантность, интеракционные категории, релевантность политической коммуникации.*

© 2019 G. E. Popova

## RELEVANCE OF PERSONAL DISCOURSE IN POLITICS

*The article deals with the category of the personal discourse relevance of politicians and other "authoritative" sources in terms of the deliberative assessment of the political class discourse by civil society.*

**Key words:** *category of relevance, evaluation of deliberative relevance, interactional category, relevance of political communication.*

Термин «релевантность» («Р») междисциплинарен и полифункционален, что является недостатком для термина, но говорит о его понятийной ёмкости и, соответственно, востребованности. По своему функционально-семантическому диапазону и частотности употребления термин «Р» превосходит, пожалуй, даже термин «дискурс», становясь наравне с ним «модным словечком» (*a buzz word*), употребляемым скорее «по наитию» в самых различных контекстах и обрастающим периферийно-индивидуальными значениями. Ядро его составляет «бытовое» понимание, пришедшее из языка-источника: *relevance* (англ.) – *актуальность, уместность* и т. д. (чего-л.). Тщетно перечислять все синонимы и все области, использующие это слово в качестве, как ни странно, вполне определённого (релевантного) и достаточно понятийно «точного» (релевантного) и необходимого (релевантного) элемента именно в той или иной профессионально-понятийной системе (дискурсивной формации, по М. Фуко [Foucault, 1994]. Например, в нормативном документе «Поиск и распространение информации. Термины и определения» термин «релевантность» фигурирует в разделе «3.5. Эффективность поиска» и в пункте 3.5.1. обозначен как «Соответствие полученной информации информационному запросу». В этом же документе появляется его французский эквивалент

---

<sup>1</sup> Статья выполнена в рамках проекта «Когнитивные и прагма-риторические реалии политической коммуникации» по программе научно-исследовательского центра интеракционной лингвистики и институциональной коммуникации (ИЛИК) Пятигорского государственного университета.

«пертинентность» (*pertinence*), который определяется как «Соответствие полученной информации информационной потребности» [Поиск и распространение информации].

Обратимся к самому общему, «ядерному», лингво-семиотическому значению «релевантности». Прежде всего это **значимость** (ср. *valeur* у Ф. де Соссюра) определенного содержания в интерактивной системе передачи знания. «Потребность» в знании рождает «спрос», который требует наиболее полного удовлетворения потребности. Отсюда вытекает некое «политэкономическое» значение релевантности как ценности («цены») и «себестоимости» информационного обмена или даже «торга» (в лингвистике термин *negotiation* – «торг», «договор» – также употребляется достаточно широко, например, “*negotiation of meaning*” [Halliday, 1973], которое можно понимать как обсуждение приемлемости «значения/понимания» для коммуникантов).

Квинтэссенцией определения релевантности, вытекающей из теории Д. Шпербера и Д. Уилсона [Sperber, Wilson, 1989], является следующая формула: релевантность X (высказывания, информации и т.п.) прямо пропорциональна её востребованности и обратно пропорциональна усилиям, затрачиваемым на её обработку [Алфёров, 2005]. Релевантность относится не только к качеству информации (новизна, актуальность), но и чувствительна к форме речевой интеракции, к тематике, к способу аргументирования [Алфёров, 2004; Алфёров, 2014: 214-216] и т. д. Из всех известных максим речевой интеракции (П. Грайс, П. Браун и С. Левинсон, Дж. Лич и др.) максима качества «*be relevant*», по мнению самого Грайса, является результирующей, включающей в себя все существующие правила речевого поведения, все контекстуально зависимые акты восприятия и понимания (перцепции и интерпретации) передаваемых сообщений [Попова, 2014]. Проблемы релевантности в преломлении к политической коммуникации еще далеко не изучены, нет обобщающего исследования коммуникативной релевантности в различных типах политических дискурсов. Не рассмотрен вопрос об ограничениях, накладываемых на релевантность высказывания политическим контекстом, статусом коммуникантов, их социально-политической установкой, не определена номенклатура речезыковых средств маркирования (не)релевантности высказывания в политической коммуникации, степень релевантности высказывания в оценке адресата (обратная связь) и т. д. Институциональная коммуникация (далее – ИК) определяется системой ограничений и условий, отличающих её от любой другой коммуникативной системы (дискурсивной формации) [Алфёров, 2014]. Ограничения в политической коммуникации в большей степени касаются «символической власти» (по П. Бурдьё [Bourdieu, 1987]) – вертикальной коммуникации, построенной на конвенциональных импликатурах (правилах исчисления



смысла) [Грайс, 1985: 219] – нормативных имплементациях, обязывающих субъектов (подчиненных) считать их релевантными а priori. В свою очередь, субъекты институциональной коммуникации, в силу своей потенциальной активности, склонны противопоставлять вертикальной, властной коммуникации горизонтальную, делиберативную (договорную), «релевантность в процессе обсуждения» (конверсации) на основе конверсационных импликатур (логических инференций) [Грайс, 1985: 225]. Таким образом, соблюдение или несоблюдение предварительных ограничений может повлиять на релевантность или иррелевантность коммуникативного поведения и соответствующего дискурса. Так, парентетические реплики (перебивание) выступающего в парламенте имеют разный статус (этнос) в *английском* парламенте (необходимо обратиться к председателю и получить согласие выступающего), *российском* (как правило, игнорируются в протоколах) и *французском* парламенте (фиксируются протоколом не только реплики депутатов, но и междометные выкрики из зала и т. п.) [Алфёров, 2013]. При этом речевое поведение участников заседания может подвергнуться санкциям или стать предметом обсуждения [Попова, 2014].

Институциональной делиберативной (обсуждаемой) оценке релевантности подвергаются и все документы, рассматриваемые в парламенте. Для этого существует механизм поправок к предлагаемым к принятию законодательным актам. В ходе дебатов выясняется степень релевантности той или иной законодательной инициативы. (В свете затрагиваемой далее проблематики уместно вспомнить высказывание одного из российских высокопоставленных парламентариев: «Парламент – не место для дискуссий»).

Существует проблема релевантности (в самом широком смысле) политической риторики для общественной аудитории («простых» избирателей), предвзятости оценки релевантности высказываний политиков скептически настроенной публикой. Характерным для различных критических (сатирических) печатных и сетевых изданий феноменом, представляющим интерес для политлингвистического анализа, становится цитирование и критическая интерпретация «политической афористики» – высказываний политиков, ставших показателем «симпатии» гражданского общества к политическому классу («бушизмы», «черномырдинки» и т. п.). Такие цитации помогают составить речевой портрет, говорить о языковой личности политика. Мы называем такие высказывания, вслед за А. В. Алфёровым, «малапропизмами» (от франц. *mal à propos* – ‘неуместно’).

Интересным опытом интерпретации политической квазиафористики выступает публикация французских политических журналистов Паскаль Ваттье (Pascale Wattier) и Оливье Пикара (Olivier Picard) «*Parlez-vous le politique: Le politique en version sous-titrée*»

(2011) [Wattier, 2011] («Говорите ли вы по-политически: Язык политики в версии с субтитрами»). Приведем несколько примеров цитируемых «перлов» французских политиков в интерпретации авторов книжки и в нашем переводе:

(1) Цитата: «*Nous avons travaillé deux heures et quart*» ‘«Мы работали два часа пятнадцать минут»’.

Политик: François Baroin, 10/08/11, à la sortie de la réunion «de travail» sur la situation économique et financière ‘Франсуа Баруэн на выходе с «рабочего» совещания об экономическом и финансовом кризисе в стране’.

Комментарий авторов: *Pour bien montrer qu'au gouvernement, on n'hésite pas à consacrer à la crise un quart d'heure supplémentaire. C'est rassurant* [Wattier, 2011: 71] ‘Сказано, чтобы показать, что в правительстве готовы всегда и без колебаний посвятить проблемам кризиса лишние четверть часа. Это обнадеживает’;

(2) Цитата: «*Je me bats pour un avenir que j'offre aux français*» ‘«Я сражаюсь за будущее, которое подарю французам»’.

Политик: Marine Le Pen, 23/06/11, France 2 ‘Марин Ле Пен, телеканал France 2’.

Комментарий авторов: *L'Altruiste* [Wattier, 2011: 57] ‘Альтруистка’.

(3) Цитата: «*Une campagne présidentielle, c'est bestial et inhumain*» ‘«Президентские выборы это что-то животное, бесчеловечное»’.

Политик: Dominique Voynet, 20/08/11, 20 minutes.fr ‘Доминик Вуане, интернет-издание 20 minutes.fr’.

Комментарий авторов: *C'est masochiste, aussi : elle a été candidate deux fois (1995 et 2007). Fais-moi mal?* [Wattier, 2011: 145] ‘А еще это мазохизм: сама была кандидатом дважды в 1995 и 2007. Типа «сделай мне больно?»’.

(4) Цитата: «*Le trottoir de la distanciation est encombré, il vaut mieux être sur celui de la solidarité*» ‘«Тротуар дистанцирования переполнен, лучше перейти на другую сторону улицы – к солидарности»’.

Политик: *Nicolas Sarkozy s'adressant à des députés UMP, 08/06 Le Figaro*. ‘Николя Саркози, обращаясь к депутатам Союза за народное движение. Газета Le Figaro’.

Комментарий авторов: *Allô ? Un traducteur dans la salle ? On le croyait simpliste, il nous avait bien caché son jeu. Sans doute un effet de sa formation littéraire accélérée avec Carla* [Wattier, 2011: 62] ‘«Алло, в зале есть переводчик? Мы думали он простак, а он просто скрывал свои таланты. Наверняка, это результат литературного образования, развитого Карлой ...»’ (Прим.: Карла Бруни-Саркози, жена, топ-модель, композитор, поэтесса-песенница и певица – Г. П.). Несмотря на ироническую тенденциозность и произвольность

интерпретации вырванных из контекста высказываний действующих политиков, эта публикация показывает, что релевантными для аудитории могут стать: во-первых, *a priori* отрицательная установка по отношению к дискурсу политического класса и, во-вторых, нарушения самой коммуникативной релевантности (принципа Кооперации): максимы количества (информативности) – «Не говори больше, чем требуется» (пример 1), максимы скромности (пример 2), максимы качества (искренности) (пример 3) и максимы способа – «Выражайся ясно. Избегай непонятных выражений» (пример 4). Таким образом, термин «Р» получает новый ракурс – рассмотрение некооперативной, агональной коммуникации с модификацией всех параметров и условий интерпретации релевантности смысла.

Гротеск в данном случае позволяет более рельефно показать, что достаточно ясная и, казалось, исчерпывающе «прописанная» категория релевантности может иметь различные проявления, модифицирующие в каждом конкретном случае функциональное поле и интерпретационную модальность данной категории в реальной политической коммуникации.

Релевантность информации обусловлена не только интенциональностью интерпретатора, но прежде всего контекстом («контекстуальным эффектом», по Шперберу-Уилсон [Sperber, Wilson, 1989]). Интерпретация сообщения или даже прецедентного текста, меморизованного в долгосрочной памяти, определяется актуальной проблемной ситуацией, требующей установления их релевантности. Например, для древних афинян такими текстами были пророчества оракулов, «предвидевших» события в их причинно-следственной связи и предрекавших «объективный» исход вызванного ими противоречия. Древнегреческий историк Фукидид, описывая чуму, случившуюся в Афинах во время вторжения пелопоннесцев в Аттику и повлекшую за собой, помимо ужасов болезни и многочисленных жертв, рост преступности и моральную деградацию, отмечает попытку интерпретации меморизованного текста: «Таково было бедствие, угнетавшее афинян: в стенах города народ погибал от болезни, а землю разоряли неприятели. Неудивительно, что в такой беде старики вспомнили о стихе, который, по их словам, в древности возвестил оракул: *Грянет дорийская брань, и мор впоследствии с нею*. Тогда среди афинян начались споры о том, не стояло ли в древнем предсказании вместо *loimós* ‘мор, чума’ слово *limos* ‘голод’. В тогдашних обстоятельствах люди старались приспособить воспоминания к переживаемым бедствиям. Мне думается, что если после этой войны случится какая-нибудь другая дорийская война и при этом наступит голод, то люди, вероятно, будут толковать этот стих именно в таком смысле» [История античности, 1989: 313].

Таким образом, интерпретация вертикального (властного) персонального дискурса может быть делиберативной, что необходимо учитывать при исследовании институциональной, в частности, политической коммуникации.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Актуальные аспекты интеракционной теории языка: коллективная монография / А. В. Алфёров и др. Пятигорск, 2013. 300 с.
2. Алфёров А. В., Кустова Е. Ю. Европейский парламентский дискурс: стратегия исследования // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2014. № 1. С. 91-94.
3. Алфёров А. В., Шамугия Л. Г. Репликативный дискурс парламентских дебатов (на материале скриптов заседаний французского парламента) // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2013. № 3. С. 109-112.
4. Алфёров А. В. О сопоставлении в прагматике // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2004. № 2-3. С. 185-187.
5. Алфёров А. В. Релевантность высказывания // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2005. № 1. С. 54-59.
6. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. С. 217-237.
7. История античности: Древняя Греция / сост. М. Томашевская. М.: Правда, 1989. 624 с.
8. Поиск и распространение информации. Термины и определения. ГОСТ 7.73-96 СИБИД. Доступ: <http://docs.cntd.ru/document/>. (дата обращения: 13.10.2018).
9. Попова Г. Е., Кустова Е. Ю., Червоный А. М. Субъектность, тональность и релевантность французского парламентского дискурса // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2014. № 4. С. 104-107.
10. Попова Г. Е., Кустова Е. Ю., Шамугия Л. Г. Интеракционная релевантность парламентского дискурса // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2015. № 2. С. 203-206.
11. Bourdieu P. Espace social et pouvoir symbolique // Les choses dites. Paris: Éditions de Minuit, 1987. 213 p.
12. Foucault M. Dits et Ecrits 1954-1988. P.: Gallimard, 1994. V. 1-4.
13. Halliday M. A. K. Explorations in the functions of language. London, Arnold, 1973. 143 p.
14. Sperber D., Wilson D. La pertinence. Communication et cognition. P.: Minuit, 1989. 267 p.
15. Wattier P., Picard O. Parlez-vous le politique: Le politique en version sous-titrée. P.: Editions Chiflet & Cie, 2011. 239 p.

### **REFERENCES**

1. *Aktualnye aspekty interaktsionalnoy teorii yazyka* [Actual aspects of interactional language theory]: kollektivnaya monografiya. A. V. Alferov i dr. Pyatigorsk, 2013. (In Russ.).
2. Alferov, A. V., Kustova, E. Yu. (2014). Evropeyskiy parlamentskiy diskurs: strategiya issledovaniya [European parlamental discourse: strategy of research]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 1. Pp. 91-94. (In Russ.).
3. Alferov, A. V., Shamugiya, L. G. (2013). Replikativnyy diskurs parlamentskikh debatov (na materiale skriptov zasedaniy frantsuzskogo parlamenta) [Replicative discourse of parliament debates (based on scripts of French parliament meetings)]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 3. Pp. 109-112. (In Russ.).

4. Alferov, A. V. (2004). O sopostavlenii v pragmatike [About juxtaposition in pragmatics]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 2-3. Pp. 185-187. (In Russ.).
5. Alferov, A. V. (2005). Relevantnost vyskazyvaniya [Relevance of utterance]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 1. Pp. 54-59. (In Russ.).
6. Grays, G. P. (1985). Logika i rechevoe obshchenie [Logic and verbal communication]. In *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*. M.: Progress. Vyp. 16. Lingvisticheskaya pragmatika. Pp. 217-237. (In Russ.).
7. *Istoriya antichnosti: Drevnyaya Gretsia* [Antiquity history: Ancient Greece]. Sost. M. Tomashevskaya. M.: Pravda, 1989. (In Russ.).
8. *Poisk i rasprostraneniye informatsii. Terminy i opredeleniya. GOST 7.73-96 SIBID* [Searching and expansion of information. Terms and definitions. GOST 7.73-96 SIBID]. Available at: <http://docs.cntd.ru/document/>. (accessed: 13.10.2018). (In Russ.).
9. Popova, G. E., Kustova, E. Yu., Chervonyy, A. M. (2014). Subektnost, tonalnost i relevantnost frantsuzskogo parlamentskogo diskursa [Subjectivity, tone and relevance of French parliament discourse]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 4. Pp. 104-107. (In Russ.).
10. Popova, G. E., Kustova, E. Yu., Shamugiya, L. G. (2015). Interaktsionalnaya relevantnost parlamentskogo diskursa [Interactional relevance of parliament discourse]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 2. Pp. 203-206. (In Russ.).
11. Bourdieu, P. (1987). Espace social et pouvoir symbolique. In *Les choses dites*. Paris: Éditions de Minuit.
12. Foucault, M. (1994). *Dits et Ecrits 1954-1988*. P.: Gallimard. V. 1-4.
13. Halliday, M. A. K. (1973). *Explorations in the functions of language*. London, Arnold.
14. Sperber, D., Wilson, D. (1989). *La pertinence. Communication et cognition*. P.: Minuit.
15. Wattier, P., Picard, O. (2011). *Parlez-vous le politique: Le politique en version sous-titrée*. P.: Editions Chiflet & Cie.

**Попова Галина Евгеньевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для технических и гуманитарных специальностей (e-mail: pebble2406@mail.ru), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Астраханский государственный технический университет» 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 16

**Popova Galina E.** – Candidate of Philology, Associate Professor of the Foreign Languages for Technical and Humanitarian Specialities Department (e-mail: pebble2406@mail.ru), Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «Astrakhan State Technical University» 16, Tatishcheva st., Astrakhan, 414056

Поступила в редакцию 15 ноября 2018 г.

## ЭРИСТИКА КАК «ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ»<sup>1</sup>

*В статье рассматривается эристика как определенная модель речевого поведения, которая обладает набором средств, направленных на нарушение норм и правил гармоничного общения. В основе эристического речевого поведения лежит вызов нормам речевого взаимодействия и нормам языковой номинации (семантика, стилистика, прагматика).*

**Ключевые слова:** дискурсивная эристика, эристическое речевое поведение, коммуникативный конфликт, невежливость, политическое поведение.

© 2019 I. G. Tamrazova

## ERISTIC AS A «POLITICAL BEHAVIOR»

*The article deals with the category of eristic as a certain model of speech behavior, which has a set of means aimed at violating the norms and rules of harmonious communication. The basis of eristical speech behavior is a challenge to the norms of speech interaction and to the norms of language nomination (semantics, stylistics, pragmatics).*

**Key words:** eristic discourse, eristical speech behavior, communicative conflict, impoliteness, political behavior.

Эристика, порицаемая Аристотелем как софистическая составляющая риторики [Аристотель, 1978], критически представленная А. Шопенгауэром как особый способ мышления и рассуждения (*эристическая диалектика*) [Schopenhauer, 1999], сегодня рассматривается в основном как «техника победы в споре порицаемыми средствами» [Ивин, 1997], как проявление некорректного речевого поведения, агрессивного коммуникативного прессинга [Базылев, 2015].

Такая узкая интерпретация эристики ограничивает, на наш взгляд, её эвристический потенциал как особой антропологической – философской, психологической и интеракциональной – категории. С возрождением (нео)риторики как науки о публичной (институциональной) речи [Perelman, 1983] и расширением её границ в свете теории речевого воздействия [Robrieux, 1993] возрастает значимость *эристической эристики* [Актуальные аспекты интеракциональной ..., 2013] для теории аргументации / убеждения и речевой интеракции, поэтому цель статьи – представить *эристику* как релевантный когнитивно-социолингвистический концепт [Тамразова, 2016]. При этом под объектом исследования – *эристической эристикой* – мы понимаем определенный тип сознания и

---

<sup>1</sup> Статья выполнена в рамках проекта «Когнитивные и прагма-риторические реалии политической коммуникации» по программе научно-исследовательского центра интеракциональной лингвистики и институциональной коммуникации (ИЛИК) Пятигорского государственного университета.

мышления, интенционально ориентированный на отрицание вообще и отрицание канонов в любой области их существования, «бунтарский дух», позволяющий нетрадиционно и даже конфронтационно воспринимать определенные нормы, вступая с ними в творческий, *эвристический диссонанс* [Тамразова, 2017].

Эристика как эвристический метод проявляется в таких доктринах, как скептицизм, цинизм (кинизм), нигилизм, основанных на релятивизме софистов [Boyarin, 2007]. Эристическое зерно, содержащееся в этих достаточно маргинальных в философии течений, в том, что подчеркивал ещё Сократ в своем ироническом «знании в незнании» («Я знаю, что ничего не знаю»), – то есть в стремлении к парадоксальности, в порождающем творчество сомнении, в отрицании любого «*a priori*» или «истины в последней инстанции». Во времени и в пространстве эристическая мысль развивается в трудах А. Шопенгауэра, Ф. Ницше, З. Фрейда, Ю. Хабермаса, М. Фуко, Л. Альтюссера, Ж. Дерриды, Ж. Делёза и др.

По мере осмысления *эристика* как концепт выходит за пределы категории гносеологической (мировоззренческой) значимости. Эта спонтанная эристика провозглашает приоритет релятивизма над позитивизмом, иррационализма над рационализмом, что в полной мере проявилось в постмодерне XX столетия [Кондаков, 2017: 223]. В самом общем плане теория постструктурализма – это выражение философского релятивизма и скептицизма, «эпистемологического сомнения», являющегося по своей сути теоретической реакцией на позитивистские представления о природе человеческого знания» [Ильин, 1996: 8]. В основу эристической эвристики (эристической диалектики, по А. Шопенгауэру [Schopenhauer, 1999]) можно положить ряд антиномических постулатов, как то:

- 1) истина не существует *a priori* и не дана отдельному человеку;
- 2) истина вытекает из практики, изложенной в виде причинно-следственного континуума фактов (аргументация), и это изложение имеет автора (субъективно);
- 3) истина должна быть признанной (интерсубъективной);
- 4) истина не всегда является общим достоянием, т. е. общепринятое мнение не всегда есть истина и т. д.

Для достижения истины необходима не просто аргументированность, которую можно рассматривать как главное свойство «правильной» (логической) диалектики и корректности интеллектуального взаимодействия [Еемерен, 1994]. Нужна и возможность / необходимость опровержения и / или отвержения и негативной оценки высказанного или существующего мнения на основе прямого вызова или косвенного эпатажа, адресного

речевого воздействия на реципиента (прямого и / или косвенного) [François, 2013]. Такое отвержение затрагивает интерсубъективность когнитивных и эвристических моделей, а также социальных интересов проponenta и оппонента (в предметно-деятельностном, межличностном и дискурсивном аспектах).

Система норм социального поведения выступает как основа языковой коммуникации. Нормы задают инвариантные параметры (коммуникативного) поведения. Нормами социального общества движут эмпатия, мимезис и консенсус, лежащие в основе общественной кооперации и эволюции [Zlatev, 2014]. Соблюдение речеповеденческих норм вытекает из рациональности адаптационных механизмов биологических и социальных систем, неременной составляющей которых является коммуникация в широком понимании. В теории социального интеракционизма и в разговорном анализе эмпатические механизмы воплощаются в определенных концептуальных моделях: *Принцип Кооперации* (П. Грайс), *Теория лиц* (И. Гоффман), совокупная *Теория вежливости* (П. Браун, С. Левинсон, Дж. Лич, Р. Лакофф и др.) [Актуальные аспекты интеракциональной ..., 2013].

Лингвистическое понятие «(не)вежливость» в интеракциональной лингвистике во многом отличается от общепринятого социоповеденческого концепта '*Вежливость*' и его этноязыковых манифестаций (ср. [Ларина, 2009]). В обыденной и институциональной коммуникации агональность и конфронтация, конфликт и (не)речевая агрессия являются контекстными константами *эристического речевого поведения* (ср. [Тамразова, 2017]).

Эристическое поведение имеет эндогенную и экзогенную обусловленность. Эндогенная (внутренняя) *эристика* – это интеллектуально-психологический склад индивида, внешняя, экзогенная *эристика* определяется институциональными обязательствами. *Интеллектуальная эристика* ставит под сомнение смысл, *психологическая* – определяется складом характера и коммуникативной ролью. По типологии Э. Берна, эристическое поведение свойственно психологической позиции «Ребенка» (в системе «Родитель» – «Взрослый» – «Ребенок») [Берн, 1996], инфантильному, провокативно-людическому (но также и провокативно-креативному) поведению.

Институциональная эристика характерна для дебатов, дискуссий, интервью и т. д. [Тамразова, 2013]. Она пересекается (но не всегда совпадает) с явлениями, называемыми понятийно-оценочной терминологией: *речевая агрессия*, *коммуникативный конфликт*, *агональность* и т. д. В основе таких терминов лежит идея нарушения конвенциональности (нормы). Однако эристика не всегда связана с «агрессией», «нарушением» или «пренебрежением» норм этики, кооперативного общения и т. д. Скорее, мы имеем дело с



категориями, представленными П. Бурдьё в понятиях *габитуса* ('habitus'), *символической власти* ('symbolic power') и *символического насилия* ('symbolic violence') (см., напр., [Bourdieu, 1992]).

Следуя *Теории (не)вежливости* [Culpeper, 2011; Watts, 2003], сама категория вежливости является неоднозначной, более дифференцированной и менее нормативной, о чем свидетельствуют такие понятия и термины, как позитивная и негативная (не)вежливость, псевдо(не)вежливость, «гипервежливость» (*hyperpolitesse*), «невежливость» (*non-politesse*), «вежлигрубость» (*polirudeness*) [Kerbrat-Orecchioni, 2010]. В таком ракурсе *невежливость* как салиентный и отрицательно маркированный член оппозиции в рамках *категории Вежливости* перестаёт, по сути, быть оценочной категорией. В институциональном *эристическом* речевом взаимодействии «невежливость» становится частью поведенческой нормы, «нормативной» невежливостью в рамках ситуативного «политического поведения» (*politic behaviour*) [Watts, 2003: 19]. «Политическое поведение», таким образом, – это лавирование между вежливостью и эристикой, речевая манипуляция, оптимальное «политически» продуманное поведение.

Понятие «политического поведения» шире понятия политической коммуникации. «Политическое» поведение – это динамика адаптации речевого поведения к постоянно меняющимся обстоятельствам текущего речевого взаимодействия. Речевое поведение определяется менталитетом (сознанием) – когнитивными установками (стереотипами) – и ситуативными когнитивными моделями. В такой перспективе многие *эристические* языковые формы, не только в институциональном, но и в обыденном общении, оставаясь *эристическими*, теряют статус «рече-агрессивных» (инвективы, прозвища, т. н. «отсылы», бранная лексика и т. п.) [Кустова, 2010]. Можно ли считать невежливым (или действительно агрессивным) требование «выйти вон» учителя к провинившемуся ученику («не-вежливость», по К. Кербрат [Kerbrat-Orecchioni, 2010]) или ласковое обращение «дурачок»? Часто инвективная лексика подвержена *прагмасемантической* конверсии [Актуальные аспекты интеракциональной, 2013; Алфёров, 2004; Алфёров, 2017], когда в определенном контексте (ситуации) меняется оценочный смысл речезыковой формы. Десемантизированные и прагматизированные изначально бранные формы в русском просторечии (русские постпозитивные «артикля»), типа «-на», «-б/мля» и т. п. или в роли местоимения («какой-то хрен пришёл» и т. д.), в английском речевом узусе – «*f.ck*» и «*f.cking*», во французском – «*putin*», «*merde*» «*merdique*», «*con*», «*connerie*» – становятся полифункциональными интеракциональными маркерами (персуазивный элемент, междометие, маркер интерперсональной и/или социальной идентичности и т. д.)

[Алфёров, 2004; Алфёров, 2014; Кустова, 2010]. Их эристичность не всегда «агрессивна» интенционально (с точки зрения говорящего) и состоит в нарушении речевой нормы, этикета и т. п. Однако она может восприниматься как собственно эристическая реципиентом, если вызывает у него чувство неловкости, презрения, провоцирует возмущение и протест. Даже сленговые формы и просторечие могут восприниматься как «вызов», провокация (см. ниже). Номинации эристических форм поведения в сопоставляемых нами (см. [Алфёров, 2004]) русском, французском и английском языках имеют развитую номинативную парадигму [Тамразова, 2014; Тамразова, 2016].

Таким образом, эристическая составляющая обыденного и институционального дискурса, обусловленная требованиями ситуации («политического поведения»), является неотъемлемой частью интеллектуальной и поведенческой интеракции, свойственна критическому и оппозиционному мышлению, необходимо участвует в политическом и общественном делиберативном диалоге.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Актуальные аспекты интеракциональной теории языка: коллективная монография / А. В. Алфёров и др. Пятигорск, 2013. 300 с.
2. Алфёров А. В., Кустова Е. Ю. Европейский парламентский дискурс: стратегия исследования // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2014. № 1. С. 91-94.
3. Алфёров А. В., Кустова Е. Ю. Импликативная динамика языкового знака как механизм креативного семиозиса // Сопоставительные и диахронические исследования языковых единиц и категорий. Донецк, 2017. С. 8-15.
4. Алфёров А. В. О сопоставлении в прагматике // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2004. № 2-3. С. 185-187.
5. Аристотель. О софистических опровержениях // Сочинения: в 4-х т. М.: Мысль, 1978. Т. 2. С. 534-593.
6. Базылев В. Н. Агрессивность современного информационного пространства // Человек. Наука. Образование. Сыктывкар, 2015. № 2 (16). С. 197-207.
7. Берн Э., Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М.: Специальная литература, 1996. 398 с.
8. Емерен ван Ф. Х., Гроотендорст Р. Речевые акты в аргументативных дискуссиях. СПб, 1994. 239 с.
9. Ивин А. А. Основы теории аргументации. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. 352 с.
10. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. М.: Интрада, 1996. 256 с.
11. Кондаков И. В. К современной философии истории // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2017. № 4-2 (10). С. 221-230.
12. Кустова Е. Ю. Французское междометие: лексико-грамматические аспекты, семиогенез и интеракциональные функции: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.05. Пятигорск, 2010. 300 с.
13. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. М.: Языки славянских культур, 2009. 512 с.

14. Тамразова И. Г. Когнитивное пространство эристики // Когнитивные исследования языка. 2016. № 26. С. 85-87.
15. Тамразова И. Г. Метаязыковая рефлексия в языковой картине мира // Исследования в контексте профессиональной коммуникации: коллективная монография. Тамбов, 2014. С. 102-107.
16. Тамразова И. Г. Нормы речевого поведения и релевантность высказывания // Общественные науки. 2017. № 2-1. С. 362-366.
17. Тамразова И. Г. Полиmodalность французского эристического дискурса: опыт интеракционального исследования // Политическая лингвистика. 2018. № 4 (70). С. 96-103.
18. Тамразова И. Г. Типология и деонтология споров // Вестник Московского государственного открытого университета. Серия: Общественно-политические и гуманитарные науки. Москва, 2013. № 2. С. 31-42.
19. Тамразова И. Г. Ядерные словообразовательные модели делокутивов в русском и французском языках // Современные проблемы языкознания, литературоведения, межкультурной коммуникации и лингводидактики. М., 2016. С. 261-264.
20. Bourdieu P., Eagleton T. Doxa and common life // *New Left Review*. 1992. No. 191. P. 111-121.
21. Boyarin D. The Scandal of Sophism: On the Epistemological Seriousness of Relativism // *Common Knowledge*. Spring-Fall: Duke University Press, 2007. Vol. 13. Issue 2-3. P. 315-336.
22. Culpeper J. *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*. Cambridge: CUP, 2011. 292 p.
23. François J., Larrivée P., Legallois D., Neveu F. L'analyse de la contradiction // *La linguistique de la contradiction*. Bruxelles: Peter Lang, 2013. P. 9-16.
24. Kerbrat-Orecchioni C. L'impolitesse en interaction // *Lexis*, HS 2 | 2010, mis en ligne le 06 septembre 2010, consulté le 31 octobre 2018. Available at: <http://journals.openedition.org/lexis/796>. (accessed: 15.10.2018).
25. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Bruxelles: Ed. De l'Université de Bruxelles, 1983. 734 p.
26. Robrieux J.-J. *Eléments de rhétorique et d'argumentation P.*: Dunod, 1993. 225 p.
27. Schopenhauer A. *L'art d'avoir toujours raison ou Dialectique éristique*. Strasbourg: Circé, 1999. 221 p.
28. Watts R. J. *Politeness*. Cambridge University Press, 2003. 318 p.
29. Zlatev J. The co-evolution of human intersubjectivity, morality and language // *The Social Origins of Language / D. Dor, C. Knight, & D. Lewis (Eds.)*. Lund: Lund University, 2014. P. 249-266.

#### REFERENCES

1. *Aktualnye aspekty interaktsionalnoy teorii yazyka* [Actual aspects of interactional language theory]: kollektivnaya monografiya. A. V. Alferov i dr. Pyatigorsk, 2013. (In Russ.).
2. Alferov, A. V. (2004). O sopostavlenii v pragmatike [About juxtaposition in pragmatics]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 2-3. Pp. 185-187. (In Russ.).
3. Alferov, A. V., Kustova, E. Yu. (2014). Evropeyskiy parlamentskiy diskurs: strategiya issledovaniya [European parliament discourse: the strategy of research]. In *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. No. 1. Pp. 91-94. (In Russ.).
4. Alferov, A. V., Kustova, E. Yu. (2017). Implikativnaya dinamika yazykovogo znaka kak mekhanizm kreativnogo semiozisa [Implicative dynamics of language sign as a mechanism of creative semiosis]. In *Sopostavitelnye i diakhronicheskie issledovaniya yazykovykh edinit i kategoriy*. Donetsk. Pp. 8-15. (In Russ.).

5. Aristotel. (1978). O sofisticheskikh oproverzheniyakh [About sophistic contradictions]. In *Sochineniya: v 4-kh t.* M.: Mysl, 1978. T. 2. Pp. 534-593. (In Russ.).
6. Bazylev, V. N. (2015). Agressivnost sovremennogo informatsionnogo prostranstva [Agression of modern informational space]. In *Chelovek. Nauka. Obrazovanie.* Syktyvkar. No. 2(16). Pp. 197-207. (In Russ.).
7. Bern, E. (1996). *Igry, v kotorye igrayut lyudi. Lyudi, kotorye igrayut v igry* [Games which are played by people. People who play games]. M.: Spetsialnaya literatura. (In Russ.).
8. Eemeren, van F. Kh., Grootendorst, R. (1994). *Rechevye akty v argumentativnykh diskussiyakh* [Verbal acts in argumentative discussion]. SPb. (In Russ.).
9. Ivin, A. A. (1997). *Osnovy teorii argumentatsii* [Bases of argumentation theory]. M.: Gumanit. izd. tsentr VLADOS. (In Russ.).
10. Ilin, I. P. (1996). *Poststrukturalizm. Dekonstruktivizm* [Post-structuralism. Deconstruction]. M.: Intrada. (In Russ.).
11. Kondakov, I. V. (2017). K sovremennoy filosofii istorii [About modern philosophy history]. In *Vestnik RGGU. Seriya «Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedenie».* No. 4-2 (10). Pp. 221-230. (In Russ.).
12. Kustova, E. Yu. (2010). *Frantsuzskoe mezhdometie: leksiko-grammaticheskie aspekty, semiogenez i interaktsionalnye funktsii* [French exclamation: lexico-grammatical aspects, semiogenesis and interactonal functions]: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.05. Pyatigorsk. (In Russ.).
13. Larina, T. V. (2009). *Kategoriya vezhlivosti i stil kommunikatsii* [The category of politeness and communicative style]. M.: Yazyki slavyanskikh kultur. (In Russ.).
14. Tamrazova, I. G. (2016). Kognitivnoe prostranstvo eristiki [Cognitive space of eristic]. In *Kognitivnye issledovaniya yazyka.* No. 26. Pp. 85-87. (In Russ.).
15. Tamrazova, I. G. (2014). Metayazykovaya refleksiya v yazykovoy kartine mira [Metalanguage reflection in linguistic world-image]. In *Issledovaniya v kontekste professionalnoy kommunikatsii: kollektivnaya monografiya.* Tambov. Pp. 102-107. (In Russ.).
16. Tamrazova, I. G. (2017). Normy rechevogo povedeniya i relevantnost vyskazyvaniya [Norms of language behavior and utterance relevance]. In *Obshchestvennye nauki.* No. 2-1. Pp. 362-366. (In Russ.).
17. Tamrazova, I. G. (2018). Polimodalnost frantsuzskogo eristicheskogo diskursa: opyt interaktsionalnogo issledovaniya [Polimodality of French eristic discourse: experience of interactional research]. In *Politicheskaya lingvistika.* No. 4 (70). Pp. 96-103. (In Russ.).
18. Tamrazova, I. G. (2013). Tipologiya i deontologiya sporov [Typology and deontology of arguments]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo otkrytogo universiteta. Seriya: Obshchestvenno-politicheskie i gumanitarnye nauki.* Moskva. No. 2. P. 31-42. (In Russ.).
19. Tamrazova, I. G. (2016). Yadernye slovoobrazovatelnye modeli delokutivov v russkom i frantsuzskom yazykakh [Core word-building patterns of delocutives in Russian and French languages]. In *Sovremennye problemy yazykoznaniya, literaturovedeniya, mezhkulturnoy kommunikatsii i lingvodidaktiki.* M. Pp. 261-264. (In Russ.).
20. Bourdieu, P., Eagleton, T. (1992). Doxa and common life. In *New Left Review.* No. 191. P. 111-121.
21. Boyarin, D. (2007). The Scandal of Sophism: On the Epistemological Seriousness of Relativism. In *Common Knowledge.* Spring-Fall: Duke University Press. Vol. 13. Issue 2-3. P. 315-336.
22. Culpeper, J. (2011). *Impoliteness: Using Language to Cause Offence.* Cambridge: CUP.
23. François, J., Larrivé, P., Legallois, D., Neveu, F. (2013). L'analyse de la contradiction. In *La linguistique de la contradiction.* Bruxelles: Peter Lang. P. 9-16.

24. Kerbrat-Orecchioni, C. L'impolitesse en interaction. In *Lexis*, HS 2 / 2010, mis en ligne le 06 septembre 2010, consulté le 31 octobre 2018. Available at: <http://journals.openedition.org/lexis/796>. (accessed: 15.10.2018).

25. Perelman, Ch., Olbrechts-Tyteca, L. (1983). *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Bruxelles: Ed. De l'Université de Bruxelles.

26. Robrieux, J.-J. (1993). *Eléments de rhétorique et d'argumentation*. P.: Dunod.

27. Schopenhauer, A. (1999). *L'art d'avoir toujours raison ou Dialectique éristique*. Strasbourg: Circé.

28. Watts, R. J. (2003). *Politeness*. Cambridge University Press.

29. Zlatev, J. (2014). The co-evolution of human intersubjectivity, morality and language. In *The Social Origins of Language* / D. Dor, C. Knight, & D. Lewis (Eds.). Lund: Lund University. P. 249-266.

**Тамразова Илона Геннадьевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков (e-mail: [ilona999@mail.ru](mailto:ilona999@mail.ru)), Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет» 107023, г. Москва, ул. Большая Семеновская, 38

**Tamrazova Ilona G.** – Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Language Department (e-mail: [ilona999@mail.ru](mailto:ilona999@mail.ru)), Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «Moscow State Technical University» 38, Bolshaya Semenovskaya st., Moskva, 107023

*Поступила в редакцию 15 ноября 2018 г.*

## ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81'367'37:811.111=161.2

© 2019 Н. Ю. Бессонов

### СЕМАНТИКА АНАЛИТИЧЕСКОГО КАУЗАТИВА В АСПЕКТЕ ТЕОРИИ ДИНАМИКИ СИЛЫ

*Статья посвящена анализу семантики аналитического каузатива на материале конструкций с глаголами-связками "let" в английском и "дозволяти" в украинском языках в рамках теории динамики силы. Исследование ориентировано на установление общих и отличительных особенностей кодирования каузативности в разноструктурных языках.*

**Ключевые слова:** каузативная конструкция, аналитический каузатив, теория динамики силы, семантика.

© 2019 N. Yu. Byessonov

### SEMANTICS OF ANALYTICAL CAUSATIVE IN TERMS OF FORCE DYNAMICS THEORY

*The article addresses the analysis of analytical causative carried out by means of categorizing constructions with linking verbs "let" and "дозволяти" in terms of force dynamics theory. The research is aimed at defining the allomorphic and isomorphic peculiarities of coding causation in the languages of different structure.*

**Key words:** causative construction, analytical causative, force dynamics theory, semantics.

**1. Вводные замечания.** В рамках теории каузатива, разработанной В. П. Недялковым, Г. Г. Сильницким, В. С. Храковским, и в аспекте теории диатез и залогов А. А. Холодовича [Недялков, Сильницкий, 1969; Недялков, 1971; Типология, 1985; Холодович, 1969, 1979; Храковский, 1981] выделяются следующие типы каузативов:

– лексический (предполагает наличие оппозиции некаузатив / каузатив, выражающейся противопоставлением разнокорневых морфем), например: *die – kill*;

– морфологический (предполагает образование каузативных глаголов от некаузативных при помощи специальных каузативных морфем или других грамматических способов, в частности аблаута), например: *lie – lay*;

– аналитический (предполагает наличие аналитических конструкций типа каузативный глагол-связка + полнозначный глагол). Аналитические каузативные конструкции со связочным глаголом *let* (соотносятся с Complex Object) представляют собой классический тип каузативной модели [Talmy, 1987]: одна сила (агонист), стремящаяся к покою, противопоставлена другой силе (антагонисту), продолжающей сопротивление и заставляющей агониста двигаться, например: *The brisk wind let yellow leaves fly away* 'Сильный ветер сдувал желтые листья'. В украинском языке семантическим эквивалентом

глаголу *let* служит глагол *дозволяти*: *Твоє рішення дозволило їм звільнитися раніше*. Как отмечает Л. Талми [Talmy, 1987: 49-100], агонист и антагонист могут вступать в отношения четырех базовых типов. Первые два типа отражают стремление агониста к покою при сильном или слабом антагонисте:

1) агонисту, стремящемуся к покою, противостоит более сильный антагонист, который превосходит сопротивление агониста и заставляет его двигаться, например: *The ball was rolling because of the wind blowing on it* ‘Мяч катился из-за того, что на него дул ветер’;

2) стремление агониста к покою преодолевает воздействующую на него силу антагониста, например: *The tent kept standing in spite of the brisk wind* ‘Палатка продолжала стоять, несмотря на сильный ветер’.

Следующие два типа отражают стремление агониста к движению при сильном или слабом антагонисте:

3) агонист стремится к движению, так как он мощнее противостоящей ему силы, например: *The ball kept rolling in spite of the high grass hindering it* ‘Мяч продолжал катиться, несмотря на мешавшую ему высокую траву’;

4) агонист стремится к движению при более сильном антагонисте, блокирующем его стремление (агонист остается неподвижным), например: *The dog kept lying on the incline because of the ridge there* ‘Собака продолжала лежать на уклоне из-за борозды’.

Результатом столкновения сил в случаях 1 и 3 является движение, а в случаях 2 и 4 – покой. Первый и четвертый примеры иллюстрируют сильного антагониста и итоговое состояние агониста, противоположное его стремлению. Анализ силы-динамики включает в себя понятия «вопреки чему-либо» и его противоположность «благодаря чему-либо», что соответствует понятиям «помехи» и «блокирования» [Talmy, 1987: 49-100]. Отношения силы-динамики имеют грамматическую репрезентацию. В случае, если агонист является подлежащим, роль более сильного антагониста может быть выражена посредством *because* или *because of*. Роль более слабого антагониста может быть выражена с помощью *although* или *in spite of*. Применение моделей силы-динамики возможно в двух случаях: 1) при существовании различий между более и менее мощными силами, что позволяет нам сделать вывод о взаимовлиянии названных объектов; 2) для определения отношений между более и менее сильными участниками.

Принцип динамики силы Л. Талми является оптимальным для описания многоплановых семантических аспектов каузативных отношений [Talmy, 1976; Talmy, 2000; Бессонов, 2014а, 2014б]. Согласно этому принципу, взаимодействие различных сущностей друг с другом объясняется с точки зрения силы и сводится к таким характерным ее проявлениям, как

непосредственно демонстрация силы, сопротивление силе, преодоление сопротивления, блокирование силы, устранение блокирования и т. п. (см. п.п. 2, 3).

**2. В английском языке** материал исследования с глаголом *let* продемонстрировал следующие семантические особенности.

**2.1.** Согласно подходу Л. Талми, по степени *сложности и по характеру актуализируемого элемента* различают автономные события, события-результат каузирующего действия, каузацию события, актуализацию инструмента каузации, ненамеренную каузацию действия и намеренную каузацию действия [Talmy, 1988].

По данному критерию все каузативные конструкции (далее КК) с *to let* относятся к базовым каузативным ситуациям, однако по характеру актуализируемого элемента они могут отличаться.

В ряде случаев можно говорить о каузации события, например: *There's a light in a woman's eyes that speaks louder than words. But he has never let us get together, and it was only today for the first time that I saw a chance of having a few words with her alone* [Doyle, 2003: 138]. 'В женских глазах есть огонек, который говорит яснее слов. Но он никогда не позволял нам встретиться, и лишь сегодня впервые выпал шанс перекинуться парой слов с ней наедине'. Событие в данном случае выражено словосочетанием *get together* 'собраться вместе'.

Еще одним типом каузативной ситуации (далее КС), который был зафиксирован на материале глагола *to let*, была ненамеренная каузация действия (авторская каузация), например: *"There's nothing," interrupted Dicky, shortly, "but this. You go tell the captain of the Catarina that Dicky Maloney wants to see him as soon as he can conveniently come. Tell him where I am. Hurry. That's all."* *The consul, glad to be let go so easily, hurried away* [Henry, 2003: 232]. 'Нет ничего, – перебил Дики, – кроме этого. Пойди и скажи капитану Катарины, что Дики Мэлоуни хочет видеть его настолько срочно, насколько это удобно ему. Передайте, где меня найти. Скорей. Это все. – Консул, счастливый, что можно так легко уйти, поспешил прочь'. В данном примере выражение *so easily* подчеркивает отсутствие плана или намерения в том, что 'консул был отпущен'.

Намеренную каузацию действия (агентивная каузация) можно рассматривать как наиболее продуктивный тип КС, например: *If anything turns up that has to be done I'll let you fellows do it. You can't expect a Democrat to work during his first term of holding office* [Henry, 2003: 75]. 'Если подвернется что-то, что необходимо сделать, я позволю вам, ребята, это проверить. Нельзя ожидать, что демократ будет работать в свой первый президентский срок'. В рассматриваемом примере каузативной конструкции предшествует условие, при котором КК будет актуальна, что, в противовес ненамеренной



каузации, подчеркивает наличие у говорящего намерения заранее.

Случаи актуализации инструмента каузации в корпусе исследования не отмечены.

**2.2. По количеству связей в каузативной цепи** различаются автономные события, двух- и трехсобытийные каузативные цепочки. Самые частотные типы каузативных цепочек в английском языке представлены автономными (*They let him go his way unmolested* [London, 2003: 18]. ‘Они позволили ему уйти нетронутым’) и двухсобытийными (*If I strike anything of the sort I'll let you in with pleasure* [Henry, 2003: 74]. ‘Если мне подвернется что-то подобное, я с радостью возьму тебя в дело’). Наименее частотным типом оказались трехсобытийные цепочки, например: *For God's sake, sir, I beg of you not to let the police know that he is still on the moor* [Doyle, 2003: 853]. ‘Ради Бога, сэр, я умоляю Вас не рассказывать полиции, что он все еще на болотах’. В данном примере существует 3 связки внутри цепи: *I beg of you, you not to let* и *let the police know*.

**2.3. По степени непрерывности каузативной цепи** различаются непрерывная и прерывистая каузативные цепи. Материал выборки показал, что наиболее продуктивными в английском языке являются прерывистые цепи, например: *... but still I feel that it is best that I should let you have all the facts and leave you to select for yourself those which will be of the most service to you ...* [Doyle, 2003: 851]. ‘... и все же мне кажется, что мне следует сообщить вам все факты и предоставить вам выбрать те, которые покажутся вам наиболее полезными’. В данном примере каузирующее действие прекращается (люди узнают некие факты) и после этого начинает происходить каузируемое действие (обладание всем объемом фактов). Непрерывная каузация характерна для таких примеров как: *For two days and nights Buck never left camp, never let Thornton go out of his sight* [London, 2003: 76] ‘Два дня и две ночи Бак не покидал лагерь, не упустил Торнтон из виду’. Местоимение *never* указывает на постоянство каузирующего действия, что свидетельствует о непрерывности каузации.

**2.4. По идентичности протекания во времени или в пространстве каузирующего и каузируемого действий** различаются протяженно длительная каузация и однократная точечная каузация. Наиболее частотным проявил себя второй тип КС, а именно точечная каузация, например: *“You goin’ to stir things up in your country, ain’t you, monseer?” says I, with a wink to let him know I was on* [Henry, 2003: 141]. ‘Вы собираетесь устроить заварушку в своей стране, а, монсеньер? – сказал я, подмигнув, чтобы дать ему знать о том, что я в деле’. В данном примере каузирующее действие происходит и сразу прекращается непосредственно перед каузируемым (один подмигивает, после этого другой понимает его). Менее продуктивным типом является протяженно длительная

каузация, например: *"I am so sorry, Frank," she said, "that they are giving you so much trouble about money. But we can't let them know about it, can we?"* [Henry, 2003: 102]. 'Мне очень жаль, Фрэнк, – сказала она, – что они тебя так замучали из-за денег. Но разве мы можем позволить им узнать об этом?'. Приведенный пример иллюстрирует случай, при котором каузирующая ситуация происходит одновременно с каузируемой на протяжении некоего периода (одни люди не позволяют другим что-то узнать – вторые люди не знают).

**2.5. По актуализации преодоления сопротивления и устранения препятствия** различают реализованную каузацию и разрешенную каузацию. Среди примеров выборки преобладала реализованная каузация, например: *Let them come to the theory that the president concealed it in the mountains during his journey...* [Henry, 2003: 104]. 'Пусть они будут думать, что президент спрятал это в горах во время поездки'. В данном примере агонист, выраженный имплицитно, каузирует антагониста (*them*) совершить действие (*come to the theory*) без какого-либо противодействия со стороны антагониста.

Разрешенная каузация менее характерна для конструкций с данным глаголом, например: *I saw him. He paid the money like a little man. They didn't want to let me enter at first. I told 'em it was important. Yes, that president man is on the plenty – able list* [Henry, 2003: 218]. 'Я видел его. Он платил, как маленький человек. Сначала меня не хотели пускать. Я сказал, что это важно. Да, этот президент всемогущ'. Приведенный пример показывает, что каузативная ситуация приобрела актуальность вследствие преодоления сопротивления (*They didn't want...*).

**2.6. По масштабам целенаправленности со стороны субъекта** следует разграничивать каузацию агенса, каузацию автора, каузацию экспериенцера. Частотным типом КС оказалась каузация экспериенцера, например: *But let the central soul suddenly become dominant, and he may, in the twinkling of an eye, turn upon the partner of his joys with furious exertation* [Henry, 2003: 42]. 'Но дайте центральной душе стать главной, и он в мгновение ока с яростью обрушится на товарища по радостям'. В данном примере формально и семантически каузируемый объект один и тот же. Каузация агенса представила меньше примеров, например: *Let me hear you reconstruct the man by an examination of it* [Doyle, 2003: 783]. 'Позвольте послушать, как вы опишите человека, исследовав это'. Приведенный пример отражает ситуацию, при которой на уровне конструкции каузируется говорящий, выраженный местоимением *me*. Однако на уровне предложения, говорящий является агенсом (каузативом) всей ситуации. Каузация автора в данной выборке представлена не была.

**2.7. По характеру информированности о последствии каузативного действия** различаются каузация агенса и каузация действия с определенной целью. В нашем случае одинаковой частотностью характеризуются оба типа КС, например, каузация агенса: *She let her legs go limp like a spoiled child, and sat on the trail* [London, 2003: 53]. ‘Она расслабила ноги, как испорченный ребенок, и села на тропе’, где отсутствует информация о последствиях каузативного действия, и каузация действия с определенной целью, – *Stapleton wouldn't let it go unless he had reason to think that Sir Henry would be there* [London, 2003: 874]. ‘Стэплтон не позволил бы этому случиться, если бы у него не было оснований полагать, что там будет сэр Генри’, в котором информация о последствиях каузативного действия представлена частью сложносочиненного предложения (*unless he had reason to think that Sir Henry would be there*), выражающего прямое следствие каузативного действия.

**2.8. По характеру внутренней направленности** разграничивают автономное событие и каузацию действия агенса. Данный критерий оказался нетипичным для конструкций с каузативными глаголами-связками и примеров не представил.

**2.9. По степени самоуправляемости в середине каузативной цепи** выделяют каузацию агенса и побуждающую каузацию (каузацию действия). Материал выборки оказался в равной степени насыщен примерами обоих типов КС, например: каузация агенса (*We cannot let him perish at our very gates* [Doyle, 2003: 846] ‘Мы не можем позволить ему погибнуть у наших ворот’, т. е. агонист (*We*) прямо каузирует антагониста (*him*) быть в некоем состоянии (*perish at our very gates*)) и побуждающая каузация (*By midnight the engineer's lungs and head had been sufficiently cleared of gas fumes to let him relieve Grief ...* [London, 2003: 484] ‘К полуночи легкие и голова инженера достаточно очистились от газовых испарений, чтобы позволить ему уменьшить Горе’, где агонист, выраженный имплицитно, опосредованно каузирует антагониста (*him (engineer)*) совершить действие (*relieve*)). Данный тип можно описать пропозицией «сделать так, чтобы».

**2.10. По количеству случаев самонаправленности в каузативной цепи** различают двух-, трех- и четырехчленную цепь действий. Наиболее характерными для конструкций с каузативными глаголами-связками являются двухчленные цепочки, например: *No – or, let me see – why, yes. Barrymore, Sir Charles's butler, is a man with a full, black beard* [Doyle, 2003: 811]. ‘Нет, – или, дайте подумать, – хотя, да. Бэрримор, дворецкий сэра Чарльза, человек с густой черной бородой’, где присутствуют два действия: *let me u me see*. Менее продуктивным оказался тип КС с трехчленными цепочками: *Oh, do let me help to undo it* [Carroll, 2003: 26] ‘Позвольте мне развязать его’.

**3. В украинском языке** материал с каузативным связочным глаголом *дозволяти* представил несколько иную семантику в рамках данной классификации.

**3.1. По степени сложности и по характеру актуализируемого элемента** все КК с *дозволяти* относятся к базовым каузативным ситуациям, однако по характеру актуализируемого элемента они могут отличаться. В ряде случаев можно говорить о каузации события, например: *Ворон теж його слухав і дедалі більше переконувався: отаман, котрий дозволяє ворогові вести пропаганду в своєму таборі заслугує розстрілу* [Шкляр]. Еще одним типом КС, который был зафиксирован на материале глагола *дозволяти*, была ненамеренная каузация действия (авторская каузация), например: *Становище слідчого дозволяє переставляти думки – ті самі думки!* [Багрянний, Сад Гетсиманський]. В данном примере произвольность каузации подчеркивается тем фактом, что грамматическим субъектом является ситуация. Намеренную каузацию действия (агентивная каузация) можно рассматривать как второй по продуктивности тип КС, например: *...християнський звичай не дозволяє ховати без голови* [Костенко]. Намерение подчеркивается тем фактом, что антецедент выражен словом «обычай», что подразумевает следование ему. Случаи актуализации инструмента каузации в корпусе исследования отмечены не были.

**3.2. По количеству связей в каузативной цепи** различаются автономные события, двух- и трехсобытийные каузативные цепочки. С глаголом *дозволяти* зафиксированы только случаи автономных событий, например: *Охорона не дозволяла близько підходити, ані не приймала передач* [Багрянний, Людина біжить над прірвою].

**3.3. По степени непрерывности каузативной цепи** различаются непрерывная и прерывистая каузативные цепи. Материал выборки насчитывает лишь примеры с непрерывными каузативными цепями, например: *Темрява дозволяла йому бачити, відчувати, чути* [Білий]. В данном примере каузативная цепь остается непрерывной (каузируемый лежит на траве один день и в это время, и после него не получает успокоения).

**3.4. По идентичности протекания во времени или в пространстве каузирующего и каузируемого действий** различаются протяженно длительная каузация и однократная точечная каузация. Наиболее частотным типом КС оказалась точечная каузация, например: *...хата падала, і лісництво дозволило їм спилати дуба* [Дрозд]. В данном примере каузирующее действие происходит за какое-то время до каузирующего (получено разрешение на спил дерева). Меньшее количество примеров зафиксировано с типом КС протяженно-длительная каузация: *Честь радянського офіцера не дозволяла йому дати фашистам дорогу* [Гончар, Прапорonoсці]. Приведенный пример иллюстрирует

ситуацию, при которой каузирующая ситуация происходит одновременно с каузируемой на протяжении некоего периода.

**3.5. По актуализации преодоления сопротивления и устранения препятствия** различают реализованную каузацию и разрешенную каузацию. Среди примеров выборки была зафиксирована лишь реализованная каузация, например: *лише йому (якщо тільки тихо там) дозволяють заходити з вівцями туди, куди іншим...* [Загребельний]. В данном примере агонист, выраженный имплицитно, каузирует антагониста (йому) выполнить действие (*заходити з вівцями*) без какого-либо противодействия со стороны антагониста.

**3.6. По масштабам целенаправленности со стороны субъекта** следует разграничивать каузацию агенса, каузацию автора, каузацию экспериенцера. Единственным типом КС, представленным по данному критерию, оказалась каузация агенса, например: *Лідо, не дозволяй Кирилу Петровичу гнати!* [Гончар, Забілили сніги]. Данный пример демонстрирует ситуацию, в которой исполнение происходит от каузатора.

**3.7. По характеру информированности о последствии каузативного действия** различаются каузация агенса и каузация действия с определенной целью. В нашем случае оба типа КС зафиксированы в почти одинаковом количестве контекстов, например: каузация агенса (*Добре, що капітали Ординського дозволяють знайти більш привабливі альтернативи Русланним забаганкам* [Дашвар]), где действие было инициировано каузатором (*капітали*) без ведома о результате в силу его неодушевленности, и каузация действия с определенной целью (*Добре, що у школі вони здавали на водійські права, а тато дозволяв іноді брати його «жигуля»* [Чернова]), где информированность о последствии каузации выражена тем фактом, что отец знает, для чего его сыну нужна машина.

**3.8. По характеру внутренней направленности** разграничивают автономное событие и каузацию действия агенса. Данный критерий оказался нетипичным для конструкций с каузативными глаголами-связками и примеров не представил.

**3.9. По степени самоуправляемости в середине каузативной цепи** выделяют каузацию агенса и побуждающую каузацию (каузацию действия). Материал выборки оказался насыщен примерами обоих типов КС, например: каузация агенса (*В такому разі дозволяю запросити мене в будь-який затишний ресторанчик* [Дашкієв, Кришталеві дороги]), где каузирующий напрямую влияет на каузируемого, и побуждающая каузация (*Свого часу злиття трьох інститутів у один, мабуть, мало смисл, бо дозволяло маневрувати коштами, кадрами, устаткуванням...* [Дашкієв, Безодні минулого]), где каузированное действие происходит по отношению к людям не напрямую.

**3.10. По количеству случаев самонаправленности в каузативной цепи** различают двух-, трех- и четырехчленную цепь действий. Наиболее характерными для конструкций с каузативными глаголами-связками являются двухчленные цепочки, например: *Вона дозволяє Саві сісти й розпочинає нову тему* [Дністровий]. В представленном примере цепочка состоит двух действий: *Вона дозволяє* + *дозволяє Саві сісти*. Трехчленные и четырехчленные цепочки зафиксированы не были.

**4. Выводы.** В результате анализа КК по ряду критериев, позволяющих установить семантические отношения между компонентами конструкций, в украинском языке зафиксированы 14, а в английском – 20 из 27 возможных типов КС. Наибольшие отличия зафиксированы по критериям «количество связей в каузативной цепи», «степень непрерывности каузативной цепи», «актуализация преодоления сопротивления и устранения препятствия», «количество случаев самонаправленности каузативной цепи». Для КК с *let* характерен несколько больший семантический объем по сравнению с КК с *дозволяти*.

**4.1.** По критерию «сложность и характер актуализируемого элемента» конструкции с *let* характеризуются частотностью каузации события, в то время как для *дозволяти* самым распространенным типом КС является намеренная каузация.

**4.2.** С точки зрения критерия «количество связей в каузативной цепи» для примеров конструкций с *дозволяти*, в отличие от примеров с *let*, характерен лишь один тип КС – автономные события.

**4.3.** Критерий «степень непрерывности каузативной цепи» отражает тенденцию к преобладанию прерывистых каузативных цепей в конструкциях с *let* (90%), и абсолютное доминирование непрерывных в примерах с *дозволяти* (100%).

**4.4.** По идентичности протекания во времени или в пространстве каузирующего и каузируемого действий конструкции с двумя глаголами имеют тенденцию к совпадению соотношения точечной и протяженно длительной каузации при значительном преобладании первого типа КС.

**4.5.** По актуализации преодоления сопротивления и устранения препятствия конструкции с глаголами *let* демонстрируют наличие примеров обоих типов КС, а именно реализованной (56%) и разрешенной каузации (44%). Для примеров с *дозволяти* характерно наличие только случаев реализованной каузации.

**4.6.** По критерию «масштаб целенаправленности (намерения) со стороны субъекта» во всех случаях отмечена каузация агенса.

**4.7.** По характеру информированности о последствии каузативного действия конструкции с обоими глаголами продемонстрировали тенденцию к преобладанию

каузации агенса над каузацией действия с определенной целью, а именно: примеры каузации агенса зафиксированы в 94% выборки с *let*, 87% с *дозволяти*.

Таблица 1. *Типы КС с глаголами-связками в английском и украинском языках*

<b>Критерии</b>	<b>Типы КС</b>	<b>let</b>	<b>дозволяти</b>
1. По сложности и характеру актуализируемого элемента	базовая каузативная ситуация	–	–
	каузация события	+	+
	актуализация инструмента каузации	–	–
	авторская каузация	–	–
	агентивная каузация	+	+
	автономные события	+	+
2. По количеству связей в каузативной цепи	автономные события	+	+
	двухсобытийные каузативные цепочки	+	–
	трехсобытийные каузативные цепочки	+	–
3. По степени непрерывности каузативной цепи	непрерывная каузация	+	+
	прерывистая каузация	+	–
4. По идентичности протекания во времени или в пространстве каузирующего и каузируемого действий	протяженно длительная каузация	+	+
	однократная точечная каузация	+	+
5. По актуализации преодоления сопротивления и устранения препятствия	реализованная каузация	+	+
	разрешенная каузация	+	–
6. По масштабам целенаправленности (намерения) со стороны субъекта	каузация агенса	+	+
	каузация автора	–	–
	каузация экспериенцера	–	–
7. По характеру информированности о последствии каузативного действия	каузация агенса	+	+
	каузация действия с определенной целью	+	+
8. По характеру внутренней направленности	автономное событие	–	–
	каузация действия агенса	–	–
9. По степени самоуправляемости в середине каузативной цепи	каузация агенса	+	+
	побуждающая каузация	+	+
10. По количеству случаев самонаправленности в каузативной цепи	двухчленная каузация	+	+
	трехчленная каузация	+	–
	четырёхчленная каузация	–	–

**4.8.** В проведенной семантической классификации не зафиксированы украинские КК, соответствующие критерию «характер внутренней направленности». Данный критерий может быть релевантен при описании семантики полнозначных каузативных глаголов.

**4.9.** По степени самоуправляемости в середине каузативной цепи в конструкциях со всеми глаголами преобладала каузация агенса.

**4.10.** С точки зрения количества случаев самонаправленности в каузативной цепи примеры с глаголом *let* были зафиксированы как трехчленные, так и двухчленные цепочки. Примеры с глаголом *дозволяти* проиллюстрировали лишь один тип КС, а именно – двухчленные цепочки. Остальные типы КС с этим глаголом не зафиксированы.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Бессонов Н. Ю. Конструкции с каузативными глаголами-связками как средство выражения отношения силы-динамики // Лингвистика XXI века сб. науч. ст.: к 65-летию юбилею проф. В. А. Масловой / соред. В. В. Колесов, М. В. Пименова, В. И. Теркулов. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014а. Вып. 3. Серия «Концептуальный и лингвальный миры». С. 438-442.
2. Бессонов Н. Ю. Семантика аналитического каузатива в английском языке (на материале глагола *to get*) // STUDIA LINGUISTICA. Язык и человек в фокусе современной науки: сб. науч. тр. СПб.: Политехника-сервис, 2014б. С. 27-34.
3. Недялков В. П., Сильницкий Г. Г. Типология морфологического и лексического каузативов // Типология каузативных конструкций. Морфологический каузатив. Ленинград: Изд-во «Наука», Ленинградское отделение, 1969. С. 20-50.
4. Недялков В. П. Каузативные конструкции в немецком языке. Аналитический каузатив. Ленинград: Изд-во «Наука», Ленинградское отделение, 1971. 179 с.
5. Типология конструкций с предикатными актантами / отв. ред. В. С. Храковский. Л.: Наука, 1985. – 232 с.
6. Холодович А. А. Морфологический и лексический каузативы в японском языке // Типология каузативных конструкций (морфологический каузатив) / под ред. А. А. Холодовича. Ленинград: Изд-во «Наука», Ленинградское отделение, 1969. С. 270-293.
7. Холодович А. А. Проблемы грамматической теории. Ленинград: Изд-во «Наука», Ленинградское отделение, 1979. 304 с.
8. Храковский В. С. Семантика и синтаксис конструкций с предикатными актантами. Л., 1981. 362 с.
9. Talmy L. Semantic causative types // Syntax and semantics 6: the grammar of causative constructions. New York: Academic Press, 1976. P. 43-116.
10. Talmy L. Lexicalization patterns: Typologies and universals // Berkley Cognitive Science Report 47. 1987.
11. Talmy, L. Force dynamics in language and cognition // Cognitive Science. 1988. 12. P. 49-100.
12. Talmy L. Toward a Cognitive Semantics. Cambridge, MA / London: MIT Press, 2000. Vol. I: Concept Structuring Systems. 573 p.

### **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. Білий Д. Замок Темпельхоф. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=12358>. (дата обращения: 07.10.2018).
2. Багрянний І. Людина біжить над прірвою. Доступ: <http://www.mova.info/>



corpus2.aspx?tid=12138. (дата обращения: 07.10.2018).

3. Багрянний І. Сад Гетсиманський. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=12180>. (дата обращения: 07.10.2018).

4. Гончар О. Забілили сніги. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14274>. (дата обращения: 07.10.2018).

5. Гончар О. Прапороносці. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14176>. (дата обращения: 07.10.2018).

6. Дашвар Л. Молоко з кров'ю. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14394>. (дата обращения: 07.10.2018).

7. Дашків М. Безодні минулого. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14784>. (дата обращения: 07.10.2018).

8. Дашків М. Кришталеві дороги. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14610>. (дата обращения: 07.10.2018).

9. Дністровий А. Прогулянки стадом. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=15083>. (дата обращения: 07.10.2018).

10. Дрозд В. Ворон. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=16019>. (дата обращения: 07.10.2018).

11. Загребельний П. Переходимо до любові. Доступ: [http://chtyvo.org.ua/autors/Zahrebelnyi/Perehodymo\\_do\\_liubovi.rtf](http://chtyvo.org.ua/autors/Zahrebelnyi/Perehodymo_do_liubovi.rtf). (дата обращения: 07.10.2018).

12. Костенко Л. Записки українського самашедшого. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=11996>. (дата обращения: 07.10.2018).

13. Чернова І. Рай. Центр. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14407>. (дата обращения: 07.10.2018).

14. Шкляр В. Чорний Ворон. Доступ: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=11081>. (дата обращения: 07.10.2018).

15. Carroll L. Alice's Adventures in Wonderland // English and American Literature / CD-ROM. P. 8. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin, 2003.

16. Doyle A. C. The Hound of Baskervilles // English and American Literature. English and American Literature / CD-ROM. P. 4. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin, 2003.

17. Henry O. Cabbages and Kings // English and American Literature. English and American Literature / CD-ROM. P. 3. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin, 2003.

18. London J. The Call of the Wild // English and American Literature. English and American Literature / CD-ROM. P. 8. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin, 2003.

## REFERENCES

1. Bessonov, N. Yu. (2014a). Konstruktsii s kauzativnymi glagolami-svyazkami kak sredstvo vyrazheniya otnosheniya sily-dinamiki [Constructions with causative link-verbs as a way of expressing force-dynamics relation]. In *Lingvistika XXI veka* sb. nauch. st.: k 65-letnemu yubileyu prof. V. A. Maslovoy / soed. V. V. Kolesov, M. V. Pimenova, V. I. Terkulov. M.: FLINTA: Nauka. Vyp. 3. Seriya «Kontseptualnyy i lingvalnyy miry». Pp. 438-442. (In Russ.).

2. Bessonov, N. Yu. (2014b). Semantika analiticheskogo kauzativa v angliyskom yazyke (na materiale glagola to get) [Semantics of analytical causative in english (on the material of the verb to get)]. In *STUDIA LINGUISTICA. Yazyk i chelovek v fokuse sovremennoy nauki*: sb. nauch. tr. SPb.: Politekhniko-servis. Pp. 27-34. (In Russ.).

3. Nedyalkov, V. P., Silnitskiy, G. G. (1969). Tipologiya morfologicheskogo i leksicheskogo kauzativov [The typology of morphological and lexical causatives]. In *Tipologiya kauzativnykh konstruktsii. Morfologicheskii kauzativ*. Leningrad: Izd-vo «Nauka», Leningradskoe otdelenie. Pp. 20-50. (In Russ.).

4. Nedyalkov, V. P. (1971). *Kauzativnye konstruktsii v nemetskom yazyke. Analiticheskiy kauzativ* [Causative constructions in German. Analytical causative]. Leningrad: Izd-vo «Nauka»,

Leningradskoe otdelenie. (In Russ.).

5. *Tipologiya konstruktivnykh s predikatnymi aktantami* [Typology of constructions with predicative actants] / otv. red. V. S. Khrakovskiy. L.: Nauka, 1985. (In Russ.).

6. Kholodovich, A. A. (1969). Morfologicheskii i leksicheskiy kauzativy v yaponskom yazyke [Morphological and lexical causative in Japanese]. In *Tipologiya kauzativnykh konstruktivnykh (morfologicheskii kauzativ)* / pod red. A. A. Kholodovicha. Leningrad: Izd-vo «Nauka», Leningradskoe otdelenie. Pp. 270-293. (In Russ.).

7. Kholodovich, A. A. (1979). *Problemy grammaticheskoy teorii* [Grammatical theory problems]. Leningrad: Izd-vo «Nauka», Leningradskoe otdelenie. (In Russ.).

8. Khrakovskiy, V. S. (1981). *Semantika i sintaksis konstruktivnykh s predikatnymi aktantami* [Semantics and syntax of constructions with predicative actants]. L. (In Russ.).

9. Talmy, L. (1976). Semantic causative types. In *Syntax and semantics 6: the grammar of causative constructions*. New York: Academic Press. Pp. 43-116.

10. Talmy, L. (1987). Lexicalization patterns: Typologies and universals. In *Berkley Cognitive Science Report* 47.

11. Talmy, L. (1988). Force dynamics in language and cognition. In *Cognitive Science*. 12. P. 49-100.

12. Talmy, L. (2000). *Toward a Cognitive Semantics*. Cambridge, MA / London: MIT Press. Vol. I: Concept Structuring Systems.

#### **SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL**

1. Bilyy, D. *Zamok Tempelkhof* [Tempelhof Castle]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=12358>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

2. Bagryanyy, I. *Lyudyna bizhyt nad prirvoju* [Man runs over a gulf]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=12138>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

3. Bagryanyy, I. *Sad Getsymanskyy* [The Getsyman Garden]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=12180>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

4. Gonchar, O. *Zabilily snigy* [Snow turned white]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14274>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

5. Gonchar, O. *Praporonostsi* [Standard-bearers]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14176>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

6. Dashvar, L. *Moloko z krovyu* [Milk and Blood]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14394>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

7. Dashkiev, M. *Bezodni mynulogo* [Abyss of the past]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14784>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

8. Dashkiev, M. *Kryshdalevi dorogy* [Crystal Roads]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14610>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

9. Dnistrovyy, A. *Progulyanky stadom* [Herd walks]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=15083>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

10. Drozd, V. *Voron* [Raven]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=16019>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

11. Zagrebelnyy, P. *Perekhodymo do lyubovi* [Let's come to love]. Available at: [http://chtyvo.org.ua/autors/Zagrebelnyi/Perekhodymo\\_do\\_lyubovi.rtf](http://chtyvo.org.ua/autors/Zagrebelnyi/Perekhodymo_do_lyubovi.rtf). (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

12. Kostenko, L. *Zapysky ukrayinskogo samashedshogo* [Notes of a Ukrainian Madman]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=11996>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

13. Chernova, I. *Raj. Centr* [Area Centre]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=14407>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

14. Shklyar, V. *Chornyy Voron* [Black Raven]. Available at: <http://www.mova.info/corpus2.aspx?tid=11081>. (accessed: 07.10.2018). (In Ukr.).

15. Carroll, L. (2003). *Alice's Adventures in Wonderland*. In English and American Literature / CD-ROM. P. 8. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin.

16. Doyle, A. C. (2003). *The Hound of Baskervilles*. In English and American Literature. English and American Literature / CD-ROM. P. 4. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin.

17. Henry, O. (2003). *Cabbages and Kings*. In English and American Literature. English and American Literature / CD-ROM. P. 3. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin.

18. London, J. (2003). *The Call of the Wild*. In English and American Literature. English and American Literature / CD-ROM. P. 8. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin.

***Бессонов Никита Юрьевич*** – кандидат  
филологических наук, доцент кафедры теории  
и практики перевода  
(e-mail: [nikitabessonov@mail.ru](mailto:nikitabessonov@mail.ru)),  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет»  
283001, Донецк, Университетская, 24

***Byessonov Nikita Yu.*** – Candidate of Philology,  
Associate Professor of the Translation Studies  
Department (e-mail: [nikitabessonov@mail.ru](mailto:nikitabessonov@mail.ru)),  
State Educational Institution of Higher  
Professional Education «Donetsk National  
University»  
24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 31 октября 2018 г.*

УДК 81'276 [811.111+811.112.2]

© 2019 Э. С. Ветрова, В. Г. Токарева

## НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО СЛЕНГА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

*Статья посвящена сопоставительному изучению современного молодежного сленга в английском и немецком языках. Определяется понятие «сленг», анализируются его трактовки в различных национальных языковых традициях. Отмечается, что в современных английском и немецком языках сленг – динамичный пласт эмоционально-оценочной сниженной лексики с подвижными семантическими границами, который является ярким отражением языковой картины мира представителей данных культур. Осуществляется классификация сленгизмов, выявляются общие и дифференциальные признаки в их семантике и особенностях функционирования в сопоставляемых языках.*

**Ключевые слова:** социальные диалекты, сленг, сленгизмы, лексико-семантическая группа, английский язык, немецкий язык.

© 2019 E. S. Vetrova, V. G. Tokareva

## NATIONAL FEATURES OF MODERN SLANG (BASED ON ENGLISH AND GERMAN)

*The article focuses on the comparative study of modern English and German slang. The notion of “slang” have been defined. The interpretations of slang in various national language traditions have been analyzed. Reference is made to modern English and German slang which is a dynamic layer of emotionally evaluate substandard lexis with flexible semantic confines, which is a great reflection of the world linguistic picture of these cultures representatives. The classification of slangisms has been worked out. Common and differential features have been revealed in their semantics and peculiarities of functioning in the languages compared.*

**Key words:** social dialects, slang, slangisms, lexical-semantic group, English, German.

**Актуальность исследования.** Одним из приоритетных направлений современной лингвистики является изучение социальных диалектов – вариантов речи, используемых представителями различных социальных групп – производственно-профессиональных, сословных, возрастных – в рамках национального языка. К категории социальных диалектов (социолектов) традиционно относятся разнородные языковые образования (профессионализмы, арг, жаргон, сленг, просторечие и т. д.), объединяющим признаком которых является ограниченность их социальной основы. Социолекты выступают дополнительным средством общения определенных социальных групп, а не всего народа (в отличие от литературного языка), и не всего населения того или иного региона (в отличие от территориальных диалектов). Интерес ученых к социальным диалектам, особенно активизировавшийся на рубеже XX–XXI веков [см., например, работы: Арнольд, 2016; Хомяков, 2010; Липатов, 2010; Домашнев, 2005; Hotten, 1972; Partridge, 1972;

1999; Eble, 1996 и др.], вызван в первую очередь глобальными политическими, экономическими и социокультурными преобразованиями в жизни современного общества. Стремительное развитие информационных технологий, возрастающие объемы мировой торговли, миграционные процессы способствовали значительному расширению пространственно-временных параметров общения, интенсификации межнациональных и межкультурных контактов. Данная ситуация не могла не затронуть и такую чувствительную к социальным изменениям сферу, как язык. Анализ современной языковой ситуации в мире свидетельствует о том, что в условиях единого информационного и коммуникативного пространства происходит стремительная демократизация речевого общения, активное проникновение в разговорную речь лексики социальных диалектов – сленга, жаргона, просторечия и как следствие – изменение национальных языковых норм. Изучение социальных диалектов необходимо для решения таких важных лингвистических проблем, как «язык и общество», «язык и культура», а также для повышения языковой компетенции изучающих иностранный язык, развития культуры речи, формирования навыков эффективного и целесообразного использования языковых средств в различных ситуациях общения, что особенно актуально в переводческой практике.

**Цель** предложенной статьи – сопоставительный анализ национальных особенностей английского и немецкого сленга, выявление и описание общих и дифференциальных признаков его семантической организации и закономерностей речевого функционирования в исследуемых языках.

**Материалом исследования** послужили сленгизмы – наименования человека по внешности и национальности, наименования денег, а также еды и напитков, отобранные методом сплошной выборки из словарей английского и немецкого языков (толковых, переводных, словарей сленга и жаргона). Всего проанализировано 304 единицы (из них 163 – в английском языке, 141 – в немецком языке).

В современном языкознании феномен сленга изучен недостаточно. Некоторые ученые, ссылаясь на сложную природу и неоднозначный характер данного явления, не рассматривают его как самостоятельную языковую категорию. В рамках данного подхода сленгизмы воспринимаются как «разговорные неологизмы, легко переходящие в слой общеупотребительной литературной разговорной лексики» [Гальперин, 1956: 107], либо как вульгарные «слова-однодневки», которые живут ровно столько, сколько существует на них мода [Чуковский, 1962: 10]. Другие исследователи рассматривают слово *сленг* как англоязычный вариант термина *жаргон*, под которым подразумевается «разновидность речи, используемая преимущественно в устном общении отдельной, относительно

устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии, положения в обществе, интересов или возраста» [ЛЭС, 1990: 151].

В западноевропейской лингвистической традиции сленг в большинстве случаев выделяется в самостоятельную языковую категорию, при этом ученые рассматривают его достаточно широко, отождествляя с такими понятиями, как «жаргон», «арго», «разговорная речь», «просторечие» и др. Так, в германистике под сленгом подразумевают «совокупность общепринятых и широко распространенных слов и выражений преимущественно юмористического характера, которые сознательно употребляются в качестве замещающих обычные литературные выражения слов» [Цит. по: Домашнев, 2005] либо «небрежный, зачастую искаженный, фамильярный способ выражения речи определенной социальной и профессиональной группы людей» [Duden]. В англо-американской языковой традиции понятие «сленг» обозначает «вид языка, состоящий из неформальных слов и фраз, который употребляется в устной речи чаще, чем в письменной и, как правило, ограничен определенным контекстом или группой людей» [EOLD].

В русистике понятия «сленг» и «жаргон» обычно не дифференцируются. Слово *сленг* в большинстве исследований рассматривается как англоязычный синоним понятия «жаргон» – «совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенных групп, профессий и т. п. и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующей нормам литературного языка (обычно применительно к англоязычным странам)» [БЭС]. Таким образом, в западноевропейской языковой традиции сформировался более широкий подход к толкованию понятия «сленг». В английском и немецком языках оно охватывает слова различных стилистических разрядов, т. е. в семантическом плане целиком покрывает используемые в русском языкознании термины *жаргон*, *арго*, а отчасти и *грубое просторечие* [Липатов, 2010].

Анализ существующих в лингвистике определений понятия «сленг» дает основания утверждать, что его трактовка с течением времени не оставалась неизменной. Если вначале под сленгом подразумевали, как правило, язык обособленной группы людей, созданный и используемый с целью обеспечения коммуникативных потребностей представителей определенной социальной группы, то в современном понимании сленг не имеет четкой социально-профессиональной ориентации, он представляет собой специфический пласт общепонятной и общеупотребительной, преимущественно сниженной, экспрессивно-оценочной лексики с подвижными семантическими границами.

Наличие многочисленных, часто противоречащих друг другу подходов к определению понятия «сленг» свидетельствует о сложной природе данного явления, которое характеризуется отсутствием четких семантических границ, позволяющих дифференцировать его от функционально близких понятий, таких как «жаргон», «арго», «просторечие» и др. Это обусловлено подвижной и динамичной природой самого языка, который «находится в процессе постоянного развития, и слова из одной среды общения неизбежно попадают в другую среду общения и начинают свое существование уже как самостоятельные и полноправные члены» [Гальперин, 1956: 108]. Как отмечают ученые, «проблема сущности сленга осложняется, прежде всего, неоднородностью лексических единиц, традиционно объединяемых этим термином. Именно нерасчлененность во многих отношениях схожих, но по сути различных лексико-стилистических пластов явилась, на наш взгляд, камнем преткновения при попытках различных исследователей определить лингвистическую сущность сленгизма» [Миллер, 1971: 45].

В данной статье под сленгом подразумевается особый пласт разговорной лексики, находящейся за пределами литературного языка, которая характеризуется такими особенностями, как открытость, подвижность семантики, экспрессивно-эмоциональная окраска, пейоративность. Сленг следует отличать от жаргона. В отличие от жаргонизмов, использование которых свойственно людям, входящим в состав обособленных социальных групп, сленгизмы, рождаясь в живой разговорной речи определенного коллектива, со временем с легкостью переходят в разряд общеупотребительной лексики и активно функционируют в речи представителей разных социальных групп, независимо от уровня образования, социального статуса и профессии. Кроме того, основная цель использования жаргонизмов – сделать речь непонятной для непосвященных, тогда как возникновение сленга обусловлено стремлением носителей языка к неординарности, неформальности, непринужденности и простоте в общении. Носители сленга – чаще всего представители молодого поколения, которое наиболее чутко реагирует на новые тенденции в различных сферах общественной жизни [Домашнев, 2005; Липатов, 2010].

Сленг является неотъемлемой частью любого национального языка, одним из фрагментов национальной картины мира, который отражает своеобразие культуры того или иного народа, особенности его коллективного опыта, мышления и мировосприятия.

Несмотря на внелитературный статус, в сопоставляемых языках сленг не существует изолированно, а является неотъемлемой частью национального языка, образуя его подсистему. Английская и немецкая устная разговорная речь немыслима без сленга в такой же степени, в какой существование сленга невозможно без устного стандарта.

О популярности сленга в англоязычных странах свидетельствует наличие в его системе большого количества синонимов для обозначения различных явлений, связанных с такими актуальными для любого общества темами, как внешность человека, деньги, досуг, употребление пищи, алкоголя и др. [Арнольд, 2016].

Отличительной чертой немецкого сленга является его диалектный характер. Для создания непринужденной атмосферы и иронического эффекта в повседневной немецкой речи широко используются диалектные вкрапления. Это обусловлено особенностями исторического развития немецкого языка, для которого особое значение имеет территориальная дифференциация – диалектные особенности немецкой разговорной речи выражены гораздо ярче и выразительнее, чем, например, в русском или английском языках [Домашнев, 2005].

Сленг английского и немецкого языков неоднороден, что позволяет осуществить его классификацию. В работе сленгизмы классифицируются по семантическому принципу, согласно которому выделяются 4 лексико-семантические группы (ЛСГ): 1) внешность человека; 2) национальность; 3) питание; 4) деньги. Количественный состав данных ЛСГ в сопоставляемых языках представлен в таблице.

Таблица. Количественный состав ЛСГ английского и немецкого сленга

Язык	ЛСГ									
	Внешность человека		Национальность		Деньги		Питание		Всего	
	К-во	%	К-во	%	К-во	%	К-во	%	К-во	%
<i>Английский</i>	59	36,2	52	31,9	27	16,6	25	15,3	<b>163</b>	<b>100</b>
<i>Немецкий</i>	65	46,1	20	14,2	25	17,7	31	22	<b>141</b>	<b>100</b>

Как свидетельствуют приведенные в таблице данные, одной из наиболее востребованных в сопоставляемых языках является ЛСГ «Описание внешности человека»: в английском языке – 59 единиц (36,2% от общего количества английских сленгизмов), в немецком языке – 65 единиц (46,1% от общего количества немецких сленгизмов). Это обусловлено тем, что общение людей предполагает прежде всего внешнюю идентификацию объекта, фиксацию привлекательности / непривлекательности его внешнего облика, в результате чего формируется общее впечатление о человеке как об участнике коммуникативного акта. Следует отметить, что сленговая лексика данной группы неоднородна. В зависимости от параметров описания внешности ее можно поделить на следующие подгруппы:



1) лексемы, содержащие общую характеристику внешности человека по шкале «привлекательный / непривлекательный»;

2) лексемы, характеризующие физиологические особенности человека (рост, комплекция, цвет и длина волос, лицо и т.д.);

3) лексемы, характеризующие различные способы оформления внешности (одежда, прическа, татуировки и т. д.).

Лексемы, содержащие общую характеристику внешности человека, чаще всего используются мужчинами по отношению к женщинам. Данный факт можно объяснить тем, что представители мужского пола более демократичны, раскованы в общении и в большей степени, нежели женщины, склонны к употреблению оценочной ненормативной лексики. Сленгизмы данной подгруппы имеют, как правило, положительные коннотации, транслируя значения: ‘красивая’, ‘симпатичная’, ‘милая’, ‘приятная’ ‘сексуальная’ и др. Сленгизмы с негативной оценочной семантикой встречаются реже, например, англ. *babydoll* ‘малышка’, ‘симпатичная девушка’ (букв. ‘кукла’), *cracker* ‘красотка’ (букв. ‘хлопушка’), *pip* ‘душка’, ‘милашка’ (букв. ‘высокий короткий сигнал’), *looker* ‘красавчик’, ‘красотка’; *bombshell* ‘сексуальная девушка’ (букв. ‘бомба’), *peacherino*, *peaches and cream* ‘красотка’, ‘красавица’ (букв. *peach* ‘персик’, *cream* ‘сливки’), *vanilla* ‘сексапильная женщина’, *candy* ‘конфетка’, ‘красотка’ [АРС]; нем. *das Perlhuhn* ‘фифа’, ‘принцесса’, ‘ухоженная капризуля’, *die Lolle* ‘красавица’, ‘привлекательная девушка’, *die Topschuss* ‘приятная девушка’, *die Torte* ‘красотка’ (букв. ‘торт’), *die Puppe* ‘симпатичная девчонка’ (букв. ‘кукла’), *der Hase* ‘симпатичная девушка’, ‘зайчонок’, *die Biene* ‘детка’, ‘малышка’ (букв. ‘пчела’), *die Tussi* ‘симпатичная девушка’, ‘красотка’, *die Braut* ‘красотка’, ‘птичка’, ‘краля (невеста)’, *die Gesichtsbaracke* ‘ряха’, ‘страхолюдина’, ‘страшная рожа’ [СНМЖ].

Как свидетельствуют приведенные выше примеры, в обоих языках большинство сленгизмов, содержащих общую характеристику внешности человека, возникли в результате метафорического переноса. При этом следует отметить, что в англоязычной традиции женская красота ассоциируется в первую очередь с фруктами и десертами, тогда как в немецком языке – чаще всего с объектами животного мира.

Сленгизмы второй подгруппы содержат более детальную характеристику внешности объекта, оценивая его фигуру, рост, цвет волос и другие природные данные, которые играют важную роль в восприятии человека. В связи с этим выделяются следующие подгруппы:

**1) фигура, рост, комплекция:** англ. *cherry bomb* ‘красивая женщина с пышными формами’ (букв. ‘вишневая бомба’), *long drink of water* ‘высокий и худощавый человек,

который зачастую всех раздражает, либо является скучным’, *scaffold-pole* ‘жердь’, ‘высокий худощавый человек’, *lard-bucket* ‘жиртрест’, ‘толстяк’ (букв. ‘сало в корыте’), *halfpint*, *shortstuff* ‘коротышка’, т. е. ‘человек маленького роста’, *jock* ‘накачанный спортсмен с низким интеллектом’, *girlie-man* ‘женоподобный’, т. е. ‘с женской фигурой’, *bait* ‘женоподобный мужчина’ либо ‘мужеподобная женщина’ [АРС]; нем. *der Schnürschinken* ‘крупная фигура в женском платье’; *der Tittenfisch* ‘толстяк с заметной грудью’, *der Fettsack* ‘толстяк’, ‘мешок жира’, *die Knödelfee* ‘толстая девушка’, *das Tonnentäubchen* ‘толстуха’, ‘жирная женщина’; *der Schmachtlappen* ‘тощий высокий человек’, *der Nabelküsser*, *das Standgebläse* ‘коротышка’, ‘метр с кепкой’, *Ausgefressen* ‘разожравшийся, жирный’, *das Auslaufmodell* ‘потасканная, выцветшая женщина’, *die Plumpe* ‘туша, увалень’ [СНМЖ];

**2) волосы (цвет и длина волос):** англ. *Blondie* ‘блондинка’, ‘блондин’ [АРС]; нем. *die Mantalette*, *der Käpt’n Wasserstoff* ‘блондинка’, *Vokuhila* ‘причёска, при которой волосы спереди коротко острижены, а сзади – длинные’, *der Schamhaarschädel* ‘короткая, завитая, курчавая стрижка’, *die Matte* ‘густые, длинные и безобразные волосы’ [СНМЖ];

**3) лицо:** англ. *pizzaface* ‘прыщавый’ (является оскорбительным для людей, страдающих от акне – сыпи на лице), *beaky* ‘носатый’, *brush*, *bush*, *spinach* ‘бородач’, ‘борода’, *point-head*, *nerdy-lookingboy* ‘очкарик’ [UD]; нем. *Das Clearasil-Testgelände* ‘лицо с акне’, *der Nasenbär* ‘человек с большим носом (муравьед)’, *der Allesbesserwisser* ‘ботаник, умник, очкарик’, *die Brillenschlange* ‘очкастая лахудра’, *der Pornobalken* ‘тонкие длинные чёрные усы, как у актёров немецких порнофильмов 70-х и 80-х’, *der Schwanzbart* ‘тонкие усики над верхней губой’, *die Fellfresse* ‘бородатая морда’, *Gesichtspullover ausziehen* ‘сбрить бороду’ [СНМЖ];

**4) ноги:** англ. *cute*, *rainbow* ‘кривоногий’ [АРС]; нем. *Die Natur wollsocken* ‘густые волосы на ногах’, *das Chassie* ‘обалденные ляжки (у женщины)’, *die X-Beine* ‘кривые ноги’ [НРС].

Следует отметить, что в сопоставляемых языках сленгизмы, указывающие на детали внешности, имеют преимущественно отрицательные коннотации. Реже используются стилистически нейтральные лексические единицы, которые в зависимости от ситуации общения могут приобретать положительную либо отрицательную оценку.

Среди сленгизмов данной подгруппы встречаются гендерно маркированные лексические единицы. Так, в сопоставляемых языках к частоупотребительным в мужской речи относятся лексемы, характеризующие женскую грудь. Данные сленгизмы имеют

преимущественно негативные коннотации. Ср.: англ. *Double-Ds* ‘грудь большого размера’ (сленгизм образован от названия сети ресторанов в США *Double-Ds*, эмблемой которых является баскетбольный мяч), *drooping boobs*, *saggy boobs* ‘обвисшая грудь’, *beestings* ‘маленькая грудь’ [UD]; нем. *die Kiste* ‘женская грудь’, *die Waschbrettbrust (WBB)*, *das Igelschnäuzchen*, *die Hühnerlollo*, *das Tittchen*, *die Zitronen* ‘маленькая женская грудь’, *die Hängetitten*, *das Tropfenherz*, *die Hängelappen*, *der Hängeschläuche*, *der Hängebusen (HB)*, *der Hänger* ‘обвисшая грудь’, *das Holz vor der Hütte* ‘большая грудь’, *die Puschi* ‘девушка, которая носит бюстгальтер, увеличивающий грудь’ и др. [СНМЖ].

Во внешности мужчин объектом негативных оценок чаще всего является живот, например, нем. *der Weizenspoiler* ‘пивной живот большого размера’, *der Dickbauch* ‘толстопузый’ [СНМЖ]; англ. *pus-gut* ‘пузатый’, *fat slob* ‘толстопуз’ [UD].

В обеих культурах наблюдается негативное отношение к женоподобным признакам во внешности мужчин и мужеподобным признакам во внешности женщин.

Третью подгруппу образуют сленгизмы, характеризующие различные способы оформления внешности, в частности, **одежду**. Ср.: англ. *glam* ‘гламурно одетый человек, иногда даже чересчур’, *slicker* ‘модник’, ‘щёголь’, *tacky* ‘человек, который безвкусно одевается’; нем. *Zieraffe* ‘пижон’, ‘щеголь’, ‘франт’, *die Fatzke* ‘мажор’, ‘пижон’; *die Fickmich-Stiefel* ‘женские сапоги-ботфорты (выше колена)’, *die Haube* ‘шапка’, ‘шляпа’, ‘головной убор’, *der Gummistiefelgeschwader* ‘сельский народ’, ‘быки’ (букв. ‘дивизион резиновосапожников’, *das Perlhuhn* ‘фифа’, ‘принцесса’, ‘ухоженная капризуля’ [СНМЖ].

В обеих лингвокультурах наблюдается повышенный интерес к проявлению индивидуальности посредством **пирсинга и татуировок**, о чем свидетельствует большое количество сленгизмов соответствующей лексико-семантической подгруппы. Ср.: англ.: *ink* ‘татуировка’, ‘татуха’; *tramp-stamp*, *peekaboo*, *No Tag* ‘татуировка у девушки на пояснице в нижней части спины, часто в виде цветка или бабочки’ (букв. ‘знак проститутки’) [АРС]; нем. *der Blechpickel* ‘пирсинг’ (букв. ‘жестяной прыщик’), *die Abschleppöse* ‘видный пирсинг пупка в форме кольца’ (букв. ‘буксировочная петля’), *zugetackert* ‘весь в пирсинге’, *der Schlampenstempel* ‘татуировка на видном месте у девушек’, *das Arschgeweih* ‘широкая татуировка на копчике’ (букв. ‘рога жопы’) [СНМЖ].

Несмотря на то, что сегодня в обеих культурах наличие татуировок на теле стало обыденностью, к определенным их видам носители английского и немецкого языков относятся отрицательно. Объектами негативной оценки выступают, как правило, татуировки, расположенные в нижней части спины, которые в 90-х годах прошлого века были особенно популярны среди девушек легкого поведения.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно утверждать, что в англо- и немецкоязычной культурах сформировались свои стандарты внешности человека, о чем свидетельствует использование лексем с положительной семантикой (если имеет место соответствие данным стандартам) и отрицательной (если данные стандарты не соблюдаются).

К широко употребительным в обеих лингвокультурах относятся сленгизмы ЛСГ «**национальность**». В английском языке данная группа более продуктивна, нежели в немецком языке (см. табл.). Следует отметить, что в обоих языках большинство сленгизмов, обозначающих национальность, имеют негативную стилистическую окраску, являясь грубой, уничижительной лексикой. При этом объектами негативной оценки чаще всего выступают евреи, афроамериканцы, азиаты, что обусловлено социально-историческими факторами – европейской колониальной политикой, распространением национализма, религиозными убеждениями, миграционными процессами и др.

В английском языке в рамках данной ЛСГ к наиболее продуктивным относятся следующие сленгизмы: *Ikey, Ikie, mockie* ‘еврей’ (можно предположить, что данные лексемы являются вариантами еврейского имени *Исаак*), *shonicker, shoniker, shonnickier, shonk, sheney, sheny, sheeny, sheeney* ‘еврей’ (являются производными от еврейского приветствия *шалом*); *Yehuda, Yid, jude* ‘жид’ (оскорбительное прозвище, которое произошло от имени библейского персонажа Иуды Искарота), *Jewish scum* ‘еврейский подонок’ (имеет уничижительный оттенок); *Ginnea, Guiney* ‘япощка’, ‘итальяшка’ (данные сленгизмы, предположительно, произошли от названия острова Новая Гвинея, где проживают такие народы, как меланезийцы, папуасы, негрито и др., имеющие смуглый цвет кожи и узкий разрез глаз), *kange, rock candy, zigaboo, ziggaboo, clink, dark cloud, Gange, hatchet-thrower, ink, jibagoo, jigabo, jit, jungle bunny, kinky-head, long-heel, nap, nappy, schvartze, schvartzen, scobe, shade, skillet, smoke, soulbrother, zigabo* ‘негр’, ‘негритянский’, ‘негроид’, *spearchucker, lepra-coon, seal* ‘негр’ (являются оскорбительными по отношению к темнокожим людям); *nigga, nigger* ‘негр’, ‘ниггер’ (могут иметь различную стилистическую окраску – негативную в речи европейцев, позитивную – при общении темнокожих между собой), *brownie* (букв. ‘шоколадный кекс’), *rigger* ‘русский, который «косит» под ниггера’, *Roosky* ‘русский’, *Ruskie* ‘русский мафиози’, т. е. ‘представитель русской мафии’, *snigger* ‘араб’ (произошло путем слияния двух слов – *sand* ‘песок’ и *nigger* ‘негр’), *mustard* ‘китаец’ (букв. ‘горчица’), неуважительные наименования немцев: *Hun* (слово возникло во времена Первой Мировой войны, когда немецкий кайзер Вильгельм II в обращении к нации призвал немцев

сражаться «свирепо, как гунны»), *Fritz* (сокращение от имени *Friedrich*), *Heinie* (сокращение от имени *Heinrich*) и др. [НРС].

В немецком языке к наиболее употребительным сленгизмам данной ЛСГ относятся: *der Grachtenkacker* ‘голландец’ (слово образовано путем слияния двух компонентов – *die Gracht* ‘судоходный канал в Нидерландах’ и *die Kacke* ‘дерьмо’, имеет ярко выраженную негативную стилистическую окраску), *der Wessi* ‘немец из бывшей ФРГ’, *der Ossi* ‘немец из бывшей ГДР’, *der Ösi* ‘австриец’, *das Ikeakind* ‘швед’, ‘шведка’ (очевидно, данный сленгизм произошел от названия шведской торговой компании *IKEA*), *der Froschesser* ‘лягушатник’, ‘француз’ (букв. ‘тот, кто ест лягушек’), *der Inselaffe* ‘англичанин’ (букв. ‘обезьяна с острова’), *der Tommy* ‘англичанин’, ‘английский солдат’ (произошло от популярного английского имени *Том*), *der Spagettifresser* ‘итальянец’ (букв. ‘пожиратель макарон’) [СНМЖ], *die Frühlingsrolle* ‘азиат’, *der Japs* ‘япошка’ (сокращение от слова *Japanese* ‘японец’, являющееся оскорбительным по отношению к данному народу) [НРС], *der Schlitzi* ‘узкоглазый’ (сокращение от сочетания *der Schilzauge* ‘узкие глаза’), *die Gelbfresse* ‘азиат’, (букв. ‘желтая морда’), *der Kanacke* ‘турок’, ‘хачик’, *der Braunarsch* ‘ниггер’, ‘черножопый’, ‘афроамериканец’, *der Jidde*, *der Itzig* ‘жид’, ‘еврей’ (как и в английском языке, данные лексемы образованы от еврейских имен *Иуда* и *Исаак*), *der Iwan* ‘русский’ (сленгизм произошел от распространенного русского имени *Иван*) [СНМЖ].

Как свидетельствуют приведенные выше примеры, возникновение сленгизмов, указывающих на национальность, в обоих языках мотивировано этнокультурными стереотипами – определенными представлениями о типичных для того или иного народа особенностях – одежде, еде, прическе, цвете кожи, форме глаз, поведении и др. Большинство сленгизмов данной ЛСГ образовано в результате метафорического переноса (сходство по цвету, форме и т. д.). Замечено, что в английском языке система сленгизмов, относящихся к ЛСГ «Национальность», более многочисленна и разнообразна по сравнению с немецким языком. Это можно объяснить большей степенью поликультурности и многонациональности англоязычных стран, в частности США, по сравнению с Германией. Несмотря на то, что в последнее время в Германии наблюдается большой прилив мигрантов, в частности арабов, в немецком языке оскорбительные слова по отношению к представителям данного этноса встречаются крайне редко, что можно объяснить толерантностью и высокой степенью политкорректности немцев.

**ЛСГ «Деньги».** Деньги – неотъемлемая часть повседневной жизни, поэтому в обоих языках сленгизмы, обозначающие данное понятие, достаточно продуктивны и широко употребительны. В сопоставляемых языках обнаружено практически одинаковое

количество сленгизмов данной группы (см. табл.). При этом замечено, что большинство из них образовано в результате различных метафорических переносов (по цвету, форме, функциям, качеству и т. д.). Ср.: англ. *shells* ‘денежки’ (букв. ‘ракушка’; раньше морские ракушки использовались в качестве денег); *tin* ‘ничтожная сумма денег’ (букв. ‘жестяная консервная банка’); *gelt* ‘деньги’ (слово образовано от немецкого *das Geld* ‘деньги’), *ante* ‘деньги’, ‘денежная ставка в игре’, *lettuce, pocket lettuce, cabbage leaves, cabbage* ‘бабло’, ‘бабки’, ‘капуста’, ‘деньги’, *real cheese* ‘бабки’ (слово *cheese* ‘сыр’ ранее использовалось для обозначения высокого качества товара или чего-либо); *white bread, bread* ‘деньги’ (букв. ‘хлеб’; возникновение сленгизма обусловлено достаточно высокой ценой на хлеб в англоязычных странах), *rock candy* ‘сумма в один доллар’ (*candy* букв. ‘леденец’), *lolly* ‘бабки’ (букв. ‘леденец’, ‘угощение’, ‘чаевые’), *chuck steak* ‘бабки’ (*steak* – букв. ‘кусочек мяса или рыбы’), *sugar* ‘денежки’ (букв. ‘сахар’), *haddock* ‘деньги’ (букв. ‘морской окунь’), *Benjamins* ‘банкнота в один доллар’ (ассоциация с портретом Б. Франклина), *boodle* ‘деньги для подкупа политических деятелей’; *spondulicks* ‘деньги в виде монет’, *mazoo, mazoola, bling, moolah, loot, moo, mopuses, oof* ‘деньги’ (русские эквиваленты – ‘бабки’, ‘деньжата’, ‘бабло’, ‘лавэ’) [АРС]; нем. *die Kohle* ‘деньги’ (букв. ‘уголь’), *der Schotter* ‘бабло’ (букв. ‘щебень’, ‘галька’); *die Späne* ‘деньги’ (букв. ‘щепки’), *der Kies* ‘деньги’ (вероятно, слово заимствовано из идиша, где оно переводится как ‘кошелек’), *das Moos* ‘лавэ’ (диал. ‘зелень’), *die Kohle* ‘бабки’ (букв. ‘капуста’), *die Monnis* ‘бабки’ (от англ. *money* ‘деньги’), *das Wampum* ‘денежки’ (происходит от названия связки ракушек, служившей у индейцев платёжным средством), *die Kröten* ‘бабки’ (букв. ‘жаба’) [НРС], *die Blüte* ‘фальшивая банкнота’, *die Asche* ‘деньги’ (букв. ‘пепел’), *die Fliese* ‘купюра’, *der Hunni* ‘сто евро (или марок)’ (от слова *hundert* ‘сто’), *die Marie* ‘деньги’, *der Riese* ‘тысяча’ [СНМЖ]; *die Knete, die Mäuse, das Flocken, das Öcken, der Zaster, die Mücken* [НРС], *die Penunsen, das Pulver, die Penunsen, der Schrotter* ‘деньги’ (русские эквиваленты – ‘деньжата’, ‘бабки’, ‘бабло’, ‘лавэ’, ‘денежки’) [СНМЖ].

Как свидетельствуют приведенные выше примеры, в обоих языках сленгизмы, обозначающие деньги, образуют широкие синонимические ряды, в состав которых входят лексемы различного происхождения. Большинство из них возникло в результате метафорического переноса, в основе которого лежат различные ассоциации с объектами окружающего мира. Например, долларовые купюры у носителей английского и немецкого языков ассоциируются с некоторыми видами овощей, в частности капустой, на основе сходства по цвету и форме между листьями и денежными банкнотами. Кроме того, в

обоих языках для обозначения денег используются сленгизмы со значением ‘ракушка’, что обусловлено историческими факторами – в древности люди использовали ракушки в качестве монет. В англоязычной традиции выявлены также ассоциативные связи между деньгами и продуктами питания, например, хлебом, сыром, мясом, рыбой, леденцами, что характеризует гастрономические предпочтения носителей английского языка.

В немецкоязычной традиции деньги ассоциируются преимущественно с различными видами природных ископаемых, таких, например, как уголь, галька, щебень, что свидетельствует о прагматичности немцев.

Достаточно продуктивны в английском и немецком языках сленгизмы, входящие в ЛСГ «Питание» (25 единиц и 31 единица соответственно – см. табл.). Данные речевые единицы отражают гастрономические предпочтения представителей английской и немецкой культур, особенности национальной кухни, приема пищи и т.д. В рамках данной ЛСГ можно выделить следующие подгруппы:

**1) особенности приема пищи:** англ. *deakfast* ‘прием пищи между завтраком и обедом’; *dinchlunch* ‘совмещение завтрака, ланча и обеда’, *brunch* ‘прием пищи между завтраком и ланчем’, *ramen* ‘прием пищи между завтраком и обедом, зачастую в 3 часа дня’, *veggie* ‘вегетарианская пища’, *bacetarian* ‘человек, который кушает из мясных блюд только бекон’ [АРС]; нем. *der Aquaholiker* ‘человек, который пьет много воды’, *der Kohldampf* ‘голод’, *die Biotonne* ‘вегетарианец’ (букв. ‘мусорный бак для биоотходов’) [НРС];

**2) напитки:** англ. *Cup O’Joe* ‘кофе’ (произошло от словосочетания *cup of joy* ‘чашка удовольствия’), *builders* ‘чай с молоком и двумя ложками сахара’, *brewski* ‘пивчанский’, ‘пивко’, *bubbly* ‘шампусик’, ‘шампанское’, *alchy*, *antifreeze*, *hooch* ‘бухло’ [UD]; нем. *Pißwasser* ‘дешевое низкокачественное пиво’, *das Blechbrotchen* ‘пиво в жестяной банке’, *Hulsenfrucht*, *Krawallbrause* ‘пиво’, ‘пивко’, *die Hartz-IV-Stelzen (pl)* ‘пол-литровая банка пива’, *die Hülsenfrucht* ‘банка пива’ (букв. ‘стручковый плод’), *die Göbelmasse* ‘бухло’, ‘алкогольные напитки’, *der Hopfenblütentee* ‘пиво’ (букв. ‘чай из цветов хмеля’), *der Kolben* ‘бутылка пива’, *die Maurerbrause* ‘пивко’ (букв. ‘лимонад каменщика’), *der Rohrputzer* ‘крепкий алкогольный напиток’, *der Schampus* ‘шампусик’, *die Puffbrause* ‘французское шампанское’, ‘игристое вино’ (букв. ‘лимонад притона’), *Affensperma* ‘банановый сок или коктейль с ним’ [СНМЖ];

**3) еда:** англ. *Bacon Sarni* ‘сэндвич с беконом’, *Bangers* ‘сосиска, которая выкладывается на картофельное пюре, посыпается луком и поливается соусом’; *Burger Sauce* ‘кетчанез’, *Epic Meal Time* ‘полоски бекона’, ‘бекон’, *afterbirth on toast* ‘плохая пицца’, *burrisza* ‘буррито с начинкой для пиццы’ либо ‘пицца с начинкой для буррито’,

*cheizza* ‘пицца с сыром’, *choco-taco* ‘вкусное мороженое, продаваемое в фургончиках’, *frushi* ‘еда, которая выглядит как суши, но имеет фруктовую начинку’, *death burger* ‘бургер с тройной прослойкой мяса’, *belly-bomber* ‘переперченный бургер’, *troy Oinkman Burger* ‘бургер’ (слово используется в штате Даллас), *grinder* ‘бутерброд, сделанный из длинного батона’, *chucker, grub, nosh, chow* ‘жратва’ [UD]; нем. *die Beraterpommes* ‘суши’ (букв. ‘картошка консультанта’; имеется в виду, что для консультанта суши – это такая же простая еда, как и картошка фри); *Mafiatorte* ‘пицца’ (у немцев пицца ассоциируется с едой представителей итальянской мафии); *die Mantaplatte* ‘картофель фри с кетчупом и майонезом’; *die Eitrige* ‘сосиска с сыром внутри’ (букв. ‘гнилая’); *das Karusellfleisch* ‘дёнер’, ‘кебаб’ (турецкая шаурма обычно треугольной формы, популярна в Германии); *das Schnipo* ‘шницель с картофелем фри’ (сокращение от *Schnitzel-Pommes*); *Schniposa* ‘шницель с салатом’, *die Mampe, die Pampe, Fressalien* ‘жратва’ [СНМЖ].

Как свидетельствуют приведенные выше примеры, среди представителей обеих культур особой популярностью пользуются блюда национальных фастфудов: итальянского – пицца; мексиканского – буррито; японского – суши; немецкого – шницель, бургер; английского – сэндвич, бекон; турецкого – шаурма. Среди наименований напитков в английском языке доминируют лексемы, обозначающие чай и кофе, в немецком языке сформировался широкий синонимический ряд сленгизмов, называющих пиво.

Результаты исследования позволяют сделать следующие **выводы**.

Сленг относится к лингвистическим универсалиям, являясь неотъемлемой частью любого национального языка. Вместе с тем данный феномен имеет ярко выраженную национальную специфику, отражая социальные процессы и мировоззренческие установки того или иного общества. В сопоставляемых языках обнаружено приблизительно одинаковое количество сленгизмов (в немецком языке – на 22 единицы больше), которые характеризуются лексико-семантической неоднородностью, обозначая различные предметы и явления окружающей действительности. Исследование семантики сленгизмов в обоих языках выявило значительное преобладание лексем, обозначающих понятия, связанные с человеком (внешность, национальность) и его деятельностью (деньги, продукты питания), что свидетельствует об антропоцентрическом и избирательном характере сленга, который номинирует в первую очередь те фрагменты объективной реальности, которые наиболее важны и актуальны для его носителей.

Сленговая лексика английского и немецкого языков отличается эмоциональной насыщенностью, выражая оценочное восприятие действительности – положительное или



отрицательное. При этом сленгизмы с отрицательной оценкой преобладают. Объектами отрицательной оценки в обеих лингвокультурах являются в первую очередь люди с нестандартной внешностью, представители других рас и национальностей, а также лица нетрадиционной ориентации. При этом установлено, что в английском языке сленгизмы, негативно оценивающие человека по национальным признакам, в количественном отношении значительно превышают аналогичные сленгизмы немецкого языка, что обусловлено экстралингвистическими факторами – большей степенью поликультурности и многонациональности англоязычных стран, в частности США, по сравнению с Германией, а также большей степенью толерантности и политкорректности немцев.

Сленгизмы сопоставляемых языков образуются различными способами. Наиболее продуктивный из них – метафоризация, основанная на сходстве по различным признакам (форме, цвету, функциям и т. д.). В каждой культуре сформировались свои ассоциативные представления, обусловленные социальными, историческими, психологическими и др. факторами. Кроме того, в английском языке продуктивные способы образования сленгизмов – контаминация и сокращение состава слова, тогда как немецкий сленг сформировался преимущественно за счет заимствований из диалектов и других языков, в частности английского.

Перспективы исследования заключаются в дальнейшем сопоставительном анализе сленговой лексики на материале других – как родственных, так и неродственных языков.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта, 2016. 384 с.
2. Гальперин И. Р. О термине «сленг» // Вопросы языкознания. 1956. № 6. С. 107-114.
3. Домашнев А. И. Труды по германскому языкознанию и социолингвистике. СПб: Наука-СПб., 2005. 1113 с.
4. Липатов А. Т. Сленг как проблема социолектики. М.: Элпис, 2010. 318 с.
5. Миллер А. А. Основные пути формирования лексики сленга // Иностранный язык. Алма-Ата: Мин. высш. и сред. спец. образов. Казахск. ССР, 1971. Вып. 6. С. 45-47.
6. Хомяков В. А. Нестандартная лексика английского языка. 2-е изд. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. 136 с.
7. Чуковский К. И. Живой как жизнь (Разговор о русском языке). М.: Мир энциклопедий Аванта, 1962. 232 с.
8. Eble C. Slang and sociability. L. and Chapel Hill: UNC Press Books, 1996. 244 p.
9. Hotten J. C. A Short History of Slang or the Vulgar Language of Fast Life // The Slang Dictionary. East Ardsley, Wakefield, Yorkshire, England: Republished by EP Publishing, Ltd., 1972. Pp. 34-70.
10. Partridge E. Slang today and yesterday. 4th ed. L.: Routledge and Kegan Paul, 1972. 476 p.
11. Partridge E. Usage and Abusage: A Guide to Good English. L.: Penguin Books, 1999. 401 p.

### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. APC – Англо-русский и русско-английский словарь // Мультитран. Доступ: <https://www.multitran.ru/c/m.exe?a=110&sc=136&l1=1&l2=2/>. (дата обращения: 26.11.2018).
2. БЭС – Большой энциклопедический словарь. Доступ: <https://www.vedu.ru/bigencdic/58041/>. (дата обращения: 29.11.2018).
3. ЛЭС – Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. М.: Сов. энцикл., 1990. 682 с.
4. НРС – Немецко-русский и русско-немецкий словарь // Мультитран. Доступ: <https://www.multitran.ru/c/m.exe?a=110&sc=136&l1=3&l2=2/>. (дата обращения: 29.11.2018).
5. СНМЖ – Словарь немецкого мата и жаргона, 1998-2017 / Шарль Бутлер. Доступ: <http://www.russki-mat.net>. (дата обращения: 02.12.2018).
6. Duden – Duden. Das Bedeutungswörterbuch. Mannheim: Dudenverlag, 2007. 2016 S.
7. EOLD – English Oxford Living Dictionaries. Oxford University Press, 2018. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com>. (accessed: 11.11.2018).
8. UD – Urban Dictionary, 1999-2019. Available at: <https://www.urbandictionary.com>. (accessed: 14.12.2018).

### **REFERENCES**

1. Arnold, I. V. (2016). *Stilistika. Sovremennyy angliyskiy yazyk* [Stylistics. Modern English]. M.: Flinta. (In Russ.).
2. Galperin, I. R. (1956). О термине «сленг» [Talk about term «slang»]. In *Voprosy yazykoznaneya*. No. 6. Pp. 107-114 (In Russ.).
3. Domashnev, A. I. (2005). *Trudy po germanskomu yazykoznaneyu i sotsiolingvistike* [Works of Germanic study of language and sociolinguistics]. SPb: Nauka-SPb. (In Russ.).
4. Lipatov, A. T. (2010). *Sleng kak problema sotsiolektiki* [Slang as a problem of sociolectics]. M.: Elpis. (In Russ.).
5. Miller, A. A. (1971). Osnovnye puti formirovaniya leksiki slenga [The basic ways of slang lexis formation]. In *Inostranny yazyk*. Alma-Ata: Min. vyssh. i sred. spets. obrazov. Kazakhsk. SSR. No. 6. Pp.45-47. (In Russ.).
6. Khomyakov, V. A. (2010). *Nestandartnaya leksika angliiskogo yazyka* [Non-standard lexis of English]. M.: Knizhnyy dom «LIBROKOM». (In Russ.).
7. Chukovskiy, K. I. (1962). *Zhivoy kak zhizn (Razgovor o russkom yazyke)* [Live as life itself (Russian language dialog)]. M.: Mir entsiklopediy Avanta. (In Russ.).
8. Eble, C. (1996). *Slang and sociability*. L. and Chapel Hill: UNC Press Books.
9. Hotten, J. C. (1972). A Short History of Slang or the Vulgar Language of Fast Life. In *The Slang Dictionary*. East Ardsley, Wakefield, Yorkshire, England: Republished by EP Publishing, Ltd. Pp. 34-70.
10. Partridge, E. (1972). *Slang today and yesterday*. 4th ed. L.: Routledge and Kegan Paul.
11. Partridge, E. (1999). *Usage and Abuse: A Guide to Good English*. L.: Penguin Books.

### **LEXICOGRAPHICAL SOURCES**

1. *Anglo-russkiy slovar* [English-Russian dictionary]. In *Multitran*. Available at: <https://www.multitran.ru/c/m.exe?a=110&sc=136&l1=1&l2=2/>. (accessed: 26.11.2018).
2. *Bolshoy entsiklopedicheskiy slovar* [Great Encyclopedical Dictionary]. Available at: <https://www.vedu.ru/bigencdic/58041/>. (accessed: 29.11.2018) (In Russ.).
3. *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar* [Linguistic Encyclopedical Dictionary]. In V. N. Yartseva (ed); In-t yazykoznaneya AN SSSR. M.: Sov. entsikl., 1990. (In Russ.).

4. *Nemetsko-russkiy slovar* [German-Russian dictionary]. In Multitran. Available at: <https://www.multitran.ru/c/m.exe?a=110&sc=136&l1=3&l2=2>. (accessed: 29.11.2018).

5. *Slovar nemetskogo mata i zhargona* [German Math and Slang Dictionary] 1998-2017. Available at: <http://www.russki-mat.net>. (accessed: 02.12.2018).

6. *Duden. Das Bedeutungswörterbuch*. Mannheim: Dudenverlag, 2007.

7. *English Oxford Living Dictionaries*. Oxford University Press, 2018. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com> (accessed: 11.11.2018).

8. *Urban Dictionary*, 1999-2019. Available at: <https://www.urbandictionary.com>. (accessed: 14.12.2018).

**Ветрова Эльвира Сабировна** – доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры германской филологии (e-mail: [vetrova-75@ukr.net](mailto:vetrova-75@ukr.net)), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, ул. Университетская, 24

**Vetrova Elvira S.** – Doctor of Philology, Associate Professor of the Germanic Philology Department (e-mail: [vetrova-75@ukr.net](mailto:vetrova-75@ukr.net)), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

**Токарева Виолетта Геннадьевна** – студентка кафедры теории и практики перевода (e-mail: [violet\\_tok@mail.ru](mailto:violet_tok@mail.ru)), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, Университетская, 24

**Tokareva Violetta G.** – Student of the Translation Studies Department (e-mail: [violet\\_tok@mail.com](mailto:violet_tok@mail.com)), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 23 января 2019 г.*

## **ТАКТИКА АКЦЕНТИРОВАНИЯ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОСТИ ПРОДУКТА В АНГЛО-, ИСПАНО-, НЕМЕЦКО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ЗАГОЛОВКАХ**

*Статья посвящена анализу прагмалингвистических особенностей заголовков печатной бытовой рекламы в сопоставительном аспекте. Составлена классификация коммуникативно-прагматических стратегий и тактик рекламных заголовков. Описаны структурно-семантические особенности тактики акцентирования высококачественности продукта с целью выявления их влияния на эффективность рекламного заголовка. Осуществлен сопоставительный анализ тактик, реализованных в англо-, испано-, немецко- и русскоязычных заголовках.*

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, парцелляция, рекламный заголовок, риторические фигуры, тактика.

© 2018 S. A. Vozhova

## **TACTIC OF EMPHASIZING HIGH QUALITY OF A PRODUCT IN ENGLISH, SPANISH, GERMAN AND RUSSIAN ADVERTISING HEADLINES**

*The article deals with the research of the linguo-pragmatic properties of English, Spanish, German and Russian headlines of the printed common advertisement. The classification of the communicative-pragmatic strategies and tactics of the advertising headlines has been worked out. The structural-semantic properties of the tactic of emphasizing high quality of a product have been described to reveal their influence on a headline effectiveness. The comparative analysis of the tactics realized in English, Spanish, German and Russian headlines has been carried out.*

**Key words:** communicative strategy, parcelling, advertising headline, figures of speech, tactic.

1. Заголовок – важный элемент печатной рекламы, потому что он выражает концепцию и в большинстве случаев несет ответственность за то, чтобы потребители поняли обращение, ведь люди, которые бегло просматривают прессу, прочитывают только заголовки, поэтому им должен быть понятен смысл всего обращения, передаваемый либо одним заголовком, либо комбинацией заголовка и изображения. Исследователи подсчитали, что только 20% прочитавших заголовков читают сам текст рекламы. Поэтому заголовок должен привлекать внимание нужного потенциального потребителя, побуждая его прочесть рекламный текст, а также он должен определять товар и мотивировать читателя купить его [Уэллс, Бернет, Мориарти, 1999: 442, 444].

**Актуальность** исследования обусловлена тем, что рекламные тексты на данный момент – одна из самых распространенных форм существования языка, а особое место в мировом информационном потоке занимают рекламные тексты на английском языке.

Рекламные тексты являются объектом исследования многих наук, таких как маркетинг, психология и др. Однако всестороннее описание рекламных текстов невозможно без глубокого лингвистического анализа, рассматривающего рекламный текст как комплексное явление, в неразрывной связи его вербальных и невербальных характеристик [Вожова, Калиущенко, 2017: 20].

В современной лингвистике основное внимание уделяется жанрам рекламы, стилистике, структуре и композиции рекламных текстов. К примеру, коммуникативно-прагматические особенности рекламного текста на материале различных языков проанализированы в работах Ю. Н. Гореловой [Горелова, 2005], Ю. В. Деминой [Демина, 2001], Е. С. Ивановой [Иванова, 2011], Н. В. Мещеряковой [Мещерякова, 2009] и других авторов. Рекламный заголовок (далее РЗ) подвергался подробному специальному лингвистическому исследованию лишь в небольшом количестве научных работ. Например, вопрос формальной организации РЗ рассмотрен на материале текстов печатных рекламных объявлений на русском и английском языках российской и англо-американской прессы в работе Т. А. Козиной и В. Н. Смирновой [Козина, Смирнова, 2012]. Таким образом, структурно-семантические особенности и коммуникативно-прагматические стратегии англо-, испано-, немецко- и русскоязычных РЗ еще недостаточно изучены в сопоставительном аспекте, что и обусловило актуальность представленной работы.

**Цель** данного исследования заключается в сопоставлении лексических, стилистических, морфологических и синтаксических особенностей коммуникативно-прагматической тактики *акцентирования высококачественности продукта* в англо-, испано-, немецко- и русскоязычных РЗ и в выявлении взаимосвязи языковых средств с прагмалингвистическими функциями РЗ.

**Материал исследования** представляет корпус англо-, испано-, немецко- и русскоязычных заголовков рекламы косметики для женщин и мужчин, продуктов питания и фармацевтических препаратов. Общий объем выборки составляет 1200 РЗ (по 300 рекламных заголовков на английском, испанском, немецком и русском языках), полученных путем сплошной выборки из популярных британских, американских, испанских, мексиканских, немецких и российских журналов, в частности таких, как «Elle Россия», «Men's Health Germany», «Men's Journal», «Vegetarian Times», «EatingWell», «Integral», «Instyle Germany», «Freundin», «Buen Provecho», «Estar Vital», «Домашний очаг», «ХлебСоль» за период с 2010 по 2018 годы.

**2.** Рекламный текст является объектом множества лингвистических исследований.

**2.1.** Так, в диссертации Р. В. Безьян рекламный текст охарактеризован как носитель

речевой системности, освещена взаимосвязь между его полифункциональностью и концептуальным планом [Безьян, 2008].

На материале текстов социальной рекламы на русском и немецком языках исследованы факторы, обуславливающие стилистические и прагмалингвистические языковые особенности рекламных текстов [Мещерякова, 2009].

В работе Ю. Н. Гореловой на материале англоязычной и русскоязычной печатной рекламы исследованы процессы порождения и восприятия рекламного текста, формы существования рекламного текста в сознании индивида, коммуникативные стратегии и тактики, используемые в рекламных текстах с учетом этнокультурных особенностей целевой аудитории, а также языковые средства их реализации [Горелова, 2005].

В рекламном слогане, к примеру, уникальным образом используются языковые средства, необходимые для достижения нужного рекламодателю коммуникативно-прагматического воздействия. Сопоставительное изучение структурно-семантических особенностей и коммуникативных стратегий и тактик, использованных в немецких и украинских рекламных слоганах финансовых, страховых и консалтинговых учреждений, осуществлено О. В. Лещенко [Лещенко, 2013].

**2.2.** Теоретической основой для анализа коммуникативно-прагматических особенностей РЗ послужили научные работы Т. Вестергарда и К. Шредера [Vestergaard, Schroder, 1985], К. Куара, Н. Арумугама и Н. М. Юнуса [Kuar, Arumugam, Yunus, 2013], Дж. Остина [Austin, 1962], Дж. Р. Сёрла [Searle, 1976], Ф. Унгерера [Ungerer, 2000], Н. Феарклафа [Fairclough, 2010], Х. М. Эль-Дейли [El-Daly, 2011].

**3.** Полный анализ рекламных заголовков невозможен без исследования их коммуникативно-прагматических особенностей. Главная цель рекламной информации заключается в коммуникативном воздействии. Под коммуникативным воздействием понимается спланированное воздействие на знания (когнитивный уровень), отношения (аффективный уровень) и намерения (конативный уровень) адресата в нужном для адресанта направлении [Пирогова, 2001: 553].

В данной работе для анализа коммуникативно-прагматических стратегий рекламных заголовков за основу взята классификация, предложенная Ю. К. Пироговой, согласно которой выделено 2 типа коммуникативных стратегий [Калиущенко, Вожова, 2016: 64]:

1) стратегии, направленные на формирование планируемого восприятия рекламируемого объекта (позиционирующие стратегии);

2) стратегии, направленные на оптимизацию воздействия самого рекламного

сообщения (оптимизирующие стратегии).

Как показало исследование, стратегия, направленная на формирование планируемого восприятия рекламируемого объекта, реализуется в проанализированных англо-, испано-, немецко- и русскоязычных РЗ с помощью таких тактик:

- 1) тактика обещания удовлетворения потребностей потребителя;
- 2) тактика акцентирования высококачественности продукта;
- 3) тактика указания на инновационность продукта;
- 4) тактика постановки проблемы потребителя.

**3.1.** В данной статье представлен сопоставительный анализ реализации тактики *акцентирования высококачественности продукта* позиционирующей стратегии в англо-, испано-, немецко- и русскоязычных рекламных заголовках.

Самое главное для любого потребителя при покупке товара – это уверенность в его качестве. Данная тактика подчеркивает первоклассность рекламируемого продукта, его натуральность, иногда акцентирует внимание на его изготовлении.

*Англоязычный* корпус исследования представлен 44 заголовками (14,6% от общего числа заголовков позиционирующей стратегии), в которых реализуется данная тактика. Примером является заголовок рекламы торговой марки Hatch: *Vegetarian & Gluten Free*. ‘Вегетарианский и без глютена’ (Vegetarian Times 9/2015).

Среди **немецкоязычных** заголовков отмечено 43 примера (14%) реализации данной тактики, например, заголовок рекламы торговой марки Knorr: *Sie wollen 100% natürliche Zutaten?* ‘Вы хотите 100% натуральные приправы?’ (Freundin 11/2016).

В **русскоязычном** корпусе зафиксировано 37 примеров использования данной тактики (12,3%), например, заголовок рекламы торговой марки Мираторг: *Настоящий рыбай теперь и у Вас дома* (ХлебСоль 1-2/2013).

В **испаноязычном** корпусе исследования данная тактика представлена 46 заголовками (15,3% от общего числа заголовков позиционирующей стратегии). Примером, иллюстрирующим реализацию данной тактики, является заголовок рекламы торговой марки Sojade: *100% vegetal, 100% ecológica...¡100 Mmm!* ‘100% растительный, 100% экологический...100 Ммм!’ (Integral 10/2017).

Количество заголовков, реализующих данную тактику, практически совпадает во всем материале исследования на 4 языках. Однако наиболее продуктивно данная тактика осуществляется в испаноязычных РЗ, а наименее продуктивно – в русскоязычных РЗ.

**3.1.1.** Особенностью **англо- и испаноязычных** заголовков, представляющих данную тактику, является использование личного местоимения первого лица множественного

числа ‘мы’ (в испанском языке личные местоимения употребляются редко, глагол выражает лицо и число) и существительного с притяжательным местоимением *our* ‘наш’ и *nuestro/a* ‘наш/а’, под которыми подразумевается компания (бренд), выпускающая продукт. Такая тенденция отмечена в 10 англоязычных примерах и в 7 испаноязычных, что составляет 22,7% и 9% соответственно от общего числа единиц данной группы. Примером может послужить заголовок, рекламирующий бекон компании Oscar Mayer: *The slower we make it, the faster you eat it*. ‘Чем медленнее **мы** его готовим, тем быстрее Вы его съедаете’ (Men's Journal 4/ 2015), а также заголовок, рекламирующий пиццу Robertoni: *Compartimos tu ingrediente secreto: cocinar con el corazón*. ‘**Мы** разделяем твой секретный ингредиент: готовить с любовью’ (Buen Provecho 3/2017). Использование данных местоимений в заголовке способствует установлению доверия между производителем и потребителем и еще сильнее подчеркивает высококачественность рекламируемого товара.

В отличие от англоязычных, в **немецко- и русскоязычных** заголовках данной группы употребляется личное местоимение *Sie* ‘Вы’, притяжательное местоимение *Ihr* ‘Ваш’ и все их падежные формы (в 11,6% и 19% заголовков соответственно), как например, в заголовке рекламы крема торговой марки Estee Lauder: *So intelligent, sie kennt die Bedürfnisse Ihrer Haut*. ‘Он так умен, что даже знает потребности **Вашей** кожи’ (InStyle Germany 2/2016), а также в заголовке рекламы торговой марки Доктор: *Низкокалорийные и маложирные продукты «Доктор» – это готовые блюда высокой кухни у **Вас** дома!* (ХлебСоль 4/2013).

**3.1.2.** Наиболее ярко выраженной синтаксической особенностью заголовков, созданных с помощью данной тактики, является частотное использование приема парцелляции. В **англоязычном** корпусе данный прием отмечен в 20 заголовках (45,5%), в **немецкоязычном** – в 8 (18,6%), в **русскоязычном** – в 15 (51,7%). Например, в заголовке рекламы бренда L'Oréal Paris: *The power of pure. The freedom from sulfates*. ‘Сила чистоты. Свобода от сульфатов’ (Elle USA 11/2014), в заголовке рекламы зубной пасты Oral-B + blend-a-med: *Alles, was Oral-B und blend-a-med über Zahnpflege wissen. In nur einer Tube*. ‘Всё, что Oral-B и blend-a-med знают об уходе за зубами. Всего лишь в одном тюбике’ (Men's Health Germany 10/2013), а также в заголовке рекламы торговой марки Олейна: *Свое. Родное. Натуральное* (Домашний очаг 2/2016).

Для испаноязычных РЗ, реализующих тактику акцентирования высококачественности продукта, использование парцелляции абсолютно не характерно: информация представляется в одном предложении.



**3.1.3.** На стилистическом уровне в **англоязычном** корпусе зафиксированы такие примеры риторических фигур и тропов: **эпифоры** в заголовке, рекламирующем мюсли компании Jordans, *Starts crunchy. Stays crunchy*. ‘Хрустящие в начале. Хрустящие в конце’; **антитезы**: в заголовке рекламы тунца торговой марки Wild Planet *All of the good stuff. None of the bad stuff*. ‘Всё полезное. Ничего вредного’. Отмечено также применение **игры слов** в заголовке рекламы ветчины компании Hormel *Preserve your right to no preservatives*. ‘Сохраните Ваше право на ветчину без консервантов’ (EatingWell USA 5-6/2015). В данном случае приём построен на многозначности глагола *to preserve*, который означает и ‘сохранять’, и ‘консервировать’.

Для **немецкоязычной** рекламы характерно использование в заголовках данной группы таких риторических фигур и тропов: **анафоры** в заголовке рекламы торговой марки Kandisin: *100% pflanzliche Quelle. 0% Zucker. 0% Kalorien*. ‘100% растительные источники. 0% сахара. 0% калорий’; **олицетворения** в заголовке, рекламирующем бренд Sebamed: *Die Pflegespezialisten ohne Aluminiumsalze*. ‘Эксперты по уходу без солей алюминия’.

**Русскоязычные** заголовки реализуют тактику акцентирования высококачественности продукта с помощью следующих риторических фигур и тропов: **антитезы** в заголовке рекламы торговой марки Пиканта: *Выращено для себя, приготовлено для Вас!*; **гиперболы** в заголовке, рекламирующем макаронные изделия Delverde: *Вы можете услышать звук воды из национального парка Майелла. Восхитительно*; **метонимии** в заголовке рекламы торговой марки Мираторг: *Страна встречает настоящую говядину*, основанном на смежности понятий ‘страна – жители страны’.

В **испаноязычном** корпусе исследования зафиксированы такие примеры риторических фигур и тропов: **анафора** в заголовке рекламы торговой марки Hipp: *Lo mejor de la naturaleza, lo mejor para la naturaleza*. ‘Лучшее от природы, лучшее для природы’ (Estar Vital 9/2017) и **метафора** в заголовке рекламы марки Mercedes: *Inteligencia al servicio de las emociones*. ‘Интеллект на службе эмоций’ (Vogue Spain 7/2017).

**3.1.4.** Англо-, испано- и немецкоязычные заголовки характеризуются указанием в них страны-производителя рекламируемого продукта, например, *authentic aromas of India* ‘истинные ароматы Индии’; *From Italy with love!* ‘Из Италии с любовью!’ (EatingWell USA 5-6/2015); *Ein echt italienischer Kaffee bietet mehr als nur Geschmack*. ‘Истинный итальянский кофе предлагает нечто большее, чем просто вкус’ (Integral 10/2017), *Perfección japonesa*. ‘Японское совершенство’ (Buen Provecho 3/2017).

Такой прием является довольно эффективным, поскольку оказывает сильное психологическое воздействие на потребителей, в сознании которых закрепился стереотип о том, что любая продукция, импортируемая из экономически развитых стран (например, Германии, Италии, Японии), является качественной.

В четырех русскоязычных РЗ заметно влияние **национального фактора**. В таких заголовках подчеркивается превосходство качества российских товаров, как, например, в заголовке бренда NATURA SIBERICA *Время покупать российское*. (Elle Россия 2/2016), в котором имплицитно выражен призыв не приобретать импортную продукцию. Возможно, данное явление обусловлено политическими и историческими фактами, а именно практически полувековой холодной войной между СССР, США и Западной Европой, а также ростом экономики Российской Федерации в последнее время и системным замещением импортных товаров российскими.

**4.** По результатам проведенного исследования можно сделать следующие **выводы**:

**4.1.** Тактика акцентирования высококачественности продукта занимает второе место по частотности среди тактик позиционирующей стратегии, что лишь подтверждает целесообразность ее использования для эффективной рекламной кампании.

**4.2.** Изоморфной особенностью англо- и испаноязычных заголовков является эксплицитное использование личного местоимения *we* 'мы' и имплицитное употребление *nosotros* 'мы', а также существительного с притяжательным местоимением *our* 'наш' и *nuestro/a* 'наш/а', что обусловлено спецификой анализируемой тактики. В свою очередь, немецко- и русскоязычные примеры характеризуется уважительным обращением непосредственно к читателю с помощью личного местоимения *Sie* 'Вы', притяжательного местоимения *Ihr* 'Ваш' и всех их падежных форм. Выбор обоих местоимений в рамках данной тактики оправдан, поскольку в любом случае местоимения способствуют установлению контакта с конкретным потребителем.

**4.3.** Характерной особенностью англо-, немецко- и русскоязычных РЗ является использование приема парцелляции. Парцеллированные предложения делают сообщение более детальным и одновременно более обозримым, вследствие чего увеличивается его информативность. Таким образом, парцелляцией достигается эффект непринужденности, который играет важную роль в рекламе.

**4.4.** Изоморфной особенностью всех проанализированных заголовков на 4 языках оказалось использование большого разнообразия риторических фигур и тропов, таких как анафора, антитеза, гипербола, игра слов, метафора и метонимия. В рекламных заголовках

риторические фигуры выполняют свою основную функцию – усиления эффекта высказывания, тем самым привлекая внимание читателя к заголовку.

**4.5.** В англо-, испано- и немецкоязычных примерах отмечено указание страны-производителя рекламируемого продукта. Импортные товары ассоциируются чаще всего с высококачественностью, поэтому уточнение страны, импортирующей товар, вносит большой вклад в успешность рекламной кампании.

Алломорфной особенностью русскоязычных РЗ является подчеркивание превосходного качества российских товаров, что абсолютно несвойственно для англо-, испано- и немецкоязычных заголовков.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беззян Р. В. О прагматических аспектах рекламного текста // Слово. Мысль. Душа. Краснодар: КубГУ, 2008. С. 331-336.
2. Вожова С. А., Калиущенко В. Д. Синтаксические особенности англо-, немецко- и русскоязычных рекламных заголовков // Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса. Донецк: Изд-во ДонНУ, 2017. Т. 4: Филологические науки. Ч. 1: Иностранная филология С. 20-22.
3. Горелова Ю. Н. Коммуникативно-прагматические и этнокультурные особенности рекламного текста: на материале англоязычной и русскоязычной печатной рекламы. Казань, 2005. 161 с.
4. Демина Ю. В. Рекламный текст в коммуникативно-прагматическом аспекте: на материале немецкоязычной печатной и телевизионной рекламы. СПб., 2001. 179 с.
5. Иванова Е. С. Коммуникативно-прагматические аспекты текстов интернет-рекламы // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2011. № 132. С. 91-97.
6. Калиущенко В. Д., Вожова С. А. Тактики коммуникативно-прагматической оптимизирующей стратегии в англо- и русскоязычных рекламных заголовках // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*: научный журнал / отв. ред. В. Д. Калиущенко. Донецк: ДонНУ, 2016. Т. 12. Вып. 2 (34). С. 62-73.
7. Козина Т. А., Смирнова В. Н. Формальная организация рекламного заголовка // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2012. № 27. С. 284-291.
8. Лещенко О. В. Комунікативні стратегії, тактики і прийоми в німецьких та українських слоганах (на матеріалі реклами фінансових, страхових і консалтингових послуг) // *Studia Germanica et Romanica*: Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання: науковий журнал / голов. ред. В. Д. Каліущенко. Донецьк: ДонНУ, 2013. Т. 10. № 2 (29). С. 94-104.
9. Мещерякова Н. В. О языке социальной рекламы: основные положения // Ученые записки РГСУ. 2009. № 3. С. 184-189.
10. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Текст. Интертекст. Культура. М.: Азбуковик, 2001. С. 543-553.
11. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама – принципы и практика / пер. М. Артюх. СПб.: Изд-во «Питер», 1999. 798 с.
12. Austin J. L. How to do things with words. Oxford, 1962. 174 p.
13. El-Daly H. M. Towards an Understanding of the Discourse of Advertising: Review of Research with Special Reference to the Egyptian Media // *African Nebula*. 2011. Vol. 3. P. 25-47.

14. Fairclough N. Critical discourse analysis: Critical study of language. 2nd eds. UK. Longman, 2010. 591 p.
15. Kuar K., Arumugam N., Yunus N. M. Beauty product advertisements: A critical discourse analysis // Journal of Asian Social Science. 2013. Vol. 9. No. 3. P. 61.
16. Searle J. The Classification of Illocutionary Acts // Language in Society. 1976. Vol. 5. No. 1. P. 1-23.
17. Vestergaard T., Schroder K. The Language of Advertising. Oxford; New York: Blackwell, 1985. 180 p.
18. Ungerer F. English Media Texts - Past and Present: Language and Textual Structure. Amsterdam, PA: J. Benjamin Pub., 2000. 286 p.

#### **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. Домашний очаг. 2/2016. Доступ: <http://pressa-vsem.ru/>. (дата обращения: 20.02.2016)
2. ХлебСоль. 1-2/2013. Доступ: <http://pressa-vsem.ru/>. (дата обращения: 20.02.2016)
3. Buen Provecho. 3/2017. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 01.10.2017)
4. EatingWell USA. 5-6/2015. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 08.10.2015)
5. Elle Россия. 2/2016. Доступ: <http://pressa-vsem.ru/>. (дата обращения: 20.02.2016)
6. Elle USA. 11/2014. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 08.10.2015)
7. Estar Vital. 9/2017. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 08.10.2017)
8. Freundin. 11/2016. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 01.10.2017)
9. Integral. 10/2017. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 1.11.2017)
10. InStyle Germany. 6/2016. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 01.10.2017)
11. Men's Journal. 4/ 2015. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 08.10.2015)
12. Men's Health Germany. 10/2013. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 01.10.2015)
13. Vegetarian Times. 9/2015. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 01.10.2015)
14. Vogue Spain. 7/2017. Доступ: <http://akyla.net/>. (дата обращения: 08.10.2017)

#### **REFERENCES**

1. Bzezyan, R. V. (2008). O pragmaticsikh aspektakh reklamnogo teksta [On pragmatic aspects of advertising text]. In *Slovo. Mysl. Dusha*. Krasnodar: KubGU. Pp. 331-336. (In Russ.).
2. Vozhova, S. A., Kaliušchenko, V. D. (2017). Sintaksicheskie osobennosti anglo-, nemecko- i russkoyazychnykh reklamnykh zagolovkov [Syntactical peculiarities of English, German and Russian Advertising Headlines]. In *Donetskie chteniya 2017: Russkiy mir kak tsivilizatsionnaya osnova nauchno-obrazovatel'nogo i kulturnogo razvitiya Donbassa*. Donetsk: Izd-vo DonNU. T. 4: Filologicheskie nauki. Ch. 1: Inostrannaya filologiya. Pp. 20-22. (In Russ.).
3. Gorelova, Yu. N. (2005). *Kommunikativno-pragmaticheskie i etnokulturnye osobennosti reklamnogo teksta: na materiale angloyazychnoy i russkoyazychnoy pechatnoy reklamy* [Communicative-pragmatic and ethnocultural properties of the advertising text: based on English and Russian printed advertisement]. Kazan. (In Russ.).
4. Demina, Yu. V. (2001). *Reklamnyy tekst v kommunikativno-pragmaticheskom aspekte: na materiale nemetskoyazychnoy pechatnoy i televizionnoy reklamy* [Advertising text in the communicative-pragmatic aspect: based on German printed and television advertisement]. Sankt-Peterburg. (In Russ.).
5. Ivanova, E. S. (2011). Kommunikativno-pragmaticheskie aspekty tekstov internet-reklamy [Communicative-pragmatic aspect of Internet advertising texts]. In *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena*. No. 132. Pp. 91-97. (In Russ.).

6. Kaliuščenko, V. D., Vozhova, S. A. (2016). Taktiki kommunikativno-pragmaticheskoy optimiziruyushchey strategii v anglo- i russkoyazychnykh reklamnykh zagolovkakh [Tactics of the communicative-pragmatic optimizing strategy in English and Russian advertising headlines]. In *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica: nauchnyy zhurnal / otv. red. V. D. Kaliuščenko*. Donetsk: DonNU. T. 12. Vyp. 2 (34). Pp. 62-73. (In Russ.).

7. Kozina, T. A., Smirnova, V. N. (2012). Formalnaya organizatsiya reklamnogo zagolovka [Formal organization of the advertising headline]. In *Izvestiya PGPU im. V. G. Belinskogo*. No. 27. Pp. 284-291. (In Russ.).

8. Leshchenko, O. V. (2013). Komunikatyvni strategiyi, taktyky i priyomy v nimetskykh ta ukrayinskykh slohanakh (na materialy reklamy finansovykh, strakhovykh i konsaltingovykh posluh) [Communicative strategies, tactics and techniques of German and Ukrainian slogans (based on financial, insurance and consultancy services advertisement)]. In *Studia Germanica et Romanica: Inozemni movy. Zarubizhna literatura. Metodyka vykladannya: nauk. zhurnal / golov. red. V. D. Kaliuščenko*. Donetsk: DonNU. T. 10. No. 2 (29). Pp. 94-104. (In Ukr.).

9. Meshcheryakova, N. V. (2009). O yazyke sotsialnoy reklamy: osnovnye polozheniya [On the language of social advertising: fundamental principles]. In *Uchenye zapiski RGSU*. No. 3. Pp. 184-189. (In Russ.).

10. Pirogova, Yu. K. (2001). Strategii kommunikativnogo vozdeystviya v reklame: opyt tipologizatsii [Strategies of communicative impact in advertising: classification experiment]. In *Tekst. Intertekst. Kultura*. M.: Azbukovik. Pp. 543-553. (In Russ.).

11. Wells, W., Burnett, J., Moriarti, S. (1999). *Reklama – printsipy i praktika* [Advertising – principles&practice] / per. M. Artyukh. Izd-vo «Piter». (In Russ.).

12. Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford.

13. El-Daly, H. M. (2011). Towards an Understanding of the Discourse of Advertising: Review of Research with Special Reference to the Egyptian Media. In *African Nebula*. Vol. 3. Pp. 25-47.

14. Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: Critical study of language*. 2nd eds. UK. Longman.

15. Kuar, K., Arumugam, N., Yunus, N. M. (2013). Beauty product advertisements: A critical discourse analysis. In *Journal of Asian Social Science*. Vol. 9. No. 3. Pp. 61.

16. Searle, J. (1976). The Classification of Illocutionary Acts. In *Language in Society*. Vol. 5. No. 1. Pp. 1-23.

17. Vestergaard, T., Schroder, K. (1985). *The Language of Advertising*. Oxford; New York: Blackwell.

18. Ungerer, F. (2000). *English Media Texts – Past and Present: Language and Textual Structure*. Amsterdam, PA: J. Benjamin Pub.

### **SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL**

1. *KhlebSol* [Bread and salt]. 1-2/2013. Available at: <http://pressa-vsem.ru/>. (accessed: 20.02.2016).

2. *Domashniy ochag* [Hearth and home]. 2/2016. Available at: <http://pressa-vsem.ru/>. (accessed: 20.02.2016).

3. *Buen Provecho*. 3/2017. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 01.10.2017).

4. *EatingWell USA*. 5-6/2015. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 08.10.2015).

5. *Elle Russia*. 2/2016. Available at: <http://pressa-vsem.ru/>. (accessed: 20.02.2016).

6. *Elle USA*. 11/2014. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 08.10.2015).

7. *Estar Vital*. 9/2017. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 08.10.2017).

8. *Freundin*. 11/2016. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 01.10.2017).

9. *Integral*. 10/2017. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 1.11.2017).

10. *InStyle Germany*. 6/2016. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 01.10.2017).

11. *Men's Journal*. 4/ 2015. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 08.10.2015).
12. *Men's Health Germany*. 10/2013. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 01.10.2015).
13. *Vegetarian Times*. 9/2015. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 01.10.2015).
14. *Vogue Spain*. 7/2017. Available at: <http://akyla.net/>. (accessed: 08.10.2017).

**Вожова Светлана Александровна** –  
магистрант кафедры теории и практики  
перевода (e-mail: [vojova@gmail.com](mailto:vojova@gmail.com)),  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет»  
283001, Донецк, Университетская, 24

**Vozhova Svetlana A.** – Graduate Student of the  
Translation Studies Department  
(e-mail: [vojova@gmail.com](mailto:vojova@gmail.com)),  
State Educational Institution of Higher  
Professional Education «Donetsk National  
University»  
24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 06 ноября 2018 г.*

## **ЗАГОЛОВКИ СООБЩЕНИЙ КУЛЬТУРЫ, НАУКИ И ТЕХНИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ)**

*Заголовки имеют большое значение для газетной статьи, потому что они первое, с чем сталкивается читатель, именно от них зависит, заинтересуется ли он предложенным материалом, продолжит ли чтение статьи, какое впечатление оставит статья и запомнится ли ему. Они отражают не только черты, присущие тому или иному языку, но и в целом мировоззренческую картину мира читателя. Данная статья посвящена информативности как одному из средств привлечения внимания читателя. Всего было отобрано 600 заголовков методом сплошной выборки из англо- и русскоязычных изданий «The Spectator» и «Эксперт». Целью исследования является сопоставительный анализ использования информативности заголовков в статьях разной тематики с целью привлечения внимания читателя.*

**Ключевые слова:** *особенности заголовков, привлечение внимания читателя, современная пресса.*

© 2018 E. V. Kovalenko

## **HEADLINES OF CULTURAL, TECHNICAL AND SCIENTIFIC NEWS (BASED ON OF ENGLISH-LANGUAGE AND RUSSIAN-LANGUAGE MASS MEDIA)**

*Headlines are of great importance for a newspaper article, because they are the first thing, that a reader perceives, his or her further reading depends on them as well as interest to the given information and impression after reading. Also headlines are significant for the fact whether the article will be remembered or not. They reflect not only the tendencies in languages, but also the worldview of readers. This article deals with the informativity as a means of drawing a reader's attraction. The material includes 600 headlines selected by a continuous sampling method from the English edition "The Spectator" and the Russian edition "Expert". The aim of the analysis is to undertake a comparative study of the informativity as a means of drawing a reader's attraction in headlines of the articles dealing with different topics.*

**Key words:** *peculiarities of headlines, means of a reader's attention drawing, modern press.*

1. Заголовки имеют большое значение для газетной статьи, потому что они первое, с чем сталкивается читатель, именно от них зависит, заинтересуется ли он предложенным материалом, продолжит ли чтение статьи, какое впечатление оставит статья и запомнится ли ему. Публицистика, как и беллетристика, обращается к насущным проблемам и охватывает широкий круг тем, используя при этом большой диапазон выразительных средств. Для масс-медиа крайне важны не только достоверность и точность описываемых в новостных сообщениях фактов [Мельникова, 2014]. Н. Луман справедливо подчеркивает, что почти всю информацию об окружающем нас мире, мире, в котором мы живем, мы получаем благодаря средствам массовой информации [Luhmann, 2004: 57].

1.1. Изучение заголовка как наиболее специфического компонента текста привлекало внимание многих исследователей [см. работы Гуревич, 2002; Гусякова, 2007; Милованова, 2010; Мужев, 1970; Сыров, 2002; Таюпова, 2015; Kronrod, 2004], которые рассматривали феномен заголовка новостных сообщений, его функции, а также характерные черты.

1.2. Актуальность исследования обусловлена необходимостью систематического анализа особенностей заголовков современных англо- и русскоязычных масс-медийных сообщений, посвященных новостям культуры и новостям науки и техники. Объектом исследования являются англоязычные и русскоязычные заголовки информационных сообщений о новостях культуры, науки и техники, а предметом исследования – их коммуникативно-прагматические особенности.

1.3. Теоретическая ценность данного исследования заключается в том, что оно позволит дополнить существующие научные представления об особенностях заголовков новостных сообщений. Практическая ценность исследования заключается в возможности использовать его материалы в курсах по прагмалингвистике, лингвистике текста, а также на практических занятиях по переводу.

2. Материалом исследования послужили 600 заголовков статей англоязычного интернет-издания «The Spectator» и 600 заголовков русскоязычного интернет-издания «Эксперт». Журнал «Эксперт» является одним из самых влиятельных еженедельных деловых аналитических изданий России, обладающим репутацией несомненного лидера российской деловой журнальной прессы. Британский еженедельник «The Spectator» является известным консервативным журналом, специализирующимся на публикации и анализе новостей из различных сфер общественной жизни. В каждом языке 300 заголовков принадлежат статьям о новостях культуры и 300 заголовков принадлежат новостям науки и техники, например: *The biggest jazz star you've never heard of* [The Week, 2018] ‘Крупнейшая звезда джаза, о которой вы никогда не слышали’; *This robot was inspired by bees. And it can swim* [The Week, 2018] ‘На создание этого робота вдохновили пчелы. И он может плавать’; *The Black Queen представили новый альбом* [Эксперт, 2018]; *Томские политехники получили грант РФФИ и Японского общества продвижения науки* [Эксперт, 2018].

3. Высказывание, находящееся в позиции газетного заголовка, приобретает статус нормативной единицы речевого социального поведения и превращается в речевой акт. Совершение этого акта осуществляется автором по отношению к определенному адресату и при определенных условиях, сообщение наделяется определенным смыслом и реализует определенные намерения автора высказывания. То есть высказывание в позиции газетного



заголовка представляет собой специфическое социально-культурное явление, для интерпретации которого необходимо понимание языковых элементов, приемов и стратегий их выбора авторами газетного заголовка.

3.1. Так как газетный заголовок прямо или опосредованно обращается к читателю, его прагматическая функция является важнейшей. Прагматическая направленность газетного заголовка мотивирована его ролью посредника между читателем и автором текста, она реализуется в наборе языковых средств, которые автор избирает для оформления высказывания: «Речь понимается как деятельность, исходящая от субъекта и направленная адресату, а текст – это ее материализованный результат, в котором заключено не только объективно-информационное, но и прагматическое содержание» [Матвеева, 1990: 124].

3.2. Прагматическая организация заголовков информационных сообщений тесно связана с тем, какую цель преследует отправитель сообщения, с тем, как адресант оценивает общий фонд знаний, информированность, интересы, мнения и психологические особенности целевой аудитории, выступающей адресатом [Таюпова, 2015: 25]. Данные условия являются прагматическими пресуппозициями, они регулируют отношения между коммуникантами еще до непосредственного начала акта [Клюев, 2002: 86], исходя из них, автор заголовка избирает наиболее эффективные коммуникативные стратегии и тактики.

3.3. Количество сообщаемой информации может также служить источником для привлечения внимания читателя. Прежде всего информативность является одной из наиболее важных функций заголовка. По мнению С. О. Миловановой, она является приоритетной, так как заголовок помогает решить читателю, содержит ли статья что-то, что интересует его или нет [Милованова, 2010]. Так, О. Ю. Шмидт пишет, что «наиболее эффективны те заголовки, в которых содержится какая-нибудь новость» [Шмидт, 2014: 241], а Н. Кюппер придерживается мнения, что лучше относительно длинный, чем короткий, ничего не говорящий заголовок [Kürper, 1989]. Е. А. Петрова утверждает, что реализация функций заголовка достигается тогда, когда удастся «добиться необходимого эффекта – привлечь и удержать читателя» [Петрова, 2005: 205]. Однако секрет удачного заголовка прежде всего заключается в том, чтобы привлечь внимание читателя, а потому информация может сообщаться ему лишь в той степени, в которой она может его заинтересовать, чтобы затем, уже обратившись к статье, читатель мог получить её в полном объеме. Данное мнение разделяет А. Кронрод: «Заголовок не только должен сообщать читателю какую-либо информацию, но и вызывать у него желание прочитать статью полностью» [Kronrod, 2004: 683-699].

4. На основе классификации М. И. Шостак в зависимости от количества сообщаемой в заголовке информации были выделены следующие типы заголовков [Шостак, 2001: 61-67].

4.1. Заголовок, сообщающий о каком-либо событии: из заголовка понятно о каком событии будет идти речь в статье, например: *How folk rock helped crack the iron curtain* [The Spectator, 2018] ‘Как фолк-рок помог сломать железный занавес’; *Второй Фестиваль Турции пройдет в Москве* [Эксперт, 2018]; *Switzerland is experimenting with a network of blood-carrying drones* [The Spectator, 2018] ‘Швейцария экспериментирует с сетью дронов, переносящих кровь’; *На мировом рынке смартфонов ужесточается конкуренция* [Эксперт, 2018].

Из заголовка *How folk rock helped crack the iron curtain* [The Spectator, 2018] читатель понимает, о чем пойдет речь в статье, а именно о том, что фолк-рок помог сломать «железный занавес». Информация о том, как это произошло, кто был исполнителем, сумевшим это сделать, дается читателю уже в статье. Заголовок *Второй Фестиваль Турции пройдет в Москве* [Эксперт, 2018] сообщает только основную информацию: вся статья посвящена этому фестивалю, более подробная информация содержится в лиде [Гуревич, 2002: 148], содержащем опорный факт сообщения, то есть читатель практически сразу понимает, нужно ли ему знакомиться дальше со статьей или нет. Аналогично заголовки *Switzerland is experimenting with a network of blood-carrying drones* [The Spectator, 2018] и *На мировом рынке смартфонов ужесточается конкуренция* [Эксперт, 2018] сообщают одну основную новость статьи, оставляя при этом часть информации вне поля зрения читателя, чтобы он обратился непосредственно к самой публикации.

4.2. Заголовок, который не только сообщает о каком-либо событии, но и содержит дополнительную информацию, часто состоит из нескольких предложений, например: *Опера-променад «Пиковая дама», при партнерстве с брендом ОНЕГИН, продолжает встречать гостей в особняке Гончаровых-Филипповых на Яузской улице* [Эксперт, 2018]; *2 апреля в Москве состоится торжественная церемония вручения Национальной премии по прикладной экономике* [Эксперт, 2018]. Для понимания того, о чем пойдет речь в статье, выделенные элементы не обязательны, однако авторы заголовков прибегают к таким излишествам. Отличие между заголовком, описывающим определенное событие, и заголовком, сообщающим избыточную информацию, демонстрирует следующий пример: «*Второй Фестиваль Турции пройдет в Москве*» [Эксперт, 2018]. Этот заголовок, как было упомянуто выше, просто сообщает о событии. А вот его лид, вынесенный как заголовок, сообщал бы большее количество дополнительной информации: «Фестиваль Турции пройдет в центре Москвы в парке «Красная Пресня» с 10 по 12 августа 2018 года.

Фестиваль организован при поддержке Департамента культуры города Москвы, Министерства культуры и туризма Турции и Посольства Турции в России». Таким образом, заголовок, сообщающий дополнительную, избыточную информацию, по ее объему приближается к лиду.

4.3. Заголовок, который в общем виде сообщает о тематике статьи. Читатель примерно понимает, о какой сфере или о каком предмете пойдет речь, но не может предугадать содержание статьи, например: *The decline of Portlandia* [The Spectator, 2018] ‘Упадок «Портландии»»; *How to be happy, according to science* [The Spectator, 2018] ‘Как быть счастливым согласно науке’; *Бессмертный фолк* [Эксперт, 2018]; *Новые акценты науки* [Эксперт, 2018].

В статье, озаглавленной *The decline of Portlandia*, говорится о том, что сериал «Портландия», который вступил в завершающий восьмой сезон, расширил рамки телевизионной комедии, и, как следствие, стал говорить о слишком серьезных вещах, и потому его популярность пошла на спад. Из заголовка читатель узнает, что речь пойдет об известном в Англии сериале, но как именно он будет связан со словом упадок – неизвестно: это может быть оценка всего сериала, это может быть отсылка к какому-либо эпизоду, это может касаться игры актеров, сценария или популярности среди телезрителей. Заголовок *How to be happy, according to science* сообщает читателям, что в статье они узнают о том, как, согласно науке, быть счастливым. Но какой именно области человеческой деятельности будут касаться эти советы, читатель узнает уже из самой статьи. В русскоязычном издании *Бессмертный фолк* и *Новые акценты науки* также лишь в общих чертах сообщают, о чем будет говориться в статье. Слово «фолк» относит читателя к фольклору, а «новые акценты науки» дают понять, что речь пойдет о пересмотре научных приоритетов.

4.4. Интригующий заголовок, когда читатель не может даже предположить, о чем пойдет речь в статье, например: *Handmaid, woman, mother* [The Spectator, 2018] ‘Служанка, женщина, мать’; *It's time to bring back the \$500 bill* [The Spectator, 2018] ‘Пора вернуть купюру в \$500’; *Всё не то, чем кажется* [Эксперт, 2018]; *Развал завалов* [Эксперт, 2018].

Заголовок *Handmaid, woman, mother* вызывает любопытство своей неопределенностью: читатель может предугадать, что речь, вероятно, пойдет о женщине. В действительности же в статье анализируется финал второго сезона сериала «Рассказ служанки». *It's time to bring back the \$500 bill* в качестве заголовка не сообщает читателю ни о чем, кроме величины купюры, не уточняется, кто должен ее вернуть, кому и зачем. Более того, то, что слово «bill» в заголовке употреблено именно в значении «купюра» становится понятно только ретроспективно, до этого заголовок может быть прочитан также как ‘Пора вернуть чек в \$500’. Заголовки русскоязычного издания «Эксперт» *Всё не*

то, чем кажется и *Развал завалов* сообщают еще меньше информации: они могут быть отнесены к статье абсолютно любой тематики, читатель не может даже приблизительно предположить, чего они будут касаться.

5. Изоморфной чертой проанализированных заголовков является то, что англо- и русскоязычные заголовки культуры тяготеют к типу, в общем виде сообщающему о тематике статьи (см. табл. 1, 2). Они занимают первое место среди англо- и русскоязычных заголовков культуры и второе среди англо- и русскоязычных заголовков науки и техники. Читатель заранее знает, о чем пойдет речь в статье, часто в заголовок выносятся названия художественных произведений или популярных технических приборов, приложений. Публикации привлекают читателя к тексту тем, что содержат необходимые интересные для него сведения. Эти заголовки более полно реализуют информативную функцию [Гусякова, 2007: 87], чем заголовки, стремящиеся заинтриговать читателя минимумом информации.

Таблица 1. *Виды заголовков статей о новостях культуры по типу сообщаемой информации*

<b>Виды заголовков</b> / <b>Язык</b>	<b>Англоязычные заголовки</b>	<b>Русскоязычные заголовки</b>
1. Заголовок, сообщающий о каком-либо событии	56 (18,7%)	50 (16,7%)
2. Заголовок, содержащий дополнительную информацию	–	17 (5,7%)
3. Заголовок, в общем виде сообщающий о тематике статьи	152 (50,7%)	121 (40,3%)
4. Заголовок, предоставляющий минимум информации	92 (30,6%)	112 (37,3%)
<b>Всего</b>	<b>300 (100%)</b>	<b>300 (100%)</b>

Таблица 2. *Виды заголовков статей о новостях науки и техники по типу сообщаемой информации*

<b>Виды заголовков</b> / <b>Язык</b>	<b>Англоязычные заголовки</b>	<b>Русскоязычные заголовки</b>
1. Заголовок, сообщающий о каком-либо событии	32 (10,7%)	44 (14,6%)
2. Заголовок, содержащий дополнительную информацию	–	2 (0,7%)
3. Заголовок, в общем виде сообщающий о тематике статьи	129 (43%)	101 (33,7%)
4. Заголовок, предоставляющий минимум информации	139 (46,3%)	153 (51%)
<b>Всего</b>	<b>300 (100%)</b>	<b>300 (100%)</b>

5.1. Сообщения о новостях науки и техники, в свою очередь, тяготеют именно к интригующему типу, в то время как среди заголовков новостей культуры они занимают второе место (см. табл. 1, 2). Согласно выводам Чип и Дэна Хизов, эффективным способом влияния на поведение целевой аудитории и удержания ее внимания, является демонстрация чего-то неожиданного: сначала захватывается внимание читателя, а затем поддерживается появившийся интерес. Успех удивляющих заголовков заключается в том, что центр удовольствия, находящийся в человеческом мозге, сильнее активизируется, когда с человеком происходит что-то неожиданное. Подсознательно это также связано со стремлением получить новый опыт [Heath, 2008: 63-98].

5.2. Алломорфной особенностью является то, что среди русскоязычных заголовков культуры, науки и техники встречаются такие, которые сообщают дополнительную информацию (см. табл. 1, 2), в то время как среди англоязычных они полностью отсутствуют. Это связано с тем, что некоторые статьи журнала «Эксперт» выполняют роль афиши, рассказывая о мероприятиях, которые читатели могут посетить. Как отмечает В. С. Мужев, соотношение функций в заглавии зависит от вида публикации [Мужев, 1970].

5.3. Изоморфной чертой является умеренное использование заголовков, повествующих о каком-либо событии, они занимают 3 место как в англо- и русскоязычных заголовках культуры, так и в англо- и русскоязычных заголовках науки и техники (см. табл. 1, 2).

6. В целом среди интригующих заголовков новостей культуры, науки и техники преобладают русскоязычные. Англоязычные заголовки преобладают среди заголовков, в общем виде сообщающих о тематике статьи. Они стремятся заинтересовать читателя своей темой и оценкой, а русскоязычные – тем, что содержание статьи окажется сюрпризом для читателя. Таким образом, в организации заголовков можно увидеть подтверждение стереотипа о загадочной русской душе, которая стремится к неизведанному и загадочному, в противовес рациональной «западной», которая действует логически и ищет всему объяснения.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2002. 288 с.
2. Гусякова Н. В. Функциональная специфика полиструктурных газетных заголовков // Вестник Ставропольского государственного университета, 2007. № 48. С. 86-89.
3. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. М.: Рипол Классик, 2002. 315 с.
4. Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. 168 с.
5. Мельникова Е. А. Точность и достоверность как критерии информативности текста новостного сообщения // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание, 2014. № 5 С. 94-100.

6. Милованова С. О. Газетный заголовок как средство актуализации смысла // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2010. № 1. С. 368-372.
7. Мужев В. С. О функциях заголовков // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. Вопросы романо-германской филологии. Москва, 1970. Вып. 55. С. 86-94.
8. Сыров И. А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2002. № 3. С. 59-68.
9. Таюпова О. И. Прагматический потенциал заголовков в современных публицистических текстах // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 21-26.
10. Шмидт О. Ю. Заголовок в спортивных СМИ: значение рекламной функции // Вестник Воронежского государственного университета. 2014. № 1. С. 241-244.
11. Шостак М. И. Репортер: профессионализм и этика. М., 2001. 137 с.
12. Heath C., Heath D. *Made to Stick*. New York: Random House Publishing Group, 2008. 291 p.
13. Kronrod A., Engel A. Accessibility theory and referring expressions in newspaper headlines // *Journal of Pragmatics*. 2004. No. 33. P. 683-699.
14. Küpper N. Blickaufzeichnung. Erforschung des Leserverhaltens beim Zeitungslesen // DD-Sonderbeilage. Forschungsprojekt Blickaufzeichnung. Ostfildern: Deutscher Drucker Verlag. 1989. No. 31. S. 97-104.
15. Luhmann N. *Die Realität der Massenmedien*. 3 Aufl. Opladen: Verlag für Sozialwissenschaft, 2004. 126 p.

#### REFERENCES

1. Gurevich, S. M. (2002). *Gazeta: vchera, segodnya, zavtra* [The newspaper: yesterday, today, tomorrow]. Moskva: Aspekt Press. (In Russ.).
2. Guslyakova, N. V. (2007). Funktsionalnaya spetsifika polistrukturnykh gazetnykh zagolovkov [Functional specific of polystructural newspaper heading]. In *Vestnik Stavropolskogo gosudarstvennogo universiteta*. No 48. Pp. 86-89. (In Russ.).
3. Klyuev, E. V. (2002). *Rechevaya kommunikatsiya. Uspeshnost rechevogo vzaimodeystviya* [Speech communication. Efficiency of speech interaction]. Moskva. (In Russ.).
4. Matveeva, T. V. (1990). *Funktsionalnye stili v aspekte tekstovykh kategoriy: Sinkhronno-sopostavitelnyy ocherk* [Functional styles in terms of text category: synchronistic comparative essay]. Sverdlovsk: Izdatelstvo Uralskogo universiteta. (In Russ.).
5. Melnikova, E. A. (2014). Tochnost i dostovernost kak kriterii informativnosti teksta novostnogo soobshcheniya [Accuracy and reliability as criteria of informativeness in the news story] In *Vestnik VolGU. Seriya 2: Yazykoznanie*. No. 5. Pp. 94-100. (In Russ.).
6. Milovanova, S. O. (2010). Gazetnyy zagolovok kak sredstvo aktualizatsii smysla [Newspaper headline as a mean of sense actualization] In *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. No. 1. Pp. 368-372. (In Russ.).
7. Muzhev, V. S. (1970). O funktsiyakh zagolovkov [About headline's functions]. In *Uchenye zapiski MGPIIYa im. M. Toreza. Voprosy romano-germanskoy filologii*. Moskva. No. 55. Pp. 86-94. (In Russ.).
8. Syrov, I. A. (2002). Funktsionalno-semanticheskaya klassifikatsiya zaglaviy i ikh rol v organizatsii teksta [Functional-semantic classification of headlines and their role in the organization of the text]. In *Filologicheskie nauki. Nauchnye doklady vysshey shkoly*. No. 3. Pp. 59-68. (In Russ.).

9. Tayupova, O. I. (2015). Pragmatischeskiy potentsial zagolokov v sovremennykh publitsisticheskikh tekstakh [Pragmatic potential of headlines in modern journalistic texts]. In *Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya*. No. 4. Pp. 21-26. (In Russ.).

10. Shmidt, O. Yu. (2014). Zagolovok v sportivnykh SMI: znachenie reklamnoy funktsii [The headline in the sports media: the value of advertising functions]. In *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*. No. 1. Pp. 241-244. (In Russ.).

11. Shostak, M. I. (2001). *Reporter: professionalizm i etika* [Reporter: professionalism and ethics]. Moskva. (In Russ.).

12. Heath, C., Heath D. (2008). *Made to Stick*. New York: Random House Publishing Group.

13. Kronrod, A., Engel, A. (2004). Accessibility theory and referring expressions in newspaper headlines. In *Journal of Pragmatics*. No. 33. Pp. 683-699.

14. Küpper, N. (1989). Blickaufzeichnung. Erforschung des Leserverhaltens beim Zeitungslesen. In *DD-Sonderbeilage. Forschungsprojekt Blickaufzeichnung*. Ostfildern: Deutscher Drucker Verlag. No. 31. S. 97-104

15. Luhmann, N. (2004). *Die Realität der Massenmedien*. 3 Aufl. Opladen: Verlag für Sozialwissenschaft.

**Коваленко Екатерина Витальевна** –  
магистрант кафедры теории и практики  
перевода (e-mail: KovalenkoEck@yandex.ru),  
Государственное образовательное  
учреждение высшего профессионального  
образования «Донецкий национальный  
университет»  
283001, Донецк, Университетская, 24

**Kovalenko Ekaterina V.** – Graduate Student of the  
Translation Studies Department  
(e-mail: KovalenkoEck@yandex.ru),  
State Educational Institution of Higher  
Professional Education «Donetsk National  
University»  
24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 07 ноября 2018 г.*

## **ЭТИМОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГУСТАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО, НЕМЕЦКОГО И УКРАИНСКОГО ЯЗЫКОВ)**

*В статье проводится этимологический анализ густативных лексем (лексем со значением вкуса) в английском, немецком и украинском языках, анализируется этимологическая мотивация образования производных в исследуемых лексемах. Восстановление первичных форм и значений слов происходит благодаря приему реконструкции.*

**Ключевые слова:** *этимология, праформа, заимствования, реконструкция, генетическое родство форм.*

© 2019 M. N. Mokhosoeva

## **ETYMOLOGICAL ANALYSIS OF GUSTATORY LEXICAL UNITS (BASED ON ENGLISH, GERMAN AND UKRAINIAN)**

*In the article the etymological analysis of the main gustatory lexical units has been carried out, the etymological motivation of the lexis derivatives under study has been determined. The method of reconstruction helps to reveal primary forms and meanings of the studied words.*

**Key words:** *etymology, pre-form, adoption, reconstruction, genetic relation of forms.*

Этимологический анализ позволяет определить происхождение слов со значением вкуса и установить, за счет каких лексических ресурсов сформировалась исследуемая лексика. Английский, немецкий и украинский языки являются генетически родственными, что позволяет отождествлять основы слов этих языков с индоевропейскими праформами, реконструировать соответствующую первичную форму слова с первичной мотивацией и первичным значением [Mallory, 2006: 41–43].

Целью статьи является установление связи между формой и значением в лексемах со значением вкуса в английском, немецком и украинском языках.

Важность диахронического подхода для толкования современного состояния лексической единицы является неценимой [Linguistic Universals and Language Change, 2008: 80–112]. Исследователь может воспользоваться достижениями исторической лексикологии, изучающей закономерности формирования, развития и пополнения словарного состава языка от древнейших времен до его современного состояния. С этой целью используется метод этимологизации, который помогает определить происхождение слова, раскрыть его первичное значение и проследить характер и историю перемен, которые оно перетерпело в процессе своей эволюции [Lipka, 2002: 24; Mallory, 2006:



42–43]. «Лингвистика, – отмечает А. Чикобава, – немыслима без принципа историзма. Более того, помощи истории требует и описание системы языка, иначе научное описание языка будет сведено к простой регистрации непонятных фактов» [Чикобава, 1980: 6].

Применение сравнительного метода при этимологическом исследовании позволяет учитывать междиалектные и межъязыковые связи, всесторонне освещая происхождение слова, поскольку этот метод основывается «на научных приемах реконструкции не зафиксированных письменно языковых фактов путем планомерного сравнения соответствующих более поздних фактов двух или более конкретных языков, известных по письменным памятникам или непосредственно по их употреблению в речи» [Кочерган, 2001: 213-214].

Проведем этимологический анализ прилагательных, обозначающих сладкий, горький, соленый, кислый вкус в английском, немецком и украинском языках, которые передают основные вкусовые качества, а также существительных со значением ‘вкус’, связывающих все наименования вкуса одноименной семьей.

### 1. Этимология существительных со значением ‘вкус’

Праформа \**geus-* (см. табл.) (санскрит *jus-* ‘наслаждаться’) порождает слова итал. языка *gusto* ‘вкус’, лат. *gustus* ‘дегустация’, которые соотносятся с лат. *gustare* ‘смаковать’ [Mallory, 2006: 334–336]. Эта праформа претерпевает семантические изменения и находит отображение в лексемах ст.-англ. языка *cosan*, *cesan* ‘выбирать’, гот. *kausjan* ‘испытывать’, нем. *kosten* ‘иметь определенный вкус’. Отглагольная форма принимает участие в последующем процессе словообразования, ср.: лат. *degustatio* ‘дегустация’, *degustare* ‘пробовать на вкус’, англ. *degustation*, укр. *дегустація*.

Таблица. Праформы лексики со значением вкуса в английском, немецком и украинском языках

Праформы	Языки	Прилагательные, существительные и глаголы сопоставляемых языков, образованные от праформ		
		Англ.	Нем.	Укр.
<i>1</i>		<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
* <i>geus-</i>		<i>a degustation</i>	<i>Kosten (n)</i>	<i>дегустація</i>
		<i>a degustator</i>	<i>Koster (m)</i>	<i>дегустатор</i>
* <i>smakk-/smag-</i>		<i>a smack</i>	<i>Schmack (m), Geschmack (m)</i>	<i>смак</i>
		<i>smack</i>	<i>schmecken</i>	<i>смакувати</i>
ие. * <i>suād-</i> ‘сладкий, приятный на вкус’; псл. * <i>solidъ</i> , * <i>solidъ-kъ</i>		<i>sweet</i>	<i>süß</i>	<i>солодкий</i>
		<i>a sweetness</i>	<i>Süßigkeit (f)</i>	<i>солодкість</i>
		<i>sweeten</i>	<i>süßen</i>	<i>солодити</i>

Окончание табл.

1	2	3	4
ие. *sal- / *sel- ‘соль’; псл. *solb	salt	salzig, gesalzen	солоний
	a salt	Salz (n)	сіть
	salt	salzen	солити
	bitter	bitter	гіркий
нем. *bīt-ra/ bait-ra; псл. *горькъ ‘горький’, *горьць ‘горькость’	a bitter, a bitterness	Bitterkeit (f)	гіркість
	taste bitter	bitter schmecken	гірчити
	sour	sauer	кислий
*sep-	a sapor ‘вкус’, a sapidity <sup>1</sup> ‘вкус’		
	Sapid <sup>1</sup> ‘вкусный’		

В. В. Левицкий указывает на германскую праформу \*smack / smag- ‘пробовать на вкус’: нем. *schmecken* ‘пробовать на вкус, есть’, нем. *Schmack, Geschmack* ‘вкус’, которая берет начало от ие. \*smeg(h)- ‘лакомиться’ [Левицкий, 2010: 486]. Слово *смакъ* появляется в XVII в. как заимствование с польского – пол. *smak, smakować* происходит от двн., свн. *smac* ‘вкус, запах’, свн. *smacken* ‘смаковать’, родственных англ. *smack* ‘смаковать’. Этимологический словарь М. Р. Фасмера также указывает на связь укр. *смак* з пол. *smak*, двн. *gismac*, свн. *gesmac(h)* ‘вкус’. Укр. *смакувати* происходит от свн. *smacken, smecken* ‘пробовать на вкус’ [Фасмер, 1987, Т. 3: 673].

Проследим этимологию происхождения синонимичных существительных в английском языке *taste, flavour, smack<sup>1</sup>, relish, savour, sapor, palate<sup>2</sup>* со значением ‘вкус’.

Существительные английского языка со значением вкуса *taste, flavour* ‘вкус’, а также прилагательное *tasty*, согласно данным этимологических словарей, произошли от существительных фр. языка: *taste* было заимствовано от ст.-фр. лексемы *tast*; *flavour* происходит от ст.-фр. существительного *flaour* ‘запах, аромат’, ст.-ит. *fiatore* ‘плохой запах’. Связь лексем, обозначающих запах, с лексемами вкуса объясняется зависимостью вкусового ощущения от запаха еды. Так, в XVII в. ‘taste, savor’ имело значение ‘элемент вкуса, который зависит от ощущения запаха’ [Левицкий, 2010: 452].

Значение *tasty* ‘вкус, привкус’ датируется XIV веком. В XVII в. появляется значение ‘эстетический взгляд’, в XVIII в. лексема английского языка *tasty* приобретает значение ‘имеющий вкус, изысканный’. Глагол английского языка *to taste* происходит от ст.-фр. *taster* со значениями ‘прикасаться, ощущать, пробовать’. Отсюда *tasty* ‘приятный на вкус’. Другая англ. лексема с похожей семантикой *relish* уст. ‘приятный вкус, привкус’ происходит от ст.-фр. *relais, reles* ‘привкус, который остался после чего-л.’. Со временем развились значения англ. *to relish* ‘получать большое удовольствие от чего-л.’; *relish*<sup>1</sup> ‘большое удовольствие’ [Левицкий, 2010: 443].

Праформа \**sep-* ‘смаковать, воспринимать’ дала начало словам ст.-англ. языка *sefa*, ст.-вн. *antseffen* ‘разум, проницательность’, ст.-фр. *sapient*, лат. *sapere* ‘иметь вкус, быть мудрым’. В современном английском языке образовались существительное *sapor* ‘вкус’; прилагательное *sapid*<sup>1</sup> ‘вкусный’, *sapid*<sup>2</sup> ‘интересный’; производное существительное *sapidity*<sup>1</sup> ‘вкус’, *sapidity*<sup>2</sup> ‘содержательность’, *sapience* ‘мудрость’.

Существительное англ. языка *palate*<sup>1</sup> ‘нёбо’ происходит от лат. *palatum* ‘нёбо’, ст.-фр. *palat*; англ. *palate*<sup>2</sup> ‘вкус’ – результат развития значения. Англ. существительное *savour (savor)* ‘вкус’, прилагательное *savoury (savory)* ‘пикантный, пряный, аппетитный’ образованы от ст.-фр. *savoure* ‘смаковать, наслаждаться’.

В ходе сопоставительного изучения лексики исследуемых языков выделяются пары слов, для которых характерна очень высокая степень внешнего, формального сходства. Лексические соответствия такого типа больше всего присущи близкородственным языкам. С точки зрения формальных соответствий сопоставляемых единиц, слова, которые полностью совпадают по форме, относятся к «межъязыковым омонимам» [Грабчиков, 1980: 44]. Среди лексем со значением вкуса к межъязыковым омонимам относятся англ. *bitter* и нем. *bitter*; англ. *degustation* и укр. *дегустация*; англ. *degustator* и укр. *дегустатор*; англ. *smack*, нем. *Schmack (m)* и укр. *смак*. Расхождения по форме являются закономерными, они мотивированы фонетической, графической и словообразовательной системами каждого из языков [Виллюман, 1981: 68–83; Пирс, 2000: 19].

Слова с частичным совпадением формы, или “межъязыковые паронимы” [Грабчиков, 1980: 44], частично сохранили общие элементы значения вследствие общего происхождения, но приобрели дополнительные компоненты, разные для сопоставляемых языков. Среди слов со значением вкуса к межъязыковым паронимам относим англ. *smack* и нем. *Geschmack (m)*; англ. *salt / salty*, нем. *salzig / gesalzen* и укр. *солоний*. Совпадение по форме обусловлено общим происхождением слов [Ringe, 2006: 18–60]. Такие лексические

единицы являются аналогами и определяются как общекоренные слова разных языков, которые возникли в результате заимствования [Вилюман, 1981: 68-83].

## **2. Этимология прилагательных, обозначающих сладкий вкус**

Прагерманская форма *\*swōtja-* / *swōtu-*, лексема греческого языка *hēdys*, лат. *suāvis* свидетельствуют о соединении сем 'сладкий' и 'приятный'. Тут прослеживается связь с ие. корнем *\*suād* – 'сладкий, приятный на вкус' [Фасмер, 1987, Т. 3: 719].

В процессе деэтимологизации, вследствие исторических изменений формы и значения слов, изменений словообразовательных моделей, произошло затемнение связи между некоторыми словами со значением вкуса [Тимейчук, 2007: 98]. Так, толковые словари исследуемых языков не указывают на происхождение лексемы, обозначающей *сладкий* вкус, от наименования со значением *соленый*, а только называют эталоном *соленого* вкуса *соль*, *сладкого* – *мед*, *сахар*. В этимологическом же словаре германских языков В. В. Левицкого объясняется связь праславянских форм *\*solь* 'соль' и *\*soldь-kъ* 'сладкий' и ие. *\*sal-* / *\*sel-* 'соль', на которой основывается заключение автора о таком развитии значения *сладкий*: 'соленый → приправленный, вкусный → сладкий' [Левицкий, 2010: 439].

Слово *сладкий*, по мнению М. Р. Фасмера и других ученых, имеет общее происхождение с лит. *saldūs* и латыш. *salds* 'сладкий', которые далее связаны с псл. *solь* 'соль', гот. *salt*, лат. *sāl* и греч. *ἄλς* 'соль'. Первичное значение лексемы *солодкий* в укр. языке было 'соленый, вкусный, пряный'. Название образовано от псл. корня *\*soldь* 'солод, сладости; сладкий' (раньше 'соленый, вкусный'). Лексема рус. языка *сладкость* в XIV – XV вв. имела значение 'наслаждение, удовольствие' [ЭССЯ, 1980: 255].

Таким образом, сладкий вкус ассоциировался с наслаждением, радостью, приятными впечатлениями.

## **3. Этимология прилагательных, обозначающих горький вкус**

Расширение значения полисемичных слов со значением горького вкуса англ. *bitter*, укр. *гіркий*, нем. *bitter* и образование производных лексико-семантических вариантов с негативной семантикой 'плохой, мучительный, тяжелый' также становится понятным благодаря этимологическому анализу. Лексемы англ. *bitter*, нем. *bitter* – 'горький, едкий' происходят от германской праосновы *\*bīt-ra* / *bait-ra* 'разъедающий'. Этимологический словарь украинского языка указывает на образование псл. формы *горькь* от глагола *gorēti* 'гореть', первичное значение которого 'палящий', отсюда 'жгучий', далее 'горький' [ЕСУМ, 1982: 516]. Древнерусское слово *горьчица* имело значение 'горькое зелие', а также 'огорченная, в горе находящаяся'.

Про ассоциацию горького вкуса с неприятными эмоциями и переживаниями человека свидетельствуют такие этимологические данные: от основы глагола *gorēti*, именной основы *\*gori-*, образовались прилагательные *\*gor'e* и *\*gorьkь* со значениями 'хуже', укр. 'гірше', 'гірший'. М. Р. Фасмер допускает наличие связи лексемы *горький*, укр. *гіркий* с нвн. *garstig* 'гадкий', а также свн. *garst* 'испорченный (на вкус)' [Фасмер, 1986, Т. 1: 445].

Прилагательные, обозначающие горький вкус в английском и немецком языках, имеют идентичное фонетическое оформление, что объясняется генетическим родством языков. Звуковые соответствия между языками – результат заимствований [Луценко, 2009: 18].

#### **4. Этимология прилагательных, обозначающих соленый вкус**

Преыдущий анализ показал общую праформу для лексем *соленый* и *сладкий*, этимологические словари указывают также на связь слова *соль* со словом *море* – в значении 'море' использовалось древнегреч. *ἄλς* и лат. *sal*.

Похожее фонетическое оформление имеют ие. праформа *\*sal / sel-*, германская *\*salta*, псл. *solь*, англ. *salt*, нем. *das Salz* – 'соль'. Слова лат. языка *sal, salis* 'соль', *salio, salso* 'солить', *salsus* 'соленый, остроумный' стали причиной возникновения ряда производных: лат. *salsa* 'соленые блюда, шутки, юмор', *salse* 'солено, остроумно', *salsitas* 'соленость, насмешливость, язвительность'. Объясняется такое расширение значения тем, что остроумие служит приправой к беседе, как соль – приправой к еде.

Из лат. языка эти значения были заимствованы другими языками, например, в англ. языке *salt*<sup>6</sup>, *salty*<sup>2</sup> (о высказывании или шутке) 'непристойный (о высказывании); остроумный, но иногда грубоватый'; *salt*<sup>7</sup> 'едкий, острый (о шутке)'; укр. *солоний*<sup>5</sup> разг. 'выразительный, находчивый, но грубый; непристойный'. Остроумная шутка не всегда бывает пристойной, поэтому в языках, в которых слово 'соленый' значит 'смешной', оно имеет значение разной степени неподобающего поведения от 'пикантный' до 'непристойный', ср.: англ. *a salt joke* досл. 'соленая шутка'; нем. *attisches Salz* 'аттическая соль, утончённое остроумие, изящная шутка'; *eine Rede ohne Salz und Schmalz* досл. 'речь, лишенная соли и смальца' – 'бесцветная (нудная) речь'; укр. *солоний жарт*; укр. *додавати / додати солі (перцю)* 'делать остроумным, острым, язвительным, едким (о высказывании)'; укр. *відважити солі [добре]* 'ответить грубо, обидно, колко'. Специфической для немецкого языка является ассоциация остроумной шутки с перцем: нем. *ein gepfeffertes Witz* досл. 'наперченная шутка' – 'непристойная шутка'.

Соль – вещество, которое занимает важную роль в жизни человека. Исторические факты указывают на то, что в Эфиопии бруски соли до конца XIX века служили денежным средством, наравне с металлическими монетами. В Европе соль играла

значительную роль в экономике, особенно важными были налоги на ее продажу. Так, в Риме существовал термин *annona salaria* ‘годовой доход от продажи соли’. Римским легионерам и гражданским чиновникам был назначен соляной паек – определенное количество соли, которое выдавали в счет платы, *salarium*. Со временем значение этого слова расширилось, и оно стало означать оклад работника, гонорар (например, врача). От этого слова произошло ст.-фр. *salarie*, а потом и англ. *salary* ‘заработная плата, доход’.

Соль также является символом долголетия благодаря ее способности сохранять продукты, что было особенно важно до появления консервов, пастеризации и холодильников. Позже развилось значение с негативным оттенком ‘скрывать’, ‘припрятывать’, напр.: англ. *salt sth away* – ‘припрятать что-л. на будущее тайно и часто нечестным путем’.

### **5. Этимология прилагательных, обозначающих кислый вкус**

Согласно данным этимологических словарей, лексемы англ. *sour* и нем. *sauer* происходят от германской праформы *\*sura-* и древнсканд. прилагательного *sur*, который имеет значения *sur*<sup>1</sup> ‘имеющий кислый, едкий или резкий вкус; свидетельствующий о плохом настроении’; *sur*<sup>2</sup> ‘кислотный’; *sur*<sup>3</sup> ‘мрачный, раздраженный, злой’; *sur*<sup>4</sup> ‘неприятный, раздражительный’ [Фасмер, 1986, Т. 4: 303].

Н. А. Луценко указывает на необходимость исходить из первичности субстантивных образований (иными словами, первая часть речи – существительное) [Луценко, 2009: 15]. Это положение подтверждается данными этимологического словаря славянских языков: от слав. праформы *\*kvasъ* ‘закваска, квас’ происходят родственные праформы глаголов *\*kysnŏti* со значением ‘киснуть’, *\*kysěti*, *\*kysiti* ‘отдавать кислотой’, прил. *\*kvasьnъ(jь)* ‘квашеный, кислый’ [ЭССЯ, 1980: 152-159]. Лексема *киснути* с прямым номинативным значением ‘киснуть, долго мокнуть’ в укр. языке приобретает диалектное значение ‘плакать без причины; дремать, ждать’.

Наименования кислого вкуса в украинском языке родственны также древнеинд. *kváthati* ‘кипятить, варить’, отсюда укр. *квасити, розквасити*. Как считает А. А. Потеня, вначале *квасити* имело значение ‘делать мокрым’ [Потеня, 1875: 198]. Близкородственные слова *квасиво, закваска* происходят от праформы *\*kvāsiā*, которая, в свою очередь, связана со словом *квас*. Этимологические словари также указывают на связь укр. *киснути* с болг. *кисна* ‘мочить, киснуть, мокнуть’; чеш. *kysáti* ‘бродить, подходить (о тесте)’; пол. *kisáć* ‘бродить, тухнуть, гнить’ [Фасмер, 1986, Т. 2: 239].

### **6. Выводы**

Сопоставительный анализ лексем со значением вкуса в английском, немецком и

украинском языках позволил сделать следующие выводы:

**6.1.** Лексемы, обозначающие вкус, имеют разное происхождение. В наименованиях вкуса отражены результаты процесса познания человеком вкусовых качеств, они зафиксированы в лексикографических памятках разных времен, что позволяет отнести эту лексику к древнейшим слоям языкового грунта.

Наименования вкуса в исследуемых языках характеризуются семантической наполненностью, что обусловлено древностью происхождения этих слов и их способностью обозначать жизненно важные функции защитных реакций организма, образовавшихся в процессе длительной эволюции человека в условиях труда и взаимодействия с окружающей средой. Слова, обозначающие вкус, отображают результат познавательной деятельности человека в одной из сенсорных сфер.

**6.2.** Среди наименований вкуса большую часть составляют номинации индоевропейского (англ. *sweet*, нем. *süß*, укр. *солодкий*; англ. *salt*, нем. *salzig*, укр. *солоний*) и праславянского (укр. *гіркий, кислий*) лексических фондов.

Степень деэтимологизации основных наименований вкуса различна. Так, слова укр. *солодкий, гіркий, кислий* полностью деэтимологизовались и их связь с основами \**solъ* – \**soldъкъ*, \**goreti* – \**gorkъ*, \**kyzati* – \**kyslъ* устанавливается только путем этимологического анализа, в то время как звуковой образ и семантика слова укр. *солоний* указывает на этимологическую связь с существительным *сіль* (\**solъ* – \**solnъ*).

В случае утраты словом прежних этимологических связей, его мотивированность прослеживается только в историко-этимологических срезах, а мотивирующий признак не воспринимается носителями языка на современном этапе его развития.

**6.3.** Исследование доказывает общность происхождения праформ густативной лексики в английском, немецком и украинском языках. Родство языков и единство праформ обусловили высокий уровень межъязыковой омонимии и межъязыковой паронимии в исследуемых лексемах.

#### Условные сокращения:

Англ. – английский	Псл. – праславянский
Болг. – болгарский	Свн. – средневерхненемецкий
Гот. – готский	Ст.-англ. – староанглийский
Двн. – древневерхненемецкий	Ст.-вн. – старовержненемецкий
ЕСУМ – этимологічний словник української мови	Ст.-ит. – староитальянский
Ие. – индоевропейский	Ст.-слав. – старославянский
Итал. – итальянский	Ст.-фр. – старофранцузский
Лат. – латинский	Укр. – украинский
Нем. – немецкий	Чеш. – чешский
Пол. – польский	ЭССЯ – этимологический словарь славянских языков

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вильюман В. Г., Соболева П. А. Семантико-синтаксические проблемы в контрастивной лингвистике // Проблемы структурной лингвистики. М.: Наука, 1981. С. 68-83.
2. Грабчиков С. М. Межъязыковые омонимы и паронимы: Опыт русско-белорусского словаря. Минск, 1980. С. 40-46.
3. Кочерган М. П. Проблеми зіставної семантики // Збірник наукових статей. К.: КДЛУ, 2001. Вип. 5. С. 213-214.
4. Луценко Н. А. Истории наших слов: диахронно-лексикологические этюды. Донецк: Вебер, 2009. 370 с.
5. Пирс Ч. С. Логические основания теории знаков. СПбГУ: Алетейя, 2000. С. 19-38.
6. Потеня А. А. Филологические записки. Воронеж, 1875. Вып. 2. 198 с.
7. Тимейчук Н. О. Прикметники смаку у творах Плавта, Горація та Петронія (лексико-семантичний аспект): дис. ... канд. філол. наук. Львів, 2007. 215 с.
8. Чикобава Арн. История и лингвистика // Вопросы языкознания. 1980. № 6. С. 3-12.
9. Kiyko S., Levitskiy V. Statistical Analysis of Verb Polysemy in Modern German // Problems of Quantitative Linguistics: A Collection of Papers. Chernivtsi: Ruta, 2005. P. 210-244.
10. Linguistic Universals and Language Change / Ed. by Jeff Good. Oxford: Oxford University Press, 2008. P. 80-112.
11. Lipka L. English lexicology: lexical structure, word semantics and word-formation. Tübingen: Narr, 2002. 224 p.
12. Mallory J. P. The Oxford introduction to Proto-Indo-European and the Proto-Indo-European world. Oxford University Press Inc., New York, 2006. 731 p.
13. Ringe D. From Proto-Indo-European to Proto-Germanic. New York: Oxford University Press, 2006. Vol. 1. 366 p.

### СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Етимологічний словник української мови: у 7 т. К.: Наукова думка, 1982. Т. 1. 631 с.
2. Левицкий В. В. Этимологический словарь германских языков: в 2 т. Винница: Нова Книга, 2010. Т. 1. 616 с.
3. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. М.: Прогресс, 1986-1987. Т. 1. 653 с.; Т. 2. 750 с., Т. 3. 723 с., Т. 4. 754 с.
4. Этимологический словарь славянских языков: Праславянский лексический фонд. М.: Наука, 1980. 280 с.

### REFERENCES

1. Vilyuman, V. G., Soboleva, P. A. (1981). Semantiko-sintaksicheskie problemy v kontrastivnoy lingvistike [Semantic and syntactic problems in contrastive linguistics]. In *Problemy strukturnoy lingvistiki*. Moskva: Nauka. Pp. 68-83. (In Russ.).
2. Grabchikov, S. M. (1980). *Mezhyazykovye otonimy i paronimy: Opyt russko-beloruskogo slovarya* [Interlingual homonyms and paronyms: the experience of the Russian-Belarusian dictionary]. Minsk. Pp. 40-46. (In Russ.).
3. Kochergan, M. P. (2001). Problemy zistavnoyi semantyky [Problems of comparative semantics]. In *Zbirnyk naukovykh statey*. Kiev: KSLU. Vyp. 5. Pp. 213-214. (In Ukr.).
4. Lutsenko, N. A. (2009). *Istorii nashikh slov: diakhronno-leksikologicheskie etyudy* [The history of our words: diachronic-lexicological studies]. Donetsk: Veber. (In Russ.).
5. Pirs, Ch. S. (2000). *Logicheskie osnovaniya teorii znakov* [Logical foundations of the theory of signs]. SPbGU: Aleteyya. P. 19-38. (In Russ.).
6. Potebnya, A. A. (1875). *Filologicheskie zapiski* [Philological notes]. Voronezh. Vyp. 2. (In Russ.).



7. Tymeychuk, N. O. (2007). *Prykmetnyky smaku u tvorakh Plavta, Goratsiya ta Petroniya (leksiko-semantychnyy aspekt)* [Adjectives of taste in the works of Plautus, Horace and Petronius]: dis. ... kand. filol. nauk. Lviv. Pp. 77-105. (In Ukr.).

8. Chikobava, Arn. (1980). *Istoriya i lingvistika* [History and linguistics]. In *Voprosy yazykoznavaniya*. No. 6. Pp. 3-12. (In Russ.).

9. Kiyko, S., Levitskiy, V. (2005). *Statistical Analysis of Verb Polysemy in Modern German*. In *Problems of Quantitative Linguistics: A Collection of Papers*. Chernivtsi: Ruta. Pp. 210-244.

10. *Linguistic Universals and Language Change* / Ed. by Jeff Good. Oxford: Oxford University Press. 2008. Pp. 80-112.

11. Lipka, L. (2002). *English lexicology: lexical structure, word semantics and word-formation*. Tübingen: Narr. 224 p.

12. Mallory, J. P. (2006). *The Oxford introduction to Proto-Indo-European and the Proto-Indo-European world*. Oxford University Press Inc., New York.

13. Ringe, D. (2006). *From Proto-Indo-European to Proto-Germanic*. New York: Oxford University Press. Vol. 1.

### LEXICOGRAPHICAL SOURCES

1. *Etimologichniy slovnyk ukrayinskoj movy* [Etymological dictionary of the Ukrainian language]: v 7 t. Kiev: Naukova dumka, 1982. T. 1. (In Ukr.).

2. Levitskiy, V. V. (2010). *Etimologicheskij slovar germanskikh yazykov* [Etymological dictionary of Germanic languages]: v 2 t. Vinnitsa: Nova Kniga. T. 1. (In Russ.).

3. Fasmer, M. (1986-1987). *Etimologicheskij slovar russkogo yazyka* [Etymological dictionary of the Russian language]: v 4 t. Moskva: Progress. (In Russ.).

4. *Etimologicheskij slovar slavyanskikh yazykov: Praslavyanskiy leksicheskiy fond*. [Etymological dictionary of Slavic languages: proto-Slavic lexical Fund]. Moskva: Nauka, 1980. (In Russ.).

**Мохосоева Марина Николаевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка для экономических специальностей (e-mail: [marinamohosoeva@gmail.com](mailto:marinamohosoeva@gmail.com)), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, Университетская, 24

**Mokhosoeva Marina N.** – Candidate of Philology, Associate Professor of the English Language for Economic Specialities Department (e-mail: [marinamohosoeva@gmail.com](mailto:marinamohosoeva@gmail.com)), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24, Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 31 января 2019 г.*

УДК 81'37'367.625

© 2019 И. В. Фатьянова

## **МЕТАФОРИЧЕСКАЯ АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА ВОЙНА В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ И АНГЛО-АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

*Статья посвящена сопоставительному анализу специфики объективации концепта ВОЙНА с помощью структурной, онтологической и ориентационной метафор в современном русском и англо-американском политическом дискурсе. Построены фреймовые модели когнитивных метафор войны, которые формируют основу логической реализации исследуемого концепта в современном русском и англо-американском политическом дискурсе.*

**Ключевые слова:** *концепт, политический дискурс, концептуальная метафора, фреймовая модель концепта.*

© 2019 I. V. Fatyanova

## **METAPHORICAL ACTUALIZATION OF CONCEPT WAR IN MODERN RUSSIAN AND ANGLO-AMERICAN POLITICAL DISCOURSE**

*The article presents the results of the comparative analysis of concept WAR verbalization specificity with the help of structural, ontological and orientational metaphors in Modern Russian and Anglo-American political discourse. Correlates of WAR metaphors that form the grounds for actualizing the concept under study have been found, the frame models of WAR cognitive metaphors have been built.*

**Key words:** *concept, political discourse, conceptual metaphor, frame model of the concept.*

Любой язык – это универсальная система знаков, потенциально способная выразить всё, что составляет реальный мир, описать любые предметы и явления окружающей действительности. Однако различные языки одни и те же предметы и явления отражают по-разному. Начиная с конца 1990-х гг. в сопоставительном языкознании стало проводиться всё больше исследований, призванных выявить различия в языковых единицах, описывающих какой-либо определённый концепт [Дашиева, 1999; Закирова, Гильмутдинова, Соколова, 2017; Островская, 2005; Павлова 2013; Передриенко, 2006; Стернин, Стернина, 2015]. И всё же в современном сопоставительном языкознании исследования особенностей языковых единиц, описывающих тот или иной концепт, пока ещё относительно немногочисленны (в сравнении с огромным количеством концептов, отражающих многообразие явлений окружающего мира). Перспективность данного направления в сопоставительном языкознании, а также важность концепта ВОЙНА для научного осмысления глобальных процессов, происходящих в современном мире, обусловили актуальность данного исследования.

**Объектом исследования** являются способы реализации концепта ВОЙНА, сопоставляемые на материале текстов русского и англо-американского политического дискурса. **Предметом** выступают семантические и стилистические различия тропов русского и английского языков, вербализующих концепт ВОЙНА в современном русском и англо-американском политическом дискурсе.

**Цель исследования** – выявить актуальные метафорические модели, вербализующие концепт ВОЙНА, и сопоставить их семантику, определить роль лингвостилистических средств в вербализации данного концепта в русском и англо-американском политическом дискурсе. Для достижения цели исследования необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) проанализировать сущность концепта ВОЙНА как явления, по-разному вербализуемого единицами различных языков с помощью тропов;
- 2) обозначить место концепта ВОЙНА в языковой и концептуальной картине мира русского и англо-американского языкового сообщества;
- 3) описать и сопоставить актуальные метафорические модели, характеризующие восприятие войны русским и англо-американским языковым сообществом;
- 4) выявить особенности метафорической реализации концепта ВОЙНА в русском и англо-американском политическом дискурсе.

**Материалом исследования** послужили 2000 фрагментов русского и англо-американского политического дискурса уровня высказывания и 300 метафорических выражений, которые представляют концепт ВОЙНА в современном русском и англо-американском политическом дискурсе. Фрагменты получены методом сплошной выборки из 120 русских и англо-американских периодических изданий СМИ, а именно: Аргументы и Факты, Русская Правда, газета Сегодня и англо-американских изданий, таких как: The New York Times, The Guardian, Economist и др. за 2003-2018 годы издания, в которых освещаются публичные выступления политиков, аналитические статьи политической тематики, а также репортажи ОРТ, Россия 1, BBC News, CNN News, которые освещают политические события в стране и за рубежом и представлены на соответствующих веб-страницах в сети Интернет.

Методологической базой исследования выступает когнитивно-дискурсивный подход, основанный на принципе антропоцентризма, который представляет собой синтез достижений современных школ когнитивной лингвистики, а именно: положения семантико-когнитивного анализа, который предусматривает в процессе лингвокогнитивного исследования переход от содержания значения к содержанию концепта при условии особенного типа описания – когнитивной интерпретации (И. А. Стернин, З. Д. Попова); разграничение понятийного,

образного и ценностного компонентов в полевой модели лингвокультурного концепта (В. И. Карасик); фреймового представления конститутивных признаков концепта и связей между ними (Ч. Филлмор, С. А. Жаботинская); трактовка метафоры как ментальной операции, которая находит объективацию в виде метафорических выражений (G. Lakoff, M. Johnson, M. Turner, Z. Kövecses).

Сопоставительный анализ концептуальных метафор в английской и русской языковых картинах мира дает возможность выявить национальные стереотипы, ценностные ориентации, а также выделить специфические метафорические доминанты и общие для двух культур представления о войне как о социально-политическом феномене.

В разных языках, при всем несхождении их лексического и грамматического строя, существуют универсальные метафоры. Сходство образов в метафорических переносах проявляется в том, что «разные языки, независимо друг от друга, прибегают к одинаковым метафорическим переносам» [Гак, 1998: 21]. Такая общность мышления выявляет конвенциональную природу метафорических образов в разных лингвокультурах и является причиной существования базисных метафорических моделей, которые представляют собой универсальный способ репрезентации концептов.

Как показывают исследования, сам метафорический концепт в большинстве своих случаев лишен оценки и может вызвать формирование как положительного, так и отрицательного отношения. Для создания оценивания авторы газетных и журнальных текстов используют фреймовые структуры. Фреймы, которые представляют собой форму организации знания с помощью средств языка, то есть структуры данных, которые формируют стереотипное представление о той или иной ситуации, существуют в сознании читателя и взаимодействуют с реальной ситуацией. Результатом этого взаимодействия является либо позитивные, либо негативные ассоциации, возникающие под действием ранее существовавших представлений о ситуации или предмете [Иванова, 2004: 12-13].

В рамках когнитивной лингвистики метафорическое моделирование признается не только способом представления концепта, но и одним из приемов отображения национального сознания [Чудинов, 2001]. Через метафору проявляются традиционные черты народной ментальности так же, как и то новое, что привносится в жизнь постоянными изменениями окружающего мира.

Семантическое моделирование в метафоре позволяет определить индивидуальные для каждого языка наборы актуальных семантических моделей, выявить специфику национальной метафоризации. Концептуальная система языка содержит универсальный и

национальный компоненты [Телия, 1988: 106]. Соответственно, метафора является сложной и многогранной, она помогает выявить не только универсальные, но и национальные аспекты мышления.

Политический дискурс является главным источником формирования представлений о войне и основной сферой реализации концепта ВОЙНА. Структурные метафоры являются основными в политическом дискурсе. Концепт ВОЙНА в русском и англо-американском политическом дискурсе может быть представлен следующими метафорами: ВОЙНА – КОНФЛИКТ (28% / 20%), ВОЙНА – ИГРА (19% / 15%), ВОЙНА – СМЕРТЬ (13% / 11%), ВОЙНА – АРМИЯ (11% / 13%), ВОЙНА – БИЗНЕС (10% / 19%), ВОЙНА – РЕЛИГИЯ (8% / 10%), ВОЙНА – ОХОТА (5% / 5%), ВОЙНА – ТЕАТР (3% / 5%), ВОЙНА – ПУТЕШЕСТВИЕ (3% / 2%).

Борьба на основе выживания (обеспечение едой, властью над другими, конкуренцией, территорией и т. д.), страха и в результате – ненависти и гнева, постепенно превращалась в конфликты, в том числе вооруженные. Однако сущность понимания борьбы, которая включает в себя: конфликт, конфронтацию, противоречие, в основном содержит либо действие без «определенного противника», нацеленное на решение любых задач; либо «борьбу всех со всеми», принимая ситуативную метафоризацию. Таким образом, понятие «конфликт» стало ведущим фактором в определении проблемных социальных ситуаций.

(1) *Силы быстрого реагирования США в Европе не выдержат натиска российской армии, если между странами вспыхнет крупномасштабный вооруженный конфликт* [Газета Сегодня].

Использование слов и словосочетаний «конфликт» и «вооруженный конфликт», основой которых является когнитивная метафора ВОЙНА – КОНФЛИКТ, связано с намерением адресанта подчеркнуть значимость той или иной страны, из-за которой может вспыхнуть тот самый конфликт.

Важное условие для анализа политических конфликтов – создание их типологии. Сложность решения этой проблемы состоит в контакте с идентификацией политического конфликта, то, что может рассматриваться как борьба между корпоративным единством и группами в структурах власти; как конфликт между реформаторами и противниками реформ; как конфронтация между различными политическими и идеологическими предприятиями.

(2) *The conflict in Iraq is becoming a classic case of what military thinkers call “asymmetric warfare”, the kind that weak parties wage against strong ones* [BBC News].

Широко известно, что любое социальное устройство – своего рода игра, что традиции – также один из вариантов игры. Таким образом, это – более базовая метафора, чем это может показаться в обыденном понимании. «Весь мир – театр ...» и, согласно закону противоположностей, в игру вступает борьба, основанная на игре; продолжением ее развития являются соревнования, турниры, спорт, включая интеллектуальный; даже демократические выборы и т.д.

(3) *На другом конце Азии воинственной риторической эскалацией на фоне боевых действий занимаются Иран и Саудовская Аравия. Между тем играют они не на равных* [Газета Сегодня].

Метафорическая модель ВОЙНА – ИГРА служит инструментом критики, поскольку показывает представительское лицо шулером или даже гангстером, который с трудом навязывает свою игру или правила этой игры. Благодаря этой модели выражаются такие образные признаки концепта ВОЙНА, как коварство, непредсказуемость, страх и агрессия.

(4) *People worry about the terrorist threat; those that play by the rules are being damaged by those that don't* [The Guardian].

Концепт ВОЙНА, как и любой концепт, является объектом эмоций и переживаний. Будучи ментальным представлением о событии, наводит страх и реализуется в русском и англо-американском политическом дискурсе с помощью метафор, которые выражают негативные эмоции. Культовая метафора, объективирующая концепт ВОЙНА, иллюстрируется моделью ВОЙНА – СМЕРТЬ. Во время образования номинаций концепта ВОЙНА или его отдельных характеристик данная модель является основной в понимании смысла войны, так как каждая война не проходит без кровопролития и каждое военное действие является опустошительным. Использование метафоры СМЕРТЬ в русском политическом дискурсе обоснована тем, что смерть – это сложное духовное явление, которое требует подробного рассмотрения. К сожалению, ни одна война не обошлась без жертв и смертей, перед многими людьми, прошедших войну, остаются изображения страшных смертей своих товарищей и гражданских, мирных жителей.

(5) *The chief similarity is that Americans are still being kept at a distance from images of death, whether of their own soldiers or Iraqi civilians* [The Telegraph].

Метафорическая модель ВОЙНА – АРМИЯ используется как в современном русском, так и англо-американском политическом дискурсе, поскольку ни один вооруженный конфликт невозможно представить без армии, очень сложно проводить

военные операции без исполнительных лиц, которые готовы беспрекословно выполнять команды своих главнокомандующих.

(6) *The operations described in the document include a surprising range of military activities: public affairs officers who brief journalists, psychological operations troops, who try to manipulate the thoughts and beliefs of an enemy, computer network attack specialists who seek to destroy enemy networks* [The Guardian].

Источник структурной метафоры ВОЙНА – АРМИЯ концептуализирует войну на основе широкого спектра ассоциаций, связанных с субъектом войны, уподобляемого активному организационному началу военной деятельности: воину, бойцу, партизану, повстанцу, националисту, экстремисту, победителю.

(7) *Для идеологического оправдания США будут опять эксплуатировать миф о борьбе с жестоким диктатором Ким Чен Ыном, а в случае «пушечного мяса» могут использовать вооруженные силы многочисленных союзников, например – той же Республики Корея и Японии* [Газета Русская Правда].

Среди структурных метафор особого внимания также требует экономическая метафора, такая как ВОЙНА – БИЗНЕС.

Во время реализации концепта ВОЙНА в СМИ экономическая метафора, по нашему мнению, выполняет как когнитивную, так и прагматическую функции. США и Англия – страны с развитой экономикой и давними экономическими традициями. Соответственно, для национального сознания понятийная сфера «Экономика» хорошо осмысленна. Так, использование экономической метафоры при реализации концепта ВОЙНА позволяет представить концепт в более понятном виде. С другой стороны, частое использование образа международной корпорации, которая продает патент на право использования своего имени, позволяет подчеркнуть отсутствие в современной войне жестко централизованной и иерархической структуры, в определенной степени развенчивает миф о глобальной войне и уменьшает степень тревоги по поводу этого явления.

(8) *We will end a brutal regime, whose aggression and weapons of mass destruction make it a unique threat to the world. ...Iraq will go forward as a unified, independent and sovereign nation that has regained a respected place in the world* [The Guardian].

Деятельность коммерческого предприятия предусматривает предоставление каких-либо услуг или производство какого-либо продукта.

(9) *Mr. Hadi says the Houthis looted around \$4bn from the central bank to pay for the war* [The Economist].

(10) *«Президенты и их администрации вели переговоры с Северной Кореей на протяжении 25 лет, принимались соглашения и тратились огромные суммы денег, но это не сработало», – отметил президент США [Газета Сегодня].*

Выделенное выражение в данном примере «принимались соглашения и тратились огромные суммы денег» было использовано для того, чтобы подчеркнуть тот факт и донести до читателей, что ВОЙНА – ЭТО БИЗНЕС.

Довольно часто вооруженные конфликты возникают из-за религиозных соображений. Во время образования номинаций концепта ВОЙНА или его отдельных характеристик используется метафорическая модель ВОЙНА – РЕЛИГИЯ. Обращение к области-источнику РЕЛИГИЯ и использование культовой метафоры при описании концепта ВОЙНА в современном русском и англо-американском политическом дискурсе может быть объяснено тем, что религия рассматривается не только как вера, особая форма осознания мира, которая не требует обоснования и доказательств, но и как сложное социальное и духовное явление, корни которого уходят в глубь общественной истории.

(11) *Houthis emerged from this group in the 1990s, bristling at the growth of the Saudis' conservative religious influence and Yemen's alliance with America in its war on terror [The Guardian].*

Обращение к сфере-источнику РЕЛИГИЯ и использование культовой метафоры при описании концепта ВОЙНА в современном русском политическом дискурсе может быть объяснено тем, что религия рассматривается не только как вера, особая форма осознания мира, которая не требует обоснования и доказательств, но и как сложное социальное и духовное явление, корни которого уходят в глубины общественной истории.

(12) *По сути, Эрдоган взялся за то, чтобы поднять весь мусульманский мир против США и Израиля. И таким образом, эрдогановская Турция по факту ставит себя в центр консолидации ислама против США и Израиля [Газета Русская Правда].*

(13) *Решение США может привести к росту напряженности в регионе, политико-территориальный конфликт грозит перерасти в «бесконечную религиозную войну», подчеркнул дипломат [Газета Аргументы и Факты].*

Выбор метафорической модели ВОЙНА – ОХОТА обуславливается тем, что война довольно схожа с охотой. Военные выслеживают своих жертв, загоняют их в ловушки и устраивают западню.

(14) *They are terrorists, and history will judge them as such. Before the history books are written, however, we will continue to hunt them down [The Economist].*



(15) *Сейчас в Сирии находятся более 10 опорных пунктов США, есть даже мини-военные базы с аэродромами, которые принимают американские самолеты. А мимо этих баз, кстати, тихо-мирно проходят игиловцы, и никто их не атакует* [Газета Аргументы и Факты].

Театральная метафора широко используется в средствах массовой информации при описании различных сфер человеческой деятельности, таких как политика, экономика, военные действия и др.

Широкое применение театральной метафоры при реализации концепта ВОЙНА в СМИ объясняется тем, что она способна эксплицировать различные признаки исследуемого концепта, а именно: публичность, запугивания, организованность. Более того, метафора позволяет, в определенном смысле, драматизировать описываемое явление, поскольку театральное представление понимается как ненастоящее, придуманное.

(16) *But the last criticism raises questions about the liaison between political theatre and journalism* [BBC News].

Обращение к «театральной» метафоре при описании войны может быть объяснено тем фактом, что отличительным признаком войны является публичность, так как совершение всякого военного действия рассчитывается на массовый эффект и предусматривает как можно большее количество зрителей, наблюдателей и др.

(17) *Это именно тот сценарий, который украинские политики, почти не таясь, готовят Донбассу* [Газета Аргументы и Факты].

Метафорическая модель ВОЙНА – ПУТЕШЕСТВИЕ является немаловажной в современном русском и англо-американском политическом дискурсе. Как уже было отмечено ранее, война не стоит на месте, даже гражданская война и та перемещается по городам.

(18) *But Iraq must be disarmed of WMD. By going down the UN route, the international community has given Saddam the chance for peaceful disarmament* [The New York Times].

Использование метафорической модели ВОЙНА – ПУТЕШЕСТВИЕ обуславливается тем, что военные действия не стоят на месте и могут распространяться на другие города или даже страны. Это касается не только, скажем так, классической войны, но и информационной в том числе.

(19) *Олимпиада-2018 попала в самый центр мировых конфликтов как в политическом, так и в географическом разрезе* [Газета Русская Правда].

Еще одним мощным средством концептуализации войны является онтологическая метафора. Прибегая к ненасильственному исходному домену, например, ПРИРОДА,

предлагается построить гораздо более богатые концептуализации: ВОЙНА – РАСТИТЕЛЬНЫЙ МИР.

Явление «война» концептуализируется как «семена, которые легко приживаются на благодатной почве», метафорически соотносятся с экономически развитыми регионами. Развитые страны Запада рассматриваются как садоводы, стремящиеся удобрить сад для того, чтобы корни семян закрепились в почве.

(20) *The fighting is rooted in old conflicts and now involves many groups, sucking in Yemen's neighbours* [Editorials].

(21) *Some seeds of today's fighting were sown in battles in the 1960s – a civil war in the north and an insurgency against British colonial forces in the south* [The Telegraph].

Понятийная сфера «МИР ЖИВОТНЫХ» служит одним из основных источников метафорической экспансии в современном русском политическом дискурсе, в том числе и при описании явления ВОЙНА. Для зооморфной метафоры значимыми выступают концептуальные векторы жестокости и агрессивности. Так, в рамках метафорической модели ВОЙНА – МИР ЖИВОТНЫХ война представлена как действия хищника, который нападает на слабого, беззащитного представителя фауны, в качестве которого выступает гражданское население.

(22) *Американец видел в этой войне схватку империалистических хищников, сошедшихся в борьбе за передел мира* [Газета Аргументы и Факты].

До сих пор мы исследовали то, что можно назвать структурными и онтологическими метафорами, то есть случаи, где одно понятие метафорически структурировано с точки зрения другого. Но есть другой вид метафорического понятия, которое не структурирует одно понятие с точки зрения другого, но разделяет целую систему понятий относительно другой системы. Такие понятия называются ориентационными метафорами, так как многие из них связаны с ориентацией в пространстве: «над – под», «назад – вперед», «глубокий – мелкий», «верх – низ» и т.д. [Lakoff, Johnson, 1980].

(23) *Мирного сосуществования не получалось – Сербия, получившая в начале XX века контроль над землями Косова, поощряла переселение в регион сербских крестьян, стараясь изменить демографическую ситуацию в свою пользу* [Газета Аргументы и Факты].

(24) *Они смотрят назад вместо того, чтобы смотреть вперед* [Газета Аргументы и Факты].

(25) *Теперь «Правый сектор», «Азов», организации помельче – все они не просто вооружены, а буквально напигованы оружием похлеще американских гангстеров*

*двадцатых годов* [Газета Аргументы и Факты].

Особенностью ориентационной метафоры является то, что она представляет собой результат взаимодействия не отдельных концептов, а целых систем концептов, которые находятся в определенной пространственной оппозиции по отношению друг к другу. Дж. Лакофф и М. Джонсон утверждают, что такого рода пространственные отношения продиктованы взаимодействием человека с материальным миром и определяются прежде всего особой формой человеческого тела и его размещения в пространстве [Lakoff, Johnson, 1980].

(26) *As the war drags on, both sides appear unsteady* [BBC News].

(27) *Yet the Saudis, under little pressure from abroad, do not look like backing down and seem to hope that the population in the north will rise up against the Houthis* [The Economist].

Подводя итоги, следует отметить, что как в русском, так и в англо-американском политическом дискурсе доминантными являются метафорические модели ВОЙНА – КОНФЛИКТ (28% / 20%), ВОЙНА – ИГРА (19% / 16%), так как они предоставляют дополнительные, достаточно подробные сведения о войне, в которых подчеркиваются ее особенности, стратегии и тактики, аспекты и параметры.

Как в русском, так и в англо-американском политическом дискурсе мы можем довольно редко наблюдать метафоры ВОЙНА – ОХОТА (5% / 5%) и ВОЙНА – ПУТЕШЕСТВИЕ (3% / 2%).

Одной из центральных концептуальных метафор политической сферы России и США является модель «политика – это театр / шоу», в рамках которой люди или институты, наделенные властью, устойчиво ассоциируются в обеих лингвокультурах с различного рода функциями, важными при осуществлении какого-либо действия: режиссеры, постановщики, сценаристы, актеры, дублеры и т. д.

Широкое распространение и употребление театральной метафоры на современном этапе развития общества связывают в первую очередь с усилением роли СМИ в политической жизни. Созерцательное участие масс в политических процессах обуславливает роль народа лишь как адресата-наблюдателя, который воспринимает политические события как некое разыгрываемое действие. Любое политическое течение во время избирательной кампании ставит целью привлечь на свою сторону как можно большую долю электората, а это, безусловно, заставляет его сторонников напрямую или опосредованно (через СМИ) обращаться к массам. Политические лидеры обязаны постоянно помнить об избирателях-наблюдателях, а значит играть на публику, тщательно режиссировать свои действия, держать под контролем результаты общественного мнения, то есть обращать особое внимание не

только на содержание своей программы, но и на организацию избирательной кампании, на ее форму, призванную привлечь симпатии избирателей.

В политическом дискурсе сегодняшней России метафорическая модель «политика – это театр / шоу» не носит доминантного характера, так как на первый план выходят метафоры, подчеркивающие более актуальные и важные характеристики современной политической жизни (например, укрепление государственной власти, укрепление позиции лидера государства и т. д.).

Метафоры, вербализованные в политическом дискурсе, являются одним из способов отразить национальное самосознание. Исследование метафорических моделей, которые актуализируют концепт ВОЙНА в современном русском и англо-американском политическом дискурсе, дает общее представление о господстве определенных стереотипных мыслей в современном русском и англо-американском языковом сообществе о соответствующем явлении.

Анализ современного иллюстративного материала показал, что наиболее частотными в русском и англо-американском политическом дискурсе являются метафорические модели с такими сферами-источниками как: СОЦИУМ, ПРИРОДА и ЧЕЛОВЕК.

Корпус структурных метафор был самым многочисленным. Доминирующие структурные метафоры в русском политическом дискурсе: ВОЙНА – КОНФЛИКТ (28%), ВОЙНА – ИГРА (19%), так как они предоставляют дополнительные, достаточно подробные сведения и представления русского языкового сообщества о войне, а в англо-американском политическом дискурсе доминантными структурными метафорами являются: ВОЙНА – КОНФЛИКТ (20 %), ВОЙНА – БИЗНЕС (19%), потому что данные метафоры достаточно влиятельны в современном англо-американском политическом дискурсе, они способны завоевать моральное превосходство над получателями информации и сформировать их дальнейшие мысли и направить действия.

В группе природоморфных метафор доминирующими являются зооморфные метафоры. Представляя войну как хищника, у этой метафорической модели есть явный прагматический характер, так как это может побудить аудиторию иметь сильные отрицательные эмоции страха и внушить отвращение.

Особенностью ориентационной метафоры является то, что она представляет собой результат взаимодействия не отдельных концептов, а целых систем концептов, которые находятся в определенной пространственной оппозиции по отношению друг к другу, что

позволяет представить весь спектр ассоциаций, связанных с войной, как в русском, так и в англо-американском политическом дискурсе.

Таким образом, политический дискурс – одновременно источник порождения концептуальных метафор и объема их реализации. Широкое использование метафоры в политическом дискурсе объяснено тем, что это способствует реализации основных функций политической беседы: информационной и влиятельной.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Гак В. Г. Языковые преобразования. Москва: Языки русской культуры, 1998. 768 с.
2. Дашиева Б. В. Концепт образа мира в языковом сознании русских, бурят и англичан: национально-культурный аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1999. 243 с.
3. Закирова Р. Р., Гильмутдинова И. В., Соколова И. И. Изучение языковой картины мира в современной лингвокультурологии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 3(69): в 3-х ч. Ч. 3 С. 99-101.
4. Иванова С. В. Лингвокультурология и лингвокогнитология: Сопряжение парадигм. Уфа: Изд-во БашГУ, 2004. 150 с.
5. Островская Т. А. Концепт «труд» в русской и американской лингвокультурах: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Краснодар, 2005. 163 с.
6. Павлова Е. К. Гармонизация глобального политического дискурса на сигнификативном уровне (на примере дискурса США и России): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20. Москва, 2013. 459 с.
7. Передриенко Т. Ю. Концепты «Бог» и «Дьявол» в русской и английской лингвокультурах: на материалах паремий и афоризмов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Челябинск, 2006. 197 с.
8. Попова З. Д. Об актуальных направлениях развития современного сопоставительного языкознания // Актуальные вопросы развития науки. Уфа, 2014. Ч. 4. С. 98-100.
9. Стернин И. А., Стернина М. А. Актуальные проблемы сопоставительных исследований в современной лингвистике // Социальные и гуманитарные знания. М., 2015. Т. 1. № 1. С. 59-65.
10. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М., 1988. С. 173-204.
11. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: Изд-во УГЛУ, 2001. 238 с.
12. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 242 p.

### **СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. Газета Аргументы и Факты. Доступ: <http://www.aif.ru/> (дата обращения: 28.02.2018).
2. Газета Русская Правда. Доступ: <http://ruspravda.info/> (дата обращения: 25.06.2018).
3. Газета Сегодня. Доступ: <https://www.segodnya.ua/> (дата обращения: 29.11.2017).
4. BBC News. Доступ: <https://www.bbc.com/news> (дата обращения: 11.03.2016).
5. The Economist. Доступ: <https://www.economist.com/> (дата обращения: 30.11.2017).
6. Editorials. Доступ: <https://www.theguardian.com/tone/editorials> (дата обращения: 01.10.2015).

7. The Guardian. Доступ: <https://www.theguardian.com/us> (дата обращения: 16.02.2018).
8. The New York Times. Доступ: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 11.04.2003).
9. The Telegraph. Доступ: <https://www.telegraph.co.uk/> (дата обращения: 09.03.2018).

#### REFERENCES

1. Gak, V. G. (1998). *Yazykovye preobrazovaniya* [Language conversions]. Moskva: Yazyki russkoy kultury. (In Russ.).
2. Dashieva, B. V. (1999). *Kontsept obraza mira v yazykovom soznanii russkikh, buryat i anglichan: natsionalno-kulturnyy aspekt* [The concept of the world image in the linguistic consciousness of Russians, Buryats and Englishmen: a national-cultural aspect]. Moskva. (In Russ.).
3. Zakirova, R. R., Gilmutdinova, I. V., Sokolova, I. I. (2017). *Izuchenie yazykovoy kartiny mira v sovremennoy lingvokulturologii* [The study of the world linguistic picture in modern cultural linguistics]. In *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov: Gramota. № 3 (69): v 3-kh ch. Ch. 3. Pp. 99-101. (In Russ.).
4. Ivanova, S. V. (2004). *Lingvokulturologiya i lingvokognitologiya: Sopryazhenie paradigm* [Linguistic culturology and linguistic cognitive science: Pairing paradigms]. Ufa: Izd-vo BashGU. (In Russ.).
5. Ostrovskaya, T. A. (2005). *Kontsept «trud» v russkoy i amerikanskoy lingvokulturakh* [The concept of «labor» in the Russian and American linguistic cultures]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.20. Krasnodar. (In Russ.).
6. Pavlova, E. K. (2013). *Garmonizatsiya globalnogo politicheskogo diskursa na signifikativnom urovne (na primere diskursa SSHA i Rossii)* [Harmonization of global political discourse at the significative level (the discourse of the United States and Russia)]: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.20. Moskva. (In Russ.).
7. Peredrienko, T. Yu. (2006). *Kontsepty «Bog» i «Dyavol» v russkoy i angliyskoy lingvokulturakh: na materialakh paremiy i aforizmov* [Concepts «God» and «Devil» in Russian and English linguistic cultures: on the materials of the paremias and aphorisms]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.20. Chelyabinsk. (In Russ.).
8. Popova, Z. D. (2014). *Ob aktualnykh napravleniyakh razvitiya sovremennogo sopostavitelnogo yazykoznaniiya* [On current trends in the development of modern comparative linguistics]. In *Aktualnye voprosy razvitiya nauki*. Ufa.Ch.4. Pp. 98-100. (In Russ.).
9. Sternin, I. A., Sternina, M. A. (2015). *Aktualnye problemy sopostavitelnykh issledovaniy v sovremennoy lingvistike* [Actual problems of comparative studies in contemporary linguistics]. In *Sotsialnye i gumanitarnye znaniya*. M. T. 1. № 1. Pp. 59-65. (In Russ.).
10. Teliya, V. N. (1988). *Metaforizatsiya i eye rol v sozdanii yazykovoy kartiny mira* [Metaphorization and its role in creating a linguistic picture of the world]. In *Rol chelovecheskogo faktora v yazyke. Yazyk i kartina mira*. M. Pp. 173-204. (In Russ.).
11. Chudinov, A. P. (2001). *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991-2000)* [Russia in a metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor (1991-2000)]. Ekaterinburg: Izd-vo UGLU. (In Russ.).
12. Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.

#### SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL

1. *Gazeta Argumenty i Fakty* [Newspaper Arguments and Facts]. Available at: <http://www.aif.ru/> (accessed: 28.02.2018). (In Russ).
2. *Gazeta Russkaya Pravda* [Newspaper Russian Truth]. Available at: <http://ruspravda.info/> (accessed: 25.06.2018). (In Russ).

3. *Gazeta Segodnya* [Newspaper Today]. Available at: <https://www.segodnya.ua/> (accessed: 29.11.2017). (In Russ).
4. *BBC News*. Available at: <https://www.bbc.com/news> (accessed: 11.03.2016).
5. *The Economist*. Available at: <https://www.economist.com/> (accessed: 30.11.2017).
6. *Editorials*. Available at: <https://www.theguardian.com/tone/editorials> (accessed: 01.10.2015).
7. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/us> (accessed: 16.02.2018).
8. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/> (accessed: 11.04.2003).
9. *The Telegraph*. Available at: <https://www.telegraph.co.uk/> (accessed: 09.03.2018).

**Фатьянова Ирина Валерьевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии (e-mail: [irafatianova@mail.ru](mailto:irafatianova@mail.ru)), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» 283001, Донецк, Университетская, 24

**Fatyanova Irene V.** – Candidate of Philology, Associate Professor of the English Philology Department (e-mail: [irafatianova@mail.ru](mailto:irafatianova@mail.ru)), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University» 24 ,Universitetskaya st., Donetsk, 283001

*Поступила в редакцию 31 октября 2018 г.*

**ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ,  
НАПРАВЛЯЕМЫХ В РЕДАКЦИЮ НАУЧНОГО ЖУРНАЛА  
«STUDIA GERMANICA, ROMANICA ET COMPARATISTICA»**

**1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ СТАТЕЙ**

1.1. В журнале публикуются научные и обзорные статьи, рецензии и отзывы на книги и диссертационные исследования, объявления и информационные материалы по всем аспектам мировых языков и литератур, языкознанию, литературоведению, методике преподавания иностранных языков и перевода, прикладной лингвистике.

1.2. Журнал печатает только оригинальные, ранее не опубликованные научные работы.

1.3. Языки издания – русский, украинский, английский, немецкий, французский, испанский. В предложенной к публикации научной статье автор должен обосновать актуальность темы, четко сформулировать цель и задачи исследования, привести научную аргументацию, обобщения и выводы, которые представляют интерес своей новизной, научностью и практическим значением. В статье должен быть представлен обзор новейшей научной литературы по рассматриваемой проблеме.

1.4. Рукописи, которые подготовлены без учета требований к их оформлению (см. ниже), не принимаются.

**2. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ**

2.1. Рукописи следует оформлять в формате .doc (Word 1997-2003) или .docx (Word 2007-2012).

2.2. Рекомендуемый объем представляемой к публикации статьи – 15000-25000 знаков с пробелами (8–12 страниц).

2.3. Параметры страницы: 210 x 297 мм (формат А4), ориентация книжная. Поля страницы: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 15 мм, нижнее – 25 мм. Шрифт обычный, Times New Roman. Размер шрифта: 12 пунктов в основном тексте, 10 пунктов в сносках. Междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, в сносках – одинарный. Отступ абзаца составляет 10 мм. Следует четко дифференцировать тире (–) и дефис (-).

2.4. Текст рукописи следует подавать в виде единого файла.

**3. СТРУКТУРА И ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ (см. пример ниже)**

3.1. В левом верхнем углу печатают УДК нежирным прямым шрифтом (размер 12).

3.2. Инициалы и фамилия автора (авторов) печатают перед названием статьи жирным прямым шрифтом (размер 12).

3.3. Название статьи печатают прописными буквами, без абзаца, жирным прямым шрифтом (размер 14), межстрочный интервал одинарный, без автоматической расстановки переносов.

3.4. После названия статьи печатают аннотации (объем до 50 слов) и ключевые слова (не более 10 ключевых слов) на двух языках – русском и английском. Размер шрифта: 12 пунктов, курсив, через 1 интервал.

3.5. Текст статьи.

3.6. Список литературы (размер 12, через 1 интервал) (см. ниже пункт 6).

3.7. References (список литературы) (размер 12, через 1 интервал) (см. ниже пункт 7).

3.8. Сведения об авторе (размер 11, курсив, через 1 интервал).



Пример:

УДК

© 2016 Ш. Р. Басыров

**ФУТБОЛЬНАЯ РАЗГОВОРНАЯ ЛЕКСИКА  
(НА МАТЕРИАЛЕ ГЛАГОЛОВ  
НЕМЕЦКОГО РАЗГОВОРНОГО ЯЗЫКА)**

*Статья посвящена изучению футбольной терминологии в современном немецком языке. Устанавливаются способы образования глаголов, выявляются словообразовательные средства, участвующие в их образовании, их активность, а также описывается семантика глагольных лексем в немецком разговорном языке. ...*

**Ключевые слова:** разговорная лексика, способ образования, дериват, семантическая группа, семантика, субъект, коннотация, образность, метафоризация.

© 2016 Sh. R. Basyrov

**COLLOQUIAL FOOTBALL LEXIS  
(BASED ON VERBS OF SPOKEN GERMAN)**

*The paper deals with football terminology in the contemporary German language. The paper studies the structure and semantics of verbs in football lexis, reveals the ways of their formation, presents the semantic classification of these lexemes and describes their productivity.*

...

**Key words:** .....

**Текст статьи**

.....

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. ....
2. ....
3. ....

**REFERENCES**

1. ....
2. ....
3. ....

**Басыров Шамиль Рафаилович** – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры германской филологии (e-mail: schamraf@rambler.ru), Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»  
283001, Донецк, Университетская, 24

**Basyrov Shamil R.** – Doctor of Philology, Professor of Germanic Philology Department (e-mail: schamraf@rambler.ru), State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National University»  
24 Universitetskaya, Donetsk, 283001

#### 4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ДАННЫХ

4.1. Рисунки, таблицы, схемы, графики и пр. должны быть обязательно пронумерованы, иметь источники и помещаться в печатном поле страницы (размер шрифта 12 пунктов, межстрочный интервал одинарный).

4.2. Рисунки, таблицы, схемы, графики и пр. в тексте помещают после абзаца, в котором на них ссылаются, или на следующей странице после ссылки.

#### Пример:

Таблица 1. *Количественная характеристика лексико-семантических групп оценочных абстрактных существительных в английском языке*

Лексико-семантическая группа	Количество единиц	Процентное соотношение	Пример
1. Состояние	355	44	<i>absence</i> ‘отсутствие’ – <i>the state of being away</i> ‘состояние нахождения не здесь’ <i>acrimony</i> ‘язвительность’ – <i>angry and bitter feelings or words</i> ‘злые и горькие чувства или слова’
2. Действие	123	15,2	<i>death</i> ‘смерть’ – <i>an act of dying or being killed</i> ‘акт смерти или убийства’ <i>destruction</i> ‘разрушение’ – <i>the action of destroying sth or of being destroyed</i> ‘действие уничтожения чего-либо или быть уничтоженным’

4.2. Примеры в текстах статей печатают курсивом (без выделения жирным), их перевод – в т. н. марровских кавычках: *coeur* ‘сердце’, *âme* ‘душа’.

4.3. В связи со сложностью издания графических материалов редакционная коллегия оставляет за собой право изъять их из текста.

#### 5. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ВНУТРИТЕКСТОВЫХ ССЫЛОК И ПОДСТРОЧНЫХ СНОСОК

5.1. При оформлении внутритекстовых ссылок в квадратных скобках указывается фамилия автора/авторов (если ссылка идет на сборник статей, то указывается его полное название), год издания и, после двоеточия, номера страниц, если необходимо.

#### Пример:

«Чем популярнее вид спорта, тем ближе его лексика к общезыковой (Allgemeinsprache), а между лексикой какого-либо спорта и общезыковой происходит оживленный взаимообмен (regulärer Austausch)» [Vollmert-Spiesk, 1996: 2].

#### 6. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ

6.1. Список нумеруют и группируют по алфавиту, в начале книги на кириллице, потом – на иностранных языках.

6.2. В список литературы включают только научные статьи, монографии и книги (не менее 12 наименований, из них половина – источники последних лет. Наличие иностранных источников обязательно).

6.3. Правила оформления ссылок на источники в списке литературы:

Тип библиографической ссылки	Пример оформления библиографической ссылки
<i>Монография, книга, раздел монографии</i>	<p>Басыров Ш. Р. Словообразование глаголов с рефлексивным комплексом в типологическом освещении. Донецк: Ноулидж, 2014. 562 с.</p> <p>Kaliuščenko V. D. Typologie denominaler Verben. Tübingen: Niemeyer, 2000. 253 S. (Linguistische Arbeiten. Bd. 419).</p> <p>Nedjalkov V. P. (ed.), Geniušienė E. Š., Guentchéva Z. Reciprocal Constructions // Typological Studies in Language. Vol. 71. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. Vol. 1-5. 2216 p.</p> <p>Бессонова О. Л. Процедуры анализа концептов при проведении сравнительно-типологических исследований // Лингвоконцептология: перспективные направления / под ред. А. Э. Левицкого, С. И. Потапенко. Луганск: Изд-во ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2013. С. 87-117.</p>
<i>Отдельный том многотомного издания</i>	<p>Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. Т. 1. М.: Русский язык, 2002. 622 с.</p> <p>Величковский Б. М. Когнитивная наука: Основы психологии познания: в 2 т. Т. 2. М.: Смысл: Издат. центр «Академия», 2006. 432 с.</p>
<i>Статья из сборника</i>	<p>Кремзикова С. Е. Коммуникативные ситуации в старофранцузском дискурсе // Древняя и Новая Романия. Лингвистическое наследие Ш. Балли в XXI веке: сб. науч. ст. / под ред. М. А. Марусенко. СПб., 2010. С. 40-46.</p> <p>Пименова Н. Б. К истории и типологии грамматикализации германского артикля: прагматические модели употребления протоартикля в готском языке // ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Труды Института лингвистических исследований. СПб.: Наука, 2014. Т. X. Ч. 1. С. 403-428.</p> <p>Iagupova L. Idiomatisierte Präfixsubstantive mit <i>ge-</i> im Mittelhochdeutschen // Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang, 2013. S. 183-193. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik. Bd. 1).</p>
<i>Журнальная статья</i>	<p>Ленец А. В., Алексеев А. В. История исследования лексических сокращений в германских языках // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета имени Н. А. Добролюбова. Нижний Новгород. 2014. № 28. С. 11-22.</p> <p>Петренко А. Д. Социофонетические аспекты языковой вариативности // Известия Южного федерального университета. 2014. № 4. С. 150-161.</p> <p>Atkinson D. Alignment and interaction in a sociocognitive approach in second language acquisition // The Modern Language Journal. 2007. Vol. 91. Pp. 169-188.</p>
<i>Интернет-ресурсы</i>	<p>Молчанова Г. Г. Коммуникативно-функциональная теория перевода как вид вариативной интерпретации действительности // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 3. С. 9-21. Доступ: <a href="http://www.ffl.msu.ru/research/vestnik/">http://www.ffl.msu.ru/research/vestnik/</a>. (дата обращения: 22.02.2014).</p> <p>Canagarajah A. S. Multilingual Communication and Language Acquisition: New Research Directions // The Reading Matrix. January 2011. Vol. 11. N 1. 15 p. Available at: <a href="http://ww.readingmatrix.com/.../january_2011/canagarajah_wurr.pdf">ww.readingmatrix.com/.../january_2011/canagarajah_wurr.pdf</a>. (accessed: 26.02.2014).</p>
<i>Материал на CD или DVD</i>	<p>Henry O. Cabbages and Kings // English and American Literature / CD-ROM. P. 3. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin, 2003. P. 75.</p>

## 7. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ РАЗДЕЛА REFERENCES

7.1. Внутренняя структура списка публикаций полностью идентична списку литературы на русском, сначала издания на кириллице, потом – на иностранных языках.

7.2. За основу оформления ссылок взят стандарт Harvard (<http://www.citethisforme.com/harvard-referencing>).

7.3. Правила оформления ссылок на источники в References (для автоматической транслитерации рекомендуется пользоваться сайтом <http://translit.net>, стандарт BSI; настройка стандарта осуществляется в центральном меню, раздел «Варианты...»). Фамилии и имена иностранных авторов и русскоязычных авторов, печатавшихся в зарубежных изданиях, подавать в оригинальном написании (например: Гринберг Дж. – Greenberg J., Чейф У. – Chafe W.).

Тип библиографической ссылки	Пример оформления библиографической ссылки
Монография, книга, раздел монографии	<p>Basyrov, Sh. R. (2014). <i>Slovoobrazovanie glagolov s reflektivnym kompleksom v tipologicheskom osveshchenii</i> [Formation of verbs with a reflective complex in typological view]. Donetsk: Noulidzh. (In Russ.).</p> <p>Kaliuščenko, V. D. (2000). <i>Typologie denominaler Verben</i>. Tübingen: Niemeyer. (Linguistische Arbeiten. Bd. 419).</p> <p>Nedjalkov, V. P. (ed.), Geniušienė, E. Š., and Guentchéva, Z. (2007). Reciprocal Constructions. In M. Noonan (ed.) <i>Typological Studies in Language</i>. Vol. 71. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. Vol. 1-5.</p> <p>Bessonova, O. L. (2013). Protседury analiza kotseptov pri provedenii sravnitel'no-tipologicheskikh issledovaniy [Conceptual analysis procedures in comparative and typological studies]. In A. E. Levitsky, S. I. Potapenko (eds.) <i>Lingvokontseptologiya: perspektivnye napravleniya</i>. Lugansk: Izd-vo GU «LNU imeni Tarasa Shevchenko». Pp. 87-117. (In Russ.).</p>
Отдельный том многотомного издания	<p>Chernykh, P. Ja. (2002). <i>Istoriko-etimologicheskij slovar sovremennogo russkogo yazyka</i> [Historical Etymological Dictionary of the Modern Russian Language]. Moskva: Russkiy yazyk. Vol. 1. (In Russ.).</p> <p>Velichkovskiy, B. M. (2006). <i>Kognitivnaya nauka: Osnovy psihologii poznaniya</i> [Cognitive Science: Basics of psychology of cognition]. Moskva: Smysl: Izdatelskiy centr Akademiya. Vol. 2. (In Russ.).</p>
Статья из сборника	<p>Kremzikova, S. E. (2010). Kommunikativnye situatsii v starofrantsuzskom diskurse [Communicative situations in old French discourse]. In M. A. Marusenko (ed.) <i>Drevnyaya i Novaya Romaniya. Lingvisticheskoe nasledie Sh. Balli v XXI veke: sb. nauchn. st.</i> Sankt-Peterburg. Pp. 40-46. (In Russ.).</p> <p>Pimenova, N. B. (2014). K istorii i tipologii grammatikalizatsii germanskogo artiklya: pragmaticheskie modeli upotrebleniya protoartiklya v gostkom yazke [Towards the history and typology of the article grammaticalization in Old Germanic languages: pragmatic models of the use of proto-articles in the Gothic language]. In N. N. Kazanskiy (ed.) <i>ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Trudy Instituta lingvisticheskikh issledovaniy</i>. St. Peterburg: Nauka. Vol. X. P. 1. Pp. 403-428. (In Russ.).</p> <p>Iagupova, L. (2013). Idiomaticisierte Präfixsubstantive mit ge- im Mittelhochdeutschen // <i>Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik</i>. Frankfurt/M. u.a.: Peter Lang. S. 183-193. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik. Bd. 1).</p>
Журнальная статья	<p>Lenets, A. V., Alekseev, A. V. (2014). Istoriya issledovaniya leksicheskikh sokrashcheniy v germanskikh yazykakh [History of the lexical abbreviations research in the Germanic languages]. In <i>Vestnik Nizhegorodskogo</i></p>

	<p><i>gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta imeni N. A. Dobrolyubova.</i> No 28. Pp. 11-22. (In Russ.).</p> <p>Petrenko, A. D. (2014). Sotsiofoneticheskie aspekty yazykovoy variativnosti [Socio-phonetic aspects of language variation]. In N. V. Izotova (ed.) <i>Izvestiya Yuzhnogo federalnogo universiteta.</i> No 4. Pp. 150-161. (In Russ.).</p> <p>Atkinson, D. (2007). Alignment and interaction in a sociocognitive approach in second language acquisition. In H. Byrnes (ed.) <i>The Modern Language Journal.</i> Vol. 91. Pp. 169-188.</p>
<i>Интернет-ресурсы</i>	<p>Molchanova, G. G. (2015). Kommunikativno-funktsionalnaya teoriya perevoda kak vid variativnoy interpretatsii deistvitelnosti [Communicative functional theory of translation as a form of interpretation of reality]. In <i>Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya.</i> No 3. Pp. 9-21. Available at: <a href="http://www.ffl.msu.ru/research/vestnik/">http://www.ffl.msu.ru/research/vestnik/</a>. (accessed: 22.02.2014). (In Russ.).</p> <p>Canagarajah, A. S. (2011). Multilingual Communication and Language Acquisition: New Research Directions. In <i>The Reading Matrix.</i> January 2011. Vol. 11. No 1. 15 p. Available at: <a href="http://www.readingmatrix.com/.../january_2011/canagarajah_wurr.pdf">www.readingmatrix.com/.../january_2011/canagarajah_wurr.pdf</a>. (accessed: 26.02.2014).</p>
<i>Материал на CD или DVD</i>	<p>Henry, O. (2003) Cabbages and Kings. In <i>English and American Literature / CD-ROM.</i> P. 3. Digitale Bibliothek Band 59. Berlin. P. 75.</p>

### 8. СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ

Для публикации статьи в научном журнале «STUDIA GERMANICA, ROMANICA ET COMPARATISTICA» автору необходимо предоставить следующую информацию (e-mail: zhurnal.sgrc@donnu.ru):

1. Статью (в электронном виде – название файла латинскими буквами фамилия автора, напр.: ivanov\_statya.doc или ivanov\_statya.docx).
2. Анкету (в электронном виде – название файла латинскими буквами фамилия автора, напр.: ivanov\_anketa.doc или ivanov\_anketa.docx).

#### АНКЕТА

	На русском языке	На английском языке
<b>Фамилия, имя, отчество</b> (полностью)		
<b>Ученая степень, учёное звание</b> (если имеются)		
<b>Почетные звания</b> (если имеются)		
<b>Должность и структурное подразделение</b> (полное название должности и структурного подразделения организации в именительном падеже)		
<b>Организация, где работает или учится автор</b> (полное название в именительном падеже, почтовый индекс, адрес – с официального сайта)		
	<b>На русском языке</b>	
<b>Номера контактных телефонов автора и адрес электронной почты</b> (личные или служебные)		
<b>Специальность, которой соответствует содержание статьи и тема диссертации</b> (для соискателей, аспирантов и докторантов)		

3. Отзыв научного руководителя для авторов без учёной степени (отзыв заверяется кадровой службой или ученым секретарем по основному месту работы и основной печатью организации).

## **9. О РЕЦЕНЗИРОВАНИИ**

Все научные статьи подлежат обязательному независимому (внутреннему) рецензированию и научному редактированию. Организует независимое (внутреннее) рецензирование главный редактор, привлекая специалиста (доктора или кандидата наук), имеющего наиболее близкую к теме научную специализацию. Рецензент одновременно является научным редактором статьи.

Рецензии заверяются в порядке, установленном в учреждении, где работает рецензент. Рецензирование проводится конфиденциально.

Представленные статьи проходят **проверку в программе «Антиплагиат»**. Уникальность статьи не должна быть ниже 85%. В случае выявления в тексте плагиата статья отклоняется без права ее дальнейшей переработки или доработки.

Рецензент несет ответственность за содержание и качество рецензии. Рецензент может дать одну из трех итоговых рекомендаций:

1) **статья может быть рекомендована к печати** без исправлений или с незначительными исправлениями;

2) **статья требует повторного рецензирования**, поскольку содержит существенные недочеты, которые должны быть устранены автором;

3) **статья не рекомендуется к публикации**, поскольку не отвечает критериям, предъявляемым к научным статьям.

**Статья, не рекомендованная рецензентом к публикации и отклоненная редколлегией, к повторному рассмотрению в прежнем виде не принимается.** Она может быть вновь рассмотрена лишь в случае ее существенной переработки автором.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

***STUDIA GERMANICA, ROMANICA  
ET COMPARATISTICA***

**Том 15 Выпуск 1–2 (43–44) 2019**

Язык издания: русский, английский, немецкий, украинский и др.

*Компьютерная верстка: О. А. Гринёва*

С электронным вариантом научного журнала можно ознакомиться на сайте ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» (<http://donnu.ru/sgrc>).

Подписано в печать 30.04.2019 г.  
Формат 60×84/8. Бумага офсетная.  
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 21,85.  
Тираж 100 экз. Заказ № 19-Июнь86.

Донецкий национальный университет  
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.  
Свидетельство о внесении субъекта  
издательской деятельности в Государственный реестр  
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.