



II Международная научная конференция

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ

Часть II



Краснодар

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

*М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов, Н. М. Сараева, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев, М. А. Игнатова, В. В. Коварда, М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров, В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, Т. В. Матроскина, М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин, А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова*

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственный редактор: *Е. И. Осянина*

Международный редакционный совет:

*З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия), Б. Б. Бидова (Россия), В. В. Борисов (Украина), Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан), А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан), А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан), Н. С. Игисинов (Казахстан), К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева (Россия), Е. П. Колпак (Россия), В. А. Куташов (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия), Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев (Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан), Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов (Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков (Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)*

**Актуальные** проблемы филологии: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, А43 февраль 2016 г.). — Краснодар: Новация, 2016. — iv, 74 с.  
ISBN 978-5-905557-77-4

В сборнике представлены материалы III Международной научной конференции «Актуальные вопросы филологических наук».

Рассматриваются общие вопросы литературоведения, вопросы истории литературы, народного творчества, художественной литературы, а также проблемы общего и прикладного языкознания и массовой коммуникации.

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов филологических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 821.161.1  
ББК 84(2 Рос=Рус)1

## СОДЕРЖАНИЕ

## ОБЩЕЕ И ПРИКЛАДНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

<b>Агафонова А.С.</b> К вопросу о структурных особенностях реалий англоязычной научной фантастики. ....	77
<b>Азамжоннова Х.Н.</b> Interactive methods of activities in teaching foreign languages .....	79
<b>Аушева Э.А.</b> Актуальные проблемы местоимений ингушского языка. ....	81
<b>Балмагамбетова Ж.Т., Нургалиева А.А.</b> Понятие концепта в лингвокогнитологии и лингвокультурологии. ....	83
<b>Жданова Н.В., Обозный Д.К.</b> Сравнение лингвокультурного концепта «communication» в английском и русском языках. ....	87
<b>Звада О.В.</b> Парадоксальность языка морали. ....	90
<b>Камалетдинова Г.Х.З</b> Языковой образ семьи в региональной прессе доперестроечного и перестроечного периодов (на материале газет «Советская Башкирия» и «Вечерняя Уфа»). ....	93
<b>Клепиковская Н.В.</b> Роль процесса терминологизации в формировании технического термина .....	96
<b>Конева Е.А.</b> Надеть или одеть — вот в чем вопрос. ....	99
<b>Коробкина Н.И.</b> Денотативный и словообразовательный аспекты современных окказионализмов коммуникативной сферы «путешествие» (на примере трэвел-программы «Орёл и Решка»). ....	101
<b>Маткаримова А.И.</b> Some reflections on the semantic field of «respect» in different system of languages .....	105
<b>Махмудова Н.Р.</b> Прагматическая и когнитивная интерпретация градации в английском и узбекском языках .....	107
<b>Машукова А.О.</b> Фразеологические единицы как объект перевода. ....	109
<b>Романчук Ю.В.</b> Некоторые лингвистические аспекты категории энантиосемии. ....	112
<b>Саломова М.З.</b> Социальная значимость номинаций «возраст человека» в английском языке .....	114
<b>Тиллаева М.Б., Курбанова С.Б.</b> Собственные имена в «Авесте» .....	117
<b>Тоштемиров Э.Н., Абдужабборов Ш.А.</b> Structural-semantic peculiarities of coordinate phrases in modern linguistics (on materials of the English and Uzbek languages) .....	119
<b>Хиз К.А.</b> Научно-технические термины на русском и английском языках .....	121

**Худжаева Р.М.**

Продуктивность генетически не связанных лексических омонимов с тропным (переносным) значением в английском языке ..... 123

**Шарипова Ф.Н.**

Социолингвистические аспекты эвфемии ..... 124

**МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЖУРНАЛИСТИКА, СМИ****Борткевич А.В.**

Анализ изменения метафорического образа России в политическом дискурсе англоязычных СМИ ... 127

**Варавва В.В.**

Газета «Владивосток» (1911): «Невероятные рассказы» А.Я. Мауэра. .... 129

**Ергазина А.А., Успанова Д.Ж.**

Лингвокультурологическая интерференция как коммуникативная помеха в процессе межкультурной коммуникации. .... 136

**Захидова Ю.К.**

Ведущий как лицо информационных передач ..... 138

**Каюмова М.И.**

Методы манипуляции массовым сознанием ..... 141

**Корнейчук Ю.В., Якупов Ш.А.**

Сбор и обработка информации спичрайтером. .... 143

**Якунина М.Л.**

Реклама в интернете как объект лингвистического исследования. .... 146



## ОБЩЕЕ И ПРИКЛАДНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

## К вопросу о структурных особенностях реалий англоязычной научной фантастики

Агафонова Анастасия Сергеевна, студент

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого

Научная фантастика занимает особое место среди жанров художественной литературы. Само слово «фантастика» — греческого происхождения и означает «искусство воображения». По определению, фантастика, как никакой другой жанр, способна максимально аккумулировать творческую фантазию и писателя, и читателя. В то же время она всегда опирается на реальную действительность, в связи с чем концептуальная картина мира научной фантастики объединяет два противоположных полюса: фантастическое здесь соседствует с реальным, правда с вымыслом, объективное с субъективным.

Мир, воспроизводимый на страницах научно-фантастических произведений, открыт для всевозможных трансформаций, и авторы зачастую вводят в повествование новые, несуществующие в действительности предметы и понятия. В таком случае писатель-фантаст практически не может обойтись существующим словарным фондом и вынужден прибегать к созданию новых лексем, которые получили название реалий научной фантастики, или квазиреалий. Соответственно, научная фантастика представляет собой великолепную базу для словотворчества, а изучение структурных особенностей реалий научной фантастики открывает новые перспективы для познания специфических законов языковой системы и дает богатейший материал для прогнозирования и научного предвидения путей развития языка.

А.В. Клименко выделяет 3 обширные группы новообразований в английском языке: заимствования, семантические неологизмы и слова, созданные по имеющимся в языке продуктивным и непродуктивным словообразовательным моделям [5]. Рассмотрим каждую из этих групп подробнее и проиллюстрируем их конкретными примерами. В рамках настоящей статьи в качестве иллюстративного материала для анализа методом сплошной выборки были отобраны 77 лексических единиц, служащих для обозначения новых реалий, из произведений авторов-фантастов Н. Стивенсона и Д. Симмонса.

**I. Заимствования** — слова и словосочетания, перенесенные из одного языка в другой либо из одного подязыка в другой подязык того же языка [6]. При этом заимствованное слово может сохранить оригинальное произношение; адаптироваться к английскому языку по форме и произношению, но остаться неизменяемым;

адаптироваться к английскому языку по форме и произношению и свободно подвергаться морфологическим изменениям в соответствии с нормами языка. Кроме того, возможно заимствование отдельных словообразующих морфем, чаще всего греческого и латинского происхождения, от которых затем образуются новые лексемы [1].

В рассматриваемом материале выявлено 13 заимствований. К ним можно отнести следующие реалии: «aut» (церемония, ритуал) от исп. «auto de fe» (аутодафе — «акт веры»), «fid» (юный монах-ученый) лат. «fidelis» (верный, преданный), «praxis» (технология) от лат. «praxis» (практика) и т.д.

**II. Переосмысление** уже существующих в языке слов и придание им особого нового значения, т.е. **создание семантических неологизмов**. Такие неологизмы являются результатом появления семантических приращений (иначе говоря «обертонов смысла», «контекстуальных значений», «эстетических значений»), которые существенно преобразуют семантику исходной узусальной лексемы, употребленной в художественном контексте [6].

Примеры семантических неологизмов широко представлены в изучаемых произведениях и насчитывают 15 единиц. К ним можно отнести такие реалии, как «ark» (изначально — ковчег, в романе — любой храм), «logotype» (логотип —> система письма), «reticule» (окулярная сетка —> компьютерная сеть) [8], «phoenix» (феникс —> самовозгорающееся растение), «flashback» (флешбэк, короткий ретроспективный эпизод —> наркотическое вещество, позволяющая человеку пережить любой момент своего прошлого с полным эффектом присутствия), «Hegira» (переселение Мухаммеда и его приверженцев из Мекки в Медину —> переселение людей на другие планеты после гибели Земли) [7] и т.д.

**III. Создание новых слов** на базе имеющихся в языке продуктивных и непродуктивных словообразовательных средств.

Подробная классификация словообразовательных моделей английского языка была разработана И.В. Арнольд [1].

**1. Фонологические неологизмы** создаются из отдельных звуков или своеобразных конфигураций звуков. Они рождаются в том случае, когда автор предлагает в качестве новообразования какой-либо звуковой комплекс,

считая, что этот комплекс передает, содержит некую семантику, обусловленную фонетическими значениями звуков, его составляющих [6].

Примеров таких неологизмов в рассматриваемом материале крайне мало — всего 1 лексема: реалия «jeejah», обозначающая электронное устройство, совмещающее функции мобильного телефона, фотоаппарата и т.д. [8]. Слово напоминает англ. «geegaw» (безделица; погрешность), а аллитерация создает образ издающего назойливые звуки и отвлекающего внимания устройства-бездельюшки.

**2. Аффиксальное словопроизводство** (аффикация, деривация) — создание новых слов путем присоединения к основе тех или иных словообразовательных элементов — аффиксов (префиксов и суффиксов).

В рассматриваемых произведениях способ аффикации представлен 4 примерами: «tenner», «hundreder», «thousander» (монахи-ученые, давшие обет не выходить во внешний мир в течение десяти, ста и тысячи лет соответственно) [8] и «ouster» (раса, мутировавшая из людей) [7].

**3. Словосложение** — способ создания новых слов путем объединения двух или более основ в одно целое. В результате получаются сложные слова, которые можно разделить на несколько групп:

а) сложные слова, образованные простым соположением основ (наиболее продуктивная модель словосложения);

б) сложные слова, в которых основы связаны либо соединительной гласной или согласной, либо служебным словом;

в) сложносокращенные слова, в которых сочетаются два типа образования новых слов: словосложение и сокращение, словосложение и аффикация.

В рассматриваемых произведениях выявлено 14 лексем, образованных словосложением. К ним относятся реалии «chronochasm», «starhenge», «newmatter» [8], «treeship», «spinship», «datasphere», «deathwand», «cruciform» [7] и т.д. Этот способ словообразования — один из самых распространенных в рамках научной фантастики.

**4. Сокращение** — словообразование, при котором некоторая часть звукового состава исходного слова опускается. По формальному признаку сокращения слов могут быть разбиты на три типа: афerezис (усечение начала слова), синкопа (усечение середины слов), апокопа (усечение конца слова). Возможно сочетание сразу двух типов.

В рассматриваемом материале найдено 2 такие лексемы. Реалия «avout» (монах-ученый) образована от англ. «devout» (благочестивый, набожный, религиозный). Реалия «apert» (праздник, во время которого монахи-ученые могут покидать стены монастырей) образована от англ. «aperture» (отверстие, дыра) [8].

Так же в английском языке получил большое распространение инициальный тип сложносокращенных слов, т.е. сокращения, составленные из начальных букв.

По орфоэпическому признаку их можно разделить на две большие группы: аббревиатуры (произносятся как сочетание алфавитных названий входящих в них букв) и акронимы (произносятся слитно, как единое слово).

У Д. Симмонса встречаются 2 реалии-аббревиатуры: «AI» (раса разумных существ, которые произошли от некогда обретших независимость роботов с искусственным интеллектом), образованная от словосочетания «artificial intelligence», и «CPBs» (вид оружия), образованная от «charged particle beam weapons» [7].

**5. Стяжение** (контаминация, слияние, гибридизация, телескопия и т.п.) — способ словообразования, в результате которого новое слово возникает из слияния полной основы одного исходного слова с усеченной основой другого слова или из слияния двух усеченных основ исходных слов.

Данный способ в рассматриваемом материале представлен 3 примерами. Реалия «fatline» (средство сверхсветовой связи) образована от «Faster Than Light Communication Line», «comlog» (ещё одно средство связи) — от «communication» и «log», а «cybrid» (робот, искусственный разум которого заключен в человеческое тело) — от «cybernetic» и «hybrid» [7].

**6. Конверсия** (безаффиксное или корневое словообразование, изменение функции) — «тип словообразования, при котором новые слова возникают без изменения основной формы исходного слова, т.е. без добавления или изменения каких-либо морфем, но в другой части речи и, следовательно, включаются в новую парадигму, получают новые синтаксические функции и сочетаемость и новое лексико-грамматическое значение» [1, с. 137].

В рассмотренных произведениях зафиксировано только два случая конверсии. Так, реалия «blithe» (вид наркотического растения) образована от английского прилагательного, обозначающего «блаженный, счастливый» [8], а существительное «lambet» (одно из самовозгорающихся растений во Вселенной Гипериона) — от прилагательного, которое означает «светящийся, сияющий, сверкающий» [7].

Данную классификацию можно дополнить ещё одним пунктом.

**IV. Создание синтаксически-фразеологических окказионализмов**, то есть номинаций, реализующих новые возможности лексико-фразеологической сочетаемости языковых единиц [4].

**1. Окказиональные сочетания слов** представляют собой стечение лексем, сочетаемость которых в узусе невозможна, поскольку противоречит закону семантического согласования вследствие отсутствия общих сем в их лексических значениях. Благодаря возникновению контекстуально обусловленных семантических сдвигов в зависимом компоненте словосочетания появляются общие семы [2].

В изученном материале окказиональные словосочетания встречаются 16 раз. К ним относятся реалии «flight thread», «cryogenic fugue», «projection pit», «plasma grenade» [7] и т.д.

2. **Узуальные сочетания слов**, которые приобретают новые значения в художественном тексте благодаря контекстуально обусловленным семантическим сдвигам.

В рассматриваемых произведениях выявлены 6 подобных словосочетаний. К ним модно причислить реалии «Terrible Events», «Everything Killer» [8], «Big Mistake», «Eternal Tree» и т. д.

Однако некоторые авторы отмечают, что хотя такие сочетания и естественно рассматривать на синтаксическом уровне языка, «каждый из компонентов таких выражений, используемых в научной фантастике, не может существовать отдельно без нарушения смысла обозначаемого

ими понятия. Поэтому в рамках рассматриваемого жанра представляется возможным отнести модель ... к способу создания новых слов — словосложению» [3, с. 113].

Таким образом, проанализированный корпус примеров позволяет сделать вывод о том, что создание окказиональных словосочетаний и семантических неологизмов, заимствование и словосложение являются наиболее продуктивными способами образования реалий научной фантастики. Это объясняется тем, что авторы стремятся к достоверности и правдоподобности изображаемого, что возможно в том случае, когда неологизмы напоминают уже существующие в языке лексические единицы.

### Литература:

1. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка (на русск. яз.) 2-е изд., перераб. [Текст]/И. В. Арнольд. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. — 376 с.
2. Бабенко, Н. Г. Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ [Текст]/Н. Г. Бабенко. — Калининград, 1997. — 81 с.
3. Булаева, Н. Е., Богатова, Ю. А. К вопросу о структурно-семантических особенностях лексики в произведениях англоязычной научной фантастики [Текст]/Н. Е. Богатова, Ю. А. Богатова/Вестник КГУ. — Кемерово, 2015. — № 4, т. 1. — с. 111–115.
4. Загоровская, О. В. Лексические инновации в русском языке новейшего периода [Текст]/О. В. Загоровская // Актуальные проблемы изучения и преподавания русского языка на рубеже XX–XXI вв. — Воронеж, 2001. — с. 10–12.
5. Клименко, А. В. Перевод. Ремесло перевода [Текст]/А. В. Клименко. — М.: Высшая школа, 1999. — 659 с.
6. Попова, Т. В. Русская неология и неография [Текст]/Т. В. Попова. — Екатеринбург, 2005. — 96 с.
7. Simmons, D. Hyperion [Text]/D. Simmons. — Bantam Spectra, 1990. — 483 p.
8. Stephenson, N. Anathem [Text]/N. Stephenson. — William Morrow, 2008. — 960 p.

## Interactive methods of activities in teaching foreign languages

Азамжоновна Хуршида Нозимжон кизи, студент  
Андижанский государственный университет (Узбекистан)

A'zamjonova Hurshidaxon Nozimjon qizi, student  
Andijan state university, Uzbekistan

**T**eaching process is mainly based on two activities. They are imparting knowledge and acquiring knowledge. In the first case teacher sends information and the learners receive it. The innovative methods also deal with this process and their aim is to evaluate the activities of a teacher and learners using new ways and methods of teaching including new technical means of teaching.

As we know that methodological approach in teaching foreign languages may be divided into three groups. They are Passive methods, Active methods and also interactive methods.

If we speak here in the first place about the passive methods, it should be noted that in Passive methods a teacher is in the centre of teaching. He plays active role but the learners are passive. Control can be carried out by the way of questions, individual and control work, tests etc. It may be useful when it is used by an experienced teacher.

Secondly, in Active methods learners are also active. Their role and activity is equal in the process of interaction. Learners may ask questions; express their ideas with a teacher.

The last but it is in the first nowadays interactive method or approach is a modernized form of active methods. The most of teachers usually understand or mean cooperative action during the lesson. But here attention should be focused on inner action too. The learners should have inner motivation which involves them into active work or active participation at the lesson. In interactive method teacher's role is to direct learners activity to getting the aim of the lesson which include interactive exercises and tasks.

Below some types of interactive methods are given:

**Brainstorming.** It is technique for generating new ideas on a topic. These methods stimulate creative activity of the learners in solving problems and express their ideas freely.

Various variants of solving the problem are usually given here. In brainstorming quantity of utterances is important but not the quality. Teacher should listen to all utterances and not criticize them. Instead of this he inspire the learners to give as many variants of solving the problem as he (or she) can. Lacks of criticism create favorable conditions for the learners to express the ideas freely and these of course motivate them. At the end of brainstorming activity all the expressed utterances are written and then analyzed.

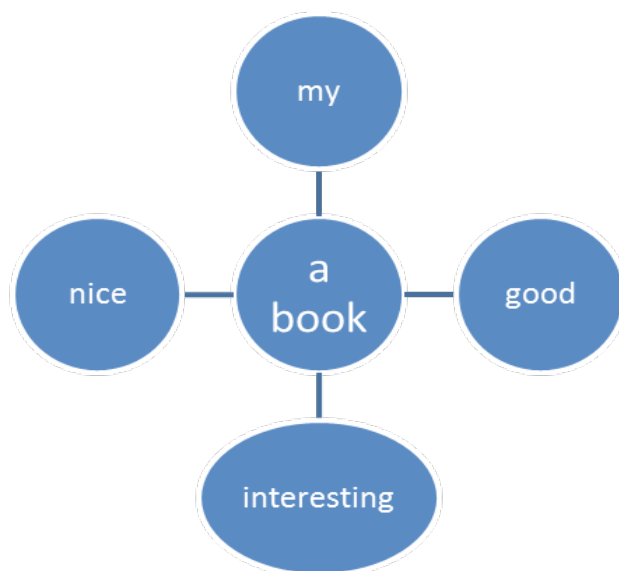
**Discussion.** This type of interactive method requires to study teaching material on the theme before starting discussion. After having learnt the lexico-grammatical material on the theme the learners may start discussion. This method helps the learners consistently and logically express their ideas by presenting grounds for their utterances. Here the learners work in small groups and this improves their activity because every member of the group may express his/her ideas and takes part in the discussion.

The forms of organizing group work are the following:

- a) a theme is selected (chosen);
- b) learners must have learnt the chosen problem;
- c) groups are formed;
- d) teacher gives instruction and announces the time;
- e) controls the activity of learners and if it is needed, helps and stimulated them.
- f) at the end of the discussion one representative of each group makes presentation.

**Cluster.** The next innovative method is cluster. It is one of widely used methods in teaching a foreign languages now. It can be used in all stages of teaching English to both young and aged learners. In presenting new words a teacher writes a new word on the blackboard. And then learners tell the words that can be used together with the given word.

For ex.:



Then teacher gives a task to make up word combinations with the word «book»: my book, a good book, an interesting book, a nice book, etc. This method involves all the learners into active work and forms of motivation. It can be effectively used in improving monologic speech habits and skills.

**Role playing.** Role playing is also one of the activity used in teaching innovative methods. They are made to improve the efficiency of teaching. Role playing involves the learners into active work by positively influencing on their inner activity. This creates favorable conditions for cooperative work. Such atmosphere creates their motivation, personal potentials of inner activity and helps to form practical skills and habits. During the role playing such skills as creativity, getting out of the difficult situations, resourcefulness, self managing are formed and improved. Role playing has not only educational aim, but also has social aims because some life situation are modeled here for teaching. When a teacher uses role playing method in teaching the

foreign language he/she should follow the below given instructions:

- Creating cordial atmosphere among the learners who take part in the play;
- Learners should feel free themselves and this will help them to play their role perfectly;
- Creating favorable conditions in the teaching process and using pros;
- Taking into consideration the personal features of the learners.

**Multimedia learning.** This is the next innovative method. It is the combination of various media types as text, audio and video materials by the help of which teacher presents information to the learners. By using information technology as an innovative teaching and learning strategy in a problem based learning teacher tries to motivate learners to active knowledge through real life problems.

Advantages of using multimedia learning:





Improves interest and motivation

Various multimedia tools help the learners better understand the teaching material

Teaching process oriented on the life situations

Positively influence on forming speech habits and skills. An effective conclusion retraces the important elements of the lesson and relates them to the objective. This review and wrap-up of ideas reinforces student learning and improves

the retention of what has been learned. New ideas should not be introduced in the conclusion because at this point they are likely to confuse the students.

#### References:

1. Fries Ch. C. Teaching and Learning English as a Foreign Language. Ann Arbor, 1947.
2. Littlewood. W. Communicative Language Teaching. An Introduction. Cambridge. CUP. 1981.
3. Livingstone Card. Role play in Language Learning. 1988.
4. Palmer H. Scientific Study and Teaching of Languages. London, 1922.
5. Richards G. C. and Rodgers Th. S. Approaches and Methods in Language teaching. USA, 1993.

## Актуальные проблемы местоимений ингушского языка

Аушева Эльза Алихановна, кандидат филологических наук, доцент  
Ингушский государственный университет

Одной из актуальных проблем современного нахского языкознания на сегодняшний день, несмотря на многочисленные исследования, остается проблема классификации частей речи. В ингушском языке эта проблема примечательна тем, что в отличие от глубоко исследованных языков, в данном языке не представлена конкретно определенная и четкая дифференциация частей речи. Вследствие этого наше внимание привлёк класс местоимений.

Во все периоды развития языкознания местоимения привлекали внимание лингвистов. Вопросы, связанные с анализом местоимений в нахских языках, рассматриваются в работах многих кавказоведов. В работе «Чеченский язык» П.К. Услар выделяет эту часть речи. З.К. Мальсагов в «Грамматике ингушского языка» среди шести изменяемых частей речи называет местоимение.

Н.Ф. Яковлев отмечает, что в чеченском языке «мы имеем оформившиеся в качестве особой части речи местоимения» [11]. Частные вопросы, касающиеся местоимений, освещаются в работах

А.С. Куркиева [5], Ю.Д. Дешериева [4] и других.

Древний грамматический класс местоимений как субъективно-указательных слов, определяющих действительность в ее отношении к говорящему лицу, к данной обстановке речи, пережил глубокие изменения своего строя. Большая часть местоимений в русском языке слилась с категориями прилагательных, наречий, союзов и частиц.

Это относится и к состоянию положения местоимения как части речи в ингушском языке, где местоимение еще четко не дифференцировалось от других частей речи. За исключением предметно-личных местоимений, составляющих небольшую грамматически обособленную группу,

другие разряды местоимений рассеяны по разным грамматическим категориям.

Традиционное, восходящее к Греко-римской грамматике, определение всего класса местоимений как заместителей или заместителей имени было забраковано в русской грамматике еще в первой половине 19 века.

Г.П. Павский начинал свое рассуждение о местоимениях такими словами: «Имя, данное местоимениям, не вполне выражает их значение в языке. Местоимения не заменяют имен, а служат только указанием на них или напоминанием об них ...» [6, с. 27].

А.А. Потебня [8] отмечал, что местоимения не составляют особой части речи, но представляют своеобразный лексико-семантический тип слов

А.П. Пешковский [7] считал, что у местоимений совсем нет вещественного значения, что у них и основное и добавочное значения — формальные. Он доказывал отсутствие резких границ между местоименными и неместоименными словами.

В.В. Виноградов же отмечает, что «разделяемая многими лингвистами точка зрения на них, как на «разряд слов, определяющий объекты в их отношении к говорящему лицу» (А.А. Потебня), или взгляд на местоимения как на чисто формальные слова (А.А. Шахматов, А.М. Пешковский) не совсем точно отражает их специфику.

Местоимения в ингушском языке не являются чисто формальными, так как к ним относятся предметно-личные, притяжательные и указательные слова: *из* «он», *иззал* «столько», *х1ара* «каждый», *хьа* «твой», *шоаш* «сами», *вож* «другой», *моллаг1а* «любой», *ер* «этот» и другие.

Авторы учебника «Современный ингушский язык» рассматривают местоимение как самостоятельную часть речи, которая «обозначает предмет, его качество, число, но не называет их по имени» [1, с. 18–26].

Среди местоимений ингушского языка особое место занимают предметно — личные местоимения. На обособленное положение группы предметно-личных местоимений указывают, прежде всего, своеобразия выражения и отражения грамматического класса в их строе.

Как в русском языке личные местоимения *я* и *ты*, не имея родовых форм, могут иметь значение любого рода, так и в ингушском языке местоимения *со* «я», *хьо* «ты», не имея класса, могут иметь значение любого класса. Эти местоимения могут относиться к лицам не непосредственно, а через посредство их названий, их имен, и тогда класс местоимений определяется классом того имени существительного, на которое они указывают, от лица которого они выступают. Например: *Хасан, хьо дукха лувш ва.* [2, с. 67] / «Хасан, ты много говоришь».

Местоимение 1-го лица множественного числа *тхо* «мы» лишено классных различий, как и все вообще имена, облеченные в формы множественного числа. То же самое можно сказать и о местоимении *из* «он, она, оно».

Вопросительное местоимение *мала* «кто» употребляется в вопросительном значении и относится к неизвестному лицу. Оно обычно не сопровождается указанием

на различия лиц по классу, но чаще всего употребляется в мужском классе: *Мала ва хьо?* / «Кто ты?».

Со своеобразиями классовых значений у предметно-личных местоимений сочетаются особенности в приемах выражения категории лица. Но это не соответствует вполне той грамматической категории одушевленности, которую мы видели в именах существительных. Это деление проводит резкое различие между лицами и не лицами; лица — это говорящий, его собеседник и все им подобные; к не лицам относятся и животные, и предметы, и явления. Это видно из того, что заметив животных, мы не спросим: «*Малав из?*» / «Кто это?», а спросим: «*Фу я из?*» / «Что это?».

Личное местоимение 3-го лица *из* «он, она, оно» означает не только лица, но и живые существа, даже предметы. В современном языке форма *цун* «его» является родителем, винительным падежом от *из* «он и оно», относясь безразлично к людям, животным и неодушевленным предметам.

«Отсутствие грамматического единства местоименных слов, с одной стороны, и ... совпадение их разрядов и отдельных местоименных лексем со словами других частей речи мало у кого вызывает сомнения. Вопрос в том, насколько мы правы, просто распределяя местоименные слова между именами существительными, прилагательными, числительными и наречиями» [10, с. 92].

Вопрос об особом положении «местоимений — существительных» в системе частей речи ставится не впервые. Обоснованность выделения местоимений — существительных в отдельную часть речи можно установить на основании их лексико-грамматических свойств, а в этом плане «по структуре словоизменительных парадигм и характеру выражения морфологических категорий особое место среди местоименных слов занимают местоимения — существительные: они характеризуются собственным специфическим выражением категориальных рода, числа и падежа и особенностями словоизменения.

В лексическом отношении анализируемая группа слов имеет с существительными больше сходств, чем различий. Те и другие с разной степенью определенности служат для обозначения лица или предмета, только в одном случае они называются (имя существительное), в другом только указываются (местоименные слова), т. е. речь идет «о разных типах обозначения лица и предмета, которые в языкознании получили названия «номинация» и «проминация». Лексико-грамматическая классификация местоимений — существительных в том виде, в каком она проводится в отношении существительных, конечно, невозможна, но основное для существительных деление на одушевленные — неодушевленные слова применимо и здесь» [10, с. 92].

Личные местоимения *со* «я», *хьо* «ты», *тхо* «мы», *шо* «вы» и возвратное *се* «себя» в лексическом плане, безусловно, одушевленные, так как употребляются для прономинирования лиц — людей. Личное местоимение *из* «он» лексически трудно отнести к одушевленным, так как указывает не только на лицо, но и на предмет: *Еларг-м яц из, цу*

*маьрелах, — аьлар Къамбулата.* [2, с. 136]/«Не будет она рада тому замужеству! — сказал Къамбулат» (из «она» — здесь указывает на лицо). *Йохка ма лургийи из — аьлар Дауда, оаха гульях т1аьда йол б1аргаяьча.* [Там же, с. 145]/«Оно не испортится, — сказал Дауд, — увидев мокрое сено, которое мы собрали» (из «оно» — здесь указывает на предмет, но формально-грамматически это слово также ведет себя как одушевленное).

В лексико-семантическом и лексико-грамматическом отношении, таким образом, нет таких признаков местоимений-существительных, которые позволяли бы вывести их за пределы существительных и считать самостоятельной частью речи. Вместе с тем, нельзя не признать, что лексическая семантика и значение предметно-личной прономинации у местоимений настолько специфичны, чтобы не смешивать эту группу слов с обычными существительными.

Местоимения в ингушском языке не образуются от других частей речи и не пополняются новыми словами за некоторым исключением, когда удвоение основ дает новое местоимение: *со-се* «я сам», *хьо-хье* «ты сам», *вай-воаш* «мы сами», *шо-шоаш* «вы сами» и т. д.

В сфере местоимений невозможен лексический параллелизм. Местоимения, в отличие от других частей речи,

не обозначают тех или иных понятий, а являются прямыми указаниями на предметы и явления объективной действительности. Конкретное лексическое значение они получают в контексте. Например, местоимение *хьо* «ты» указывает на лицо, к которому обращаются: *Хьона денад ер совг1ат.*/«Тебе принесли этот подарок». *Хьо дика лор ва.*/«Ты хороший врач»; либо приобретает обобщенно-личное значение, то есть указывает не на определенное лицо, а на лицо вообще: *Наха везаш хьо ваьхавале, велча сийле* хургва хьо./«Если ты был уважаем народом при жизни, ты и после смерти будешь почитаем».

Местоимения в ингушском языке распределяются на несколько разрядов, которые не образуют четкой словообразовательной структуры. В современном ингушском языке выделяют личные, возвратные, притяжательные, указательные, определительные, неопределенные, вопросительные и отрицательные местоимения.

Таким образом, в настоящее время в ингушском языке местоимения, несмотря на полную грамматическую разобщенность отдельных групп, рассматриваются как лексико-грамматический разряд слов, как самостоятельная часть речи, которая обозначает предмет, признаки, количества, но не называет их.

#### Литература:

1. Ахриева, Р. И. Современный ингушский язык. Назрань: Пилигрим, 1997. 265 с.
2. Боков, А. Х. Сыновья Беки. — Грозный: Чечено-Ингушское книжное изд-во, 1981. 576 с.
3. Виноградов, В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. М.: Высшая школа, 1986. 639 с.
4. Дешериев, Ю. Д. Сравнительно-историческая грамматика нахских языков и проблемы происхождения и исторического развития горских кавказских народов. М.: КомКнига. 2006. 552 с.
5. Куркиев, А. С. Местоимения в нахских языках. — Тбилиси, 1965.
6. Павский, Г. П. Филологические наблюдения над составом русского языка. Рассуждение третье. — СПб., 1850. 227 с.
7. Пешковский, А. М. Русский синтаксис в научном освещении. — М.: Учпедгиз, 1956. 544 с.
8. Потенба, А. А. Из записок по русской грамматике. — Т. 1. — М.: Просвещение. 1958. 551 с.
9. Русская грамматика. Том 1. М.: Наука. 1980. 789 с.
10. Халидов, А. И. Морфология современного русского языка. Часть 2. Грозный: Изд-во ЧГУ, 1998. 153 с.
11. Яковлев, Н. Ф. Морфология чеченского языка. — Грозный: Чечено-Ингушское книжное изд-во, 1960. 240 с.

## Понятие концепта в лингвокогнитологии и лингвокультурологии

Балмагамбетова Жанна Толеуовна, доктор филологических наук, профессор;

Нургалиева Айгерим Акметжановна, магистрант

Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова (Казахстан)

*В статье рассматриваются основные подходы к трактовке термина «концепт». Даются различные толкования понятия «концепт», структуры концепта.*

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, концепт, понятие.

В последнее время наблюдается тенденция изучения языка как продуктивного способа интерпретации человеческой культуры. Этому есть логическое объяснение,

ведь «язык — это ключ человеческой мысли и психики..., служащий для характеристики нации». Луи Ельмслев полагает, что язык «может открыть дорогу, как к пониманию

стиля личности, так и к событиям жизни прошедших поколений» [1, с. 131]. В этой связи невозможно не заметить, что в современной лингвистике ярко выражена тенденция к усиленному формированию совершенно нового направления — культурологической лингвистики или лингвокультурологии.

В задачи лингвокультурологии входит изучение и описание взаимоотношений языка и культуры, языка и этноса, языка и народного менталитета [2, с. 216. 3, с. 28], она создана, по прогнозу Эмиля Бенвениста, «на основе триады — язык, культура, человеческая личность» и представляет лингвокультуру как «линзу, через которую исследователь может увидеть материальную и духовную самобытность этноса» [4, с. 45]. Основа категориального аппарата лингвокультурологии состоит из понятий языковой личности и концепта, гносеологическое становление которых, еще не закончено.

Термин «концепт» возник в научной литературе лишь в середине XX века, но его употребление замечено еще в 1928 году в статье С. А. Аскольдова «Концепт и слово». Под «концептом» автор понимал «мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [5, с. 267].

На сегодняшний день существуют десятки различных определений концепта, а также исследования, посвященные анализу имеющихся дефиниций [6, с. 268. 7, с. 79].

Авторы «Краткого словаря когнитивных терминов» трактуют «концепты» как идеальные абстрактные единицы, смыслы, которыми оперирует человек в процессах мышления, и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей деятельности человека и процессов познания им окружающего мира в виде определенных единиц, «квантов знания». При этом отмечается, что содержание концепта включает информацию о том, что индивид знает, предполагает, думает, воображает о том или ином фрагменте мира. Концепты сводят все многообразие наблюдаемых явлений к чему-то единому, под определенные, выработанные обществом категории и классы [8, с. 90].

В. Н. Телия рассматривает «концепт», как «все то, что мы знаем об объекте во всей экстенсии этого знания» [9, с. 97]. Он (концепт) представляет собой значимую категорию наиболее высокой степени абстракции, включающую в себя отдельные значения конкретизации общей семантики. Кроме того, В. Н. Телия подчеркивает, что концепту онтологически предшествует категоризация, которая создает типовой образ и формирует «прототип».

Рассматривая сущность концепта, исследователи особо отмечают его принадлежность этнокультурному миру человека. Семантическое его содержание при этом интерпретируется в контексте форм мысли носителя языка как этнокультурная репрезентация. Таким образом, познание концепта помогает воссоздать этнокультурный образ, особенность менталитета носителя языка. «Концепт являет собой выражение этнической специфики мышления, и его

вербализация обусловлена лингвокогнитивно этнокультурно маркированной ассоциативной компетенцией носителя концептуальной системы» [10, с. 144].

В терминах Ю. С. Степанова концепт — микромодель культуры, он порождает ее и порождается ею. Являясь «сгустком культуры», концепт обладает экстралингвистической, прагматической, т.е. внеязыковой информацией [2, с. 40].

Слышкин Г. Г. определяет концепт как «условно-ментальную единицу» и выделяет в нем, прежде всего, примат целостного отношения к отображаемому объекту. Формирование концепта представлено им как процесс соотнесения результатов опытного познания действительности с ранее усвоенными культурно-ценностными доминантами, выраженными в религии, искусстве и т.д. [11, с. 34].

Бабушкин А. П. дает следующее определение: «Концепт — дискретная содержательная единица коллективного сознания или идеального мира, хранящаяся в национальной памяти носителя языка в вербально обозначенном виде» [12, с. 13].

Карасик В. И., характеризуя концепты как культурные первичные образования, выражающие объективное содержание слов и имеющие смысл, утверждает, что они транслируются в различные сферы бытия человека, в частности, в сферы понятийного, образного и деятельностного освоения мира [13, с. 102].

Колесов В. В. разделяет узкое понимание концепта как объема понятия и широкое понимание концепта культуры. Кроме того, концепт для него — «исходная точка семантического наполнения слова и конечный предел развития» [14, с. 39].

Представители Воронежской научной школы — З. Д. Попова, И. А. Стернин и др. рассматривают концепт как глобальную мыслительную единицу, представляющую собой «квант структурированного знания» [15, с. 4]. Концепт, по их мнению, репрезентируется в языке лексемами, фразеосочетаниями, словосочетаниями, предложениями, текстами и совокупностями текстов. Рассмотрев языковые выражения концепта, мы можем получить представление о его содержании в сознании носителей языка [15, с. 10–11].

Классифицируя всевозможные дефиниции концепта, С. А. Юлтимирова определяет три основных подхода к его пониманию:

1. лингвистический,
2. когнитивный,
3. культурологический [16].

Лингвистический подход представлен в трудах С. А. Аскольдова, Д. С. Лихачева, В. В. Колесова, В. Н. Телия на природу концепта. В частности, Д. С. Лихачев, следуя за С. А. Аскольдовым, утверждает, что концепт существует для каждого лексического значения, и предлагает рассматривать концепт как алгебраическое выражение значения. В целом, представители данного направления понимают концепт как весь потенциал значения слова вместе с его коннотативным элементом.



Сторонники когнитивного подхода относят его к явлениям ментального характера. Так З.Д. Попова и И.А. Стернин и другие представители Воронежской научной школы причисляют концепт к мыслительным явлениям, определяя его как глобальную мыслительную единицу, «квант структурированного знания». Выше было приведено определение концепта, данное Кубряковой Е.С., Демьянковым В.З., Панкрац Ю.Г., Лузиной Л.Г. в «Кратком словаре когнитивных терминов». Авторы словаря понимают концепт прежде всего как «оперативную содержательную единицу памяти, ментального лексикона».

Представители третьего подхода значительный интерес уделяют культурологическому аспекту. По их утверждению, вся культура понимается как своего рода комплекс концептов и связей между ними. Концепт осмысливается ими как центральная ячейка культуры в ментальном мире человека. Этому взгляду придерживаются Степанов Ю.С., Слышкин Г.Г. Они убеждены, что при анализе различных сторон концепта внимание должно быть направлено на значимость культурной информации, которую он передает. Ю.С. Степанов пишет, что «в структуру концепта входит все то, что и делает его фактом культуры — исходная форма (этимология), сжатая до основных признаков содержания история; современные ассоциации; оценки и т. д.». [2, с. 41]. Таким образом, концепт понимается Ю.С. Степановым основной единицей культуры, ее концентратом.

Концепт, по мнению Ю.С. Степанова, включает в себя такие компоненты, как:

- 1) основной, актуальный признак;
- 2) дополнительный или несколько дополнительных, пассивных признаков, являющихся уже не актуальными, а историческими;
- 3) внутреннюю форму, обычно вовсе не осознаваемую, запечатленную во внешней словесной форме [2, с. 40–43].

Первый компонент — основной, актуальный признак концепта — значим, «известен» всем носителям того или иного языка, той или иной культуры. Выраженный вербально, он средство коммуникации представителей определенной этнической общности, нации, народа, народности.

В отличие от него второй компонент — дополнительный, пассивный признак концепта — обнаруживает свою актуальность далеко не для всего этноса; он доступен для представителей определенной социальной группы, для конкретного микросоциума.

И, наконец, третий компонент — этимологический признак или внутренняя форма — является наименее актуальным для языко- и концептоносителей любой культуры, поскольку историей жизни слова занимаются преимущественно специалисты конкретных наук.

Разные подходы к толкованию термина «концепт» показывают его двустороннюю природу: как значения языкового знака (лингвистическое и культурологическое

направления) и как содержательной стороны знака, представленной в ментальности (когнитивное направление). Подобное разделение толкований понятия «концепт» условно, все вышеперечисленные интерпретации и толкования связаны между собой. Когнитивный и культурологический подходы к осмыслению концепта являются взаимодополняющими: концепт как ментальное образование в сознании человека есть выход на концептосферу (центральное теоретическое понятие) социума, т.е. в конечном результате на культуру, а концепт как единица культуры есть фиксация коллективного опыта, который становится достоянием каждого человека. Эти два подхода разнятся векторами по отношению к носителю языка: когнитивный подход к концепту предполагает направление от индивидуального сознания к культуре, а культурологический подход — направление от культуры к индивидуальному сознанию.

Несмотря на разнообразие существующих определений концепта, можно выделить в них общую закономерность: в них всегда подчеркивается актуальная для современной лингвистики идея комплексного изучения языка, сознания и культуры.

Маслова В.А. перечисляет следующие инвариантные признаки концепта:

- это минимальная единица человеческого опыта в его идеальном представлении, вербализующаяся с помощью слова и имеющая полевую структуру;
- это основные единицы обработки, хранения и передачи знаний;
- концепт имеет подвижные границы и конкретные функции;
- концепт социален, его ассоциативное поле обуславливает его прагматику;
- это основная ячейка культуры [3, с. 46–47].

Существуют различные классификации концептов, в основу которых разные ученые кладут различные критерии. А.П. Бабушкин классифицирует концепты на лексические и фразеологические [12, с. 12]. Со структурно-семантической точки зрения правомерно выделение в самостоятельные типы препозитивных, предложных и других концептов, что и делает Н.А. Красавский [17, с. 40–59]. В основу дискурсной классификации С.А. Аскольдов и В.И. Карасик кладут «принцип способов освоения» мира — научный, художественный и обыденный, и выделяют в отдельный тип научные, художественные и обыденные концепты [5, с. 267–279. 18, с. 3–16].

Еще одним критерием разграничения лингвокультурных концептов является, очевидно, их принадлежность к сфере знания или сознания, которую они обслуживают. Концепты могут типологизироваться не только структурно-семантически, дискурсно, но и социологически. Так, Д.С. Лихачев все концепты классифицирует на следующие группы:

1. универсальные (например, «смерть», «жизнь»),
2. этнические («отчина», «интеллигенция»),
3. групповые («сцена» для актера и зрителя),

4. индивидуальные (они полностью зависят от личного опыта, системы ценностей, культурного уровня конкретного человека) [19, с. 280–287].

Именно от степени владения культурой, т.е. уровня образованности, воспитанности, интеллигентности, зависит концептосфера конкретного человека. Подводя итог всему вышесказанному о концепте, следует подчеркнуть, что категория концепта получает междисциплинарный статус, так как она используется в двух новых парадигмах: лингвокогнитологии и лингвокультурологии. Представители первого направления (Е.С. Кубрякова, Н.А. Болдырев, И.А. Стернин, А.П. Бабушкин) интерпретируют концепт, как единицу оперативного сознания, выступающую как целостное, нерасчлененное отражение факта действительности. Образуюсь в процессе мысленного конструирования (концептуализации) предметов и явлений окружающего мира, концепты отражают содержание знаний, опыта, результатов всей деятельности человека и результаты познания им окружающего мира в виде определенных единиц, «квантов» знания.

Представители второго, культурологического направления (А. Вежбицкая, Н. Д. Арутюнова, В.И. Карасик, Д.С. Лихачев, Ю.С. Степанов, Л.О. Чейненко, С.Х. Ляпин, В.И. Шаховский, С.Г. Воркачев) рассматривают концепт как ментальное образование, отмеченное в той или иной степени этносемантической спецификой [20, с. 6–7].

Итак, в лингвистическом понимании концепта намечилось три основных подхода. Во — первых, в самом ши-

роком смысле в число концептов включаются лексемы, значения которых составляют содержание национального языкового сознания и формируют 'наивную картину мира' носителей языка. Д.С. Лихачев предполагает, что совокупность таких концептов и образует концептосферу языка [19, с. 280–287], в которой концентрируется культура нации. Определяющим в таком подходе является способ концептуализации мира в лексической семантике, основным исследовательским средством — концептуальная модель, с помощью которой выделяются базовые компоненты семантики концепта и выявляются устойчивые связи между ними. Во-вторых, в более узком понимании к числу концептов Ю.С. Степанов и Нерознак относят семантические образования, отмеченные лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующие носителей определенной этнокультуры [21, с. 78–89].

Совокупность таких концептов не образует концептосферы как некоего целостного и структурированного семантического пространства, но занимает в ней определенную часть — концептуальную область. И, наконец, к числу концептов относят лишь семантические образования, список которых в достаточной мере ограничен и которые являются ключевыми для понимания национального менталитета как специфического отношения к миру его носителей.

Проанализировав различные трактовки и интерпретации понятия «концепт», можно прийти к выводу, что концепт есть продукт коллективного сознания, отмеченный этнокультурными особенностями.

#### Литература:

1. Ельмслев, Л. Прологомены к теории языка // Новое в лингвистике. Вып. I/М., 1960. с. 131–256.
2. Степанов, Ю.С. Константы: Словарь русской культуры — М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. — 824 с.
3. Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику: Учебное пособие/В.А. Маслова. — М.: Флинта: Наука, 2004. — 296 с.
4. Бенвенист, Э. Общая лингвистика. М.: «Прогресс», 1974. — 446 с.
5. Аскольдов, С.А. Концепт и слово // Русская словесность: Антология/под ред. В.П. Нерознака. — М.: Academia, 1997, с. 30.
6. Воркачев, С.Г. Культурный концепт и значение. [Электронная версия печ. публикации]/Воркачев С. Г. // Труды Кубанского государственного технологического университета. Сер. Гуманитарные науки. Т. 17, вып. 2. — Краснодар, 2003 — с. 268–276 // <http://kubstu.ru/docs/lingvoconcept/meaning.htm>
7. Воркачев, С.Г. Методологические основания лингвоконцептологии. [Электронная версия печ. публикации]/С.Г. Воркачев // Теоретическая и прикладная лингвистика. Вып. 3: Аспекты метакоммуникативной деятельности. — Воронеж, 2002. — с. 79–95. // <http://kubstu.ru/docs/lingvoconcept/method.htm>
8. Кубрякова, Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.
9. Телия, В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический, культурологический аспекты. — М., 1996. — 284 с.
10. Фесенко, Т.А. Концептуальные системы как контекст употребления и понимания вербальных выражений // Когнитивные аспекты языковой категоризации. Сб. науч. трудов. — Рязань, 2000. — с. 141–144.
11. Слышкин, Г.Г. Концептологический анализ институционального дискурса // Филология и культура. Мат-лы..., 2001, с. 34–36.
12. Бабушкин, А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. — Воронеж: ВГУ, 1996. — 104 с.

13. Карасик, В. И. Модельная личность как лингвокультурный концепт // Филология и культура. Мат-лы III международной конференции. Ч. 2 — Тамбов: Изд-во ТГУ, 2001 — с. 98–101.
14. Колесов, В. В. Концепт культуры: образ — понятие — символ // Вестник СПбГУ. Сер. 2. СПб., 1992. Вып. 3., № 16.
15. Попова, З. Д., Стернин И. А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях, Воронеж: ВГУ, 1999. — 35 с.
16. Юлтимирова, С. А. Различные подходы к трактовке термина «концепт». [Электронный ресурс]/С. А. Юлтимирова // [http://www.rusnauka.com/NPM\\_2006/Philologia/3\\_jultimirova.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NPM_2006/Philologia/3_jultimirova.doc.htm)
17. Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: [монография]/Н. А. Красавский. — Волгоград: Перемена, 2001. — С. — 40–59.
18. Карасик, В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград-Архангельск. 1996. с. 3–16.
19. Лихачев, Д. С. Логический анализ языка. Культурные концепты. М., 1991. с. 280–287.
20. Дорофеева, Н. В. Удивление как эмоциональный концепт: Автореф. дис. канд. филол. наук — Волгоград, 2002. — 20 с.
21. Красавский, Н. А. Концепт «Zogn» в пословично-поговорочном фонде немецкого языка. // теоретическая и прикладная лингвистика. Выпуск 2. Язык и социальная среда. Воронеж. Изд-во ВГТУ, 2000. с. 78–89//[eidos.rsl.ru](http://eidos.rsl.ru)

## Сравнение лингвокультурного концепта «communication» в английском и русском языках

Жданова Наталья Васильевна, кандидат филологических наук, доцент;

Обозный Даниил Константинович, студент

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

*В данной статье впервые на основе лексико-семантического анализа лингвокультурного концепта «communication» исследуются общие и отличительные черты его семантики в русском и английском языках. Рассматриваются периферийный уровень и уровень ядра.*

**Ключевые слова:** коммуникация, концепт, лексико-семантический анализ, лингвокультура, семный анализ, сравнение, языкознание.

В современном языкознании все больше возрастает число исследований, которые связаны, прежде всего, с методами изучения лингвокультурных концептов. Данные труды играют большую роль в современной лингвистике, так как в них выражается отражение культурных и национальных понятий через призму языка. К относительно недавним работам по изучаемой проблеме относятся филологические статьи, посвященные сравнению лексико-семантического наполнения концептов, как правило, в паре языков. Так, Унарокова Гошнаг Шабановна, в своей статье «Лексико-семантическая организация концепта «счастье/happiness» в русском и английском языках» (2014 г.), рассматривает лексико-семантическое поле концепта «счастье/happiness» в русском и английском языках. Показана его высокая актуальность. Выявлены такие общие для обоих языков семы, как «положительная знаковость», «судьба», «удача», «состояние удовлетворенности бытием». В заключение приводится вывод о частичном совпадении семантики этой лексемы в соответствующих языках. В автореферате, который написан уже более давно и автором которого является Андриянова Мария Александровна, описывается реализация

концептосферы «материнство» в русском, английском и французском языках (2012 г.), рассматриваются синонимичные и антонимичные семы, подчеркивается роль фразеологических единиц в данном исследовании. Наиболее близким к теме нашей статьи является статья «Вербализация концепта «коммуникация» в английских СМИ». Она опубликована в соавторстве В. А. Борисенко, О. А. Жарина, М. В. Самофалова

Борисенко В. А. Вербализация концепта «коммуникация» в английских СМИ/В. А. Борисенко, О. А. Жарина, М. В. Самофалова (2015г). Здесь выявляются семы, которые составляют основное ядро концепта «communication», а также синонимичные и антонимичные его семы и другие лексемы, которые определяют его вербализацию. Основным предметом статьи является вербализация концепта. **Новизной** нашего научного изыскания является, во-первых, уникальность предмета исследования, то есть, впервые затрагивается лексико-семантический анализ такого концепта, как *communication*. Во-вторых, на основе анализа сем делается его сравнение с соответствующим концептом в русском языке. **Практическая значимость** настоящего научного обзора поможет

применять результаты проведенного исследования в научной деятельности студентов, а также преподавателей, в лингвокультурологических трудах, в курсах по обществознанию, спецкурсах, посвященных языковой культуре мира, в преподавании межкультурной коммуникации. **Объектом** этого научного изыскания служит концепт «communication» в русском и английском языках. **Предметом** этого труда является его лексико-семантический анализ и сравнение в языках. В статье будут использованы сравнительно-сопоставительный метод, поиск синонимов, семный анализ и определение семантического ядра лексемы «communication» в английском и русском языках.

Теперь перейдем непосредственно к нашему анализу. Прежде всего, обратимся к лексеме «коммуникация» в русскоязычной среде, а именно: установим ядро концепта «коммуникация». Для этого обратимся к определению *коммуникация* в толковом словаре В. Даля. Согласно его словарю, «коммуникация — сообщение, пути, дороги, средства связи». [1]. В толковом словаре Т. Ф. Ефремовой дается следующее определение понятию «коммуникация»: «коммуникация — путь сообщения; линия энерго-, тепло, газо- и водоснабжения; сообщение, связь; общение, контакт» [2]. Другими словами, она разграничивает понятие на две группы: объект, функционирующий в качестве передачи чего-нибудь или сам процесс такой передачи. Второе значение лексемы характеризуется непосредственно процессом взаимодействия и связи между людьми (общение, контакт). В отличие от определения Т. Ф. Ефремовой, лексема *коммуникация* не имеет у В. Даля семы общения, контакта. В толковом словаре Ожегова находим трактовку *communication в качестве* «1. Путь сообщения, линия связи (спец.), воздушные, водные коммуникации. подземные коммуникации. 2. Сообщение, общение (книжн.), речь как средство коммуникации, средства массовой коммуникации (печать, радио, кино, телевидение), || прил. коммуникационный, — ая, — ое (к 1 знач.) и коммуникативный, — ая, — ое (ко 2 знач.), коммуникационные линии, коммуникативные функции». [4]. В данном значении в концепте *коммуникация* выводится на первый план ядро «способ сообщения», «транспорт», «общение». В целом, такое лексикографическое представление слова совпадает с определением словаря Т. Ф. Ефремовой. Д. Н. Ушаков в своем толковом словаре выделяет следующее ядро рассматриваемого нами концепта: «1. Сообщение, связь одного места с другим (спец.), коммуникация передовых позиций. 2. Сообщение, передача мыслей (преим. словесная; научн.)» [3]. Таким образом, рассмотрев основные словарные толкования лексемы *communication*, можно прийти к выводу, что ядром концепта являются такие явления, как «сообщение», «общение», «передача мыслей», «контакт», а также «пути сообщения», «линии связи», «транспорт». Теперь обратимся к универсальному слою концепта, который вызывает определенные ассоциации в сознании носителей русской лингвокультуры. Так, в произведении Н. В. Гоголя «Мертвые души» можно найти следующие примеры того, как представлена данная

реалия в сознании русского человека: «...Хотя почмейстер был очень речист, но и тот, взявши в руки карты, тот же час выразил на лице своем мыслящую физиономию, покрыл нижнюю губу верхней и сохранил такое положение во все время игры». [5, с. 11]. То есть, одной из второстепенных лингвокультурных характеристик в сознании русского человека является «речистость». Другое существительное-сема, которое было также найдено в книге Н. В. Гоголя «Мертвые души»: «Участие мужиков возросло до невероятной степени. Каждый наперерыв совался с советом» [5, с. 83]. В данном предложении слово «участие» также подразумевает процесс общения, входит в него. Проиллюстрируем еще один случай семы-существительного, которое относится к понятию общение: «Одному была смешна неповоротливая ненаходчивость немца. Другому смешно было оттого, что смешно изворотились плуты». [5, с. 273]. «Неизвестно, до чего бы дошло это взаимное изливание чувств обоим приятелям если бы вошедший слуга не доложил, что кушанье готово». [5, с. 24]. Здесь мы имеем ввиду существительное «изливание» (или даже словосочетание «изливание чувств»). В повести Н. В. Гоголя «Ревизор» можно наблюдать еще один пример подобной семы, которая заключена в реплике Хлестакова в восьмом явлении второго действия: «Покорно благодарю. Я сам тоже, я не люблю людей двуличных. Мне очень нравится ваша откровенность и радушие, и я бы, признаюсь, больше бы ничего и не требовал, как только оказывая мне преданность и уважение, уважение и преданность». [7, с. 295]. В данном случае подразумевается лексема «уважение», а также «преданность». Таким образом, оба эти слова являются непереносными условиями любого общения, коммуникации. Без них она не может состояться. В седьмом томе А. И. Гончарова «Повести, очерки и воспоминания» (Собрание сочинений) приведен следующий пример коммуникации. Однако необходимо оговориться, что в данном предложении автор описывает скорее не сам процесс коммуникации или его черту, а свойство характера девушки Елены, которое относится к неосуществленной коммуникации. «Там она вооружается особыми приемами, особыми взглядами, особой речью; а теперь горе убрало ее по-своему, но как хорошо!» [8, с. 420]. Или такая ситуация в рассказе А. П. Чехова «Альбом»: «Своими отеческими наставлениями на пути правды и прогресса... — добавил Закусин, вытерев со лба мгновенно выступивший пот;...и, по всей вероятности, у него была готова речь». [5, с. 241] В данном примере нас интересуют прежде всего слова «наставления» и «речь». Первое служит одной из целей коммуникации, второе обозначает само сообщение или то, о чем говорится, произведение оратора. Кроме того, всякий коммуникативный акт подразумевает «беседу» или «разговор». Например, «к чему, папаша, заводить ученые разговоры? Я не прочь и сам поговорить о всевозможных открытиях в научном смысле, но ведь есть на это и другое время!» [5, с. 328].

Теперь нам хотелось бы перейти к определению слова «communication» в толковых словарях английского языка. Прежде всего, обратимся к словарю «Longman



Dictionary of Contemporary English for advanced learners». В данном словаре находим подобное толкование концепта «communication». Первым значением является «the process by which people exchange information or express their thoughts and feelings». На втором месте стоит такое видение сущности исследуемого концепта: «the way people express themselves so that other people will understand». Согласно данному словарю, во множественном числе *communications* передает «ways of sending information, especially using radio, telephone, or computers» или такое определение: «roads, railways etc that are used for travelling and sending goods». В словаре Oxford Dictionary Online for Advanced learners значение этого слова раскрывается в словосочетании «the activity or process of expressing ideas and feelings or of giving people information». [11]. Кроме того, в отличие от словаря «Longman Dictionary of Contemporary English for advanced learners» в Oxford Dictionary Online for Advanced learners приводится экспликация семантики концепта в качестве «a message, letter or telephone call etc.» [11]. Рассмотрим как выражается «communication» в словаре Cambridge Dictionary. Слово определяется такими семами, как «the act of communicating with people», «the various methods of sending information between people and places, especially phones, computers, radio, etc.», «ways of moving between one place and another», «a message or a letter» [10]. Таким образом, можно прийти к заключению, что ядром англоязычного концепта «communication» являются «the way, act of communicating with people» и «ways of sending information between places, people etc. using different methods of communication» и само такое сообщение, послание: «message, letter». Затронем несколько примеров, которые эксплицируют понятия, отождествляющиеся в сознании носителей англоязычной культуры со словом «communication». Для этого обратимся к конкретному лингвистическому контексту. В статьях «Economics management information technology, negotiation skills and non-verbal communication» (2013) и в «Word of mouth and interpersonal communication» (2014) наблюдаем следующие ситуации, в которых под словом «communication» скрыта различная семантика в каждом конкретном случае. Посмотрим на такое предложение. Interpersonal communication should also foster emotion regulation is by allowing people to vent [13]. Его перевод будет выглядеть так: «Межличностная коммуникация должна также порождать эмоциональную регуляцию, позволяя людям давать волю их чувствам». В данном случае «communication» передается напрямую словом «коммуникация». В другом примере «negotiation is the art of adaptation and as

such is in fact the art of communication.» [12]. Лексема «communication» передается при помощи русского «общение». В общем, две этих семы взаимозаменяемы. Также communication подразумевается как «связь» в англоязычных текстах. Например, «Computer-mediated communication» (связь с использованием компьютеров).

В словаре Oxford Communication synonyms синонимами рассматриваемого слова являются «connection», «contact», «conversation», «delivery», «intelligence», «link», «advice», «transmission», «advisement», «articulation», «assertion», «communion», «converse», «correspondence», «declaration», «dissemination», «elucidation» и пр. [14]. То есть, мы видим, что данные существительные отражают оттенки значения «communication» (контакт, разговор, беседа), сами типы общения (совет, толкование, переписка) или процессы (announcing, making known, translating). В последнем случае в качестве синонимов выступают именно функции общения, коммуникации (передача, распространение информации, объявление). Эти значения могут входить в периферию концептуального поля. Если сравнить синонимичный русскоязычный ряд с данным по словарю русских синонимов, то мы увидим, что близкими по смыслу словами к нашей лексеме будут «диалог», «общение»; «связь», «средство сообщения»; «биокоммуникация», «сообщение». [15]. Таким образом, периферийные семы концепта communication мало отличаются друг от друга. В русском языке имеется больше духовных свойств, качеств личности, которые выражают лингвокультурное осознание концепта (речистость, общность, участие, уважение). Хотя, с другой стороны, присутствуют и виды связи и коммуникации (сообщение, средство сообщения и пр.) На периферийном уровне также заметно, что английский язык характеризуется выделением типов общения или их функций (совет, объявление, консультация и др.) В английском языке большее внимание уделяется коммуникации не как свойствам характера человека, а как «связи между людьми», «контакту», «деловому общению». Итак, вполне понятно, что такое разграничение исходит от различного национального отношения представителей каждой из языковых культур к процессу коммуникации. Несмотря на это, ядро концепта имеет много общих признаков, свойств. С одной стороны, коммуникация — способ общения, связи между людьми или само такое сообщение, с другой, это — средство связи, осуществления этой связи (телефон, переписка, компьютер, смс-сообщение.). Наконец, в эту категорию входит и понятие коммуникации как «водные, наземные и другие пути сообщения, линии связи». Последний семантический признак является также другим основным значением нашего концепта.

### Литература:

1. Толковый словарь В. Даля, Год 2012, Издательство Олма Медиа Групп, ISBN: 9785373048026 — URL: (дата обращения <http://www.onlinedics.ru/slovar/dal/k/kommunikatsija.html> 25.01.2016)
2. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой/М.: Русский язык, 2000 — URL: (дата обращения <http://enc-dic.com/efremova> 25.01.2016)

3. Толковый словарь русского языка. Д. Н. Ушаков. Москва. Астрель; Аст, 2000 — URL: (дата обращения <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ushakov/25.01.2016>)
4. «Словарь русского языка» Ожегова (1949, 22-е издание, 1990; с 1992 — «Толковый словарь русского языка», совместно с Н. Ю. Шведовой).
5. «Мертвые души» Н. В. Гоголь Мертвые души: Поэма. — М.: Худож. лит., 1985. — 368 с. (Классики и современники. Рус, классич. лит.)
6. Чехов, А. П. Смерть чиновника: [рассказы]/А. П. Чехов. — М.: АСТ, 2005. — 351, [1] с. — (Мировая классика). ISBN 5-17-003115-7
7. Коровина, В. Я. Литература. 8 класс. Учеб. Для общеобразоват. организаций с прил. на электрон. носителе. В 2 ч. Ч. 1/В. Я. Коровина, В. П. Журавлев, В. И. Коровин. — 12-е изд. — М.: Просвещение, 2013. — 399 с.: ил. — ISBN 978-5-09-030291-3.
8. И. А. Гончаров Собрание сочинений Библиотека «Огонек» Издательство «Правда» Москва 1952
9. «Longman Dictionary of Contemporary English for advanced learners» 6th edition, ISBN — 978-1-4479-5419-4, Pearson education, 2014, p. — 2176.
10. Cambridge Dictionary — URL: (дата обращения <http://dictionary.cambridge.org/ru/25.01.2016>)
11. Oxford Dictionary Online for Advanced learners — URL: (дата обращения <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/25.01.2016>)
12. «Economics management information technology, negotiation skills and non-verbal communication» (2013) article Volume 2/Number 1/2013 — URL: (address date: [http://emit.kcbor.net/Emit %20clanci %20za %20sajt/EMIT %20Vol2 %20No1/05 %20Negotiation %20skills %20and %20non %20verbal %20comunication. pdf](http://emit.kcbor.net/Emit%20clanci%20za%20sajt/EMIT%20Vol2%20No1/05%20Negotiation%20skills%20and%20non%20verbal%20comunication.pdf) 25.01.2016)
13. «Word of mouth and interpersonal communication» Journal of Consumer Psychology Elsevier Science Direct, Volume 24, Issue 4, October 2014, Pages 586–607
14. Oxford Communication synonyms Third Edition Copyright © 2013 by the Philip Lief Group — URL: (дата обращения <http://www.thesaurus.com/browse/oxford> 25.01.2015)
15. Полный словарь синонимов русского языка 2014 Сайт синонимов. Тотальный Панда-копирайтинг — URL: (дата обращения <http://xn7sbfc3aaqnhaifduk9p.xn> — p1ai 25.01.2015/)

## Парадоксальность языка морали

Звада Оксана Викторовна, кандидат филологических наук, доцент

Евразийский лингвистический институт, филиал Московского государственного лингвистического университета

*Данная статья посвящена проблеме выражения морали в языке и парадокса как одного из аспектов, характеризующих рассматриваемый феномен. Дано определение морали и на материале англоязычной литературы исследуются языковые способы парадокса.*

**Ключевые слова:** мораль, парадокс, язык, сознание, знание

*This article deals with the problem of expression of morality in a language and paradox as one of the aspects which characterize this phenomenon. There is a definition of the phenomenon of morality. Linguistic means of paradox's expression are investigated on the material of English literature.*

**Key words:** morality, paradox, language, consciousness, knowledge

Мораль является одной из форм нравственного сознания, которая фиксируется в общих правилах (нормах) поведения, предписаниях (выражениях долженствования и необходимости) и оценках (одобрение, осуждение). Норма, долженствование и оценка являются базовыми составляющими (основами) морали.

Мораль представляет собой многомерное понятие, опирающееся на различные участки значений нормативно-ценностного характера, которые обладают прескриптивной функцией. Вопрос о том, что представляет собой мораль (нравственность), остаётся невыясненным;

речь идёт не о теоретическом определении, а об установлении эмпирических границ, фиксации качественного своеобразия явления. [Словарь по этике 1989: 186]. Мораль представляет собой общественную форму отношений между людьми [Гусейнов 1995: 351].

На основании данных англоязычных словарей [LDCE 1995: 924, LASD 1998: 428, Hornby [2] 1992: 311, ODCE 1998: 578, CIDE 1995: 917, CCELD 1991: 937, WNCD 1973: 748], феномен *morality* можно представить как: principles or standards of behaviour, based on right and wrong. В определениях *morality* заложена оценочная ди-

хотомия хорошо/плохо, так как рассматриваемое понятие содержит следующие лексические единицы: right/wrong, virtue/vice, good/bad. Имена существительные conduct, behaviour, standards, principles, manners имеют отличный от других составляющих статус, поскольку они относятся к обеим антиномиям.

В словаре синонимов [WDS 1990: 557] рассматриваемый феномен идентифицируется со словами goodness, virtue, probity, honour, honesty, excellence, perfection, merit, то есть оно тяготеет к положительному полюсу *good* (*добро*).

Анализ словарных дефиниций позволяет утверждать, что оценка (положительная или отрицательная) заложена в семантическом объёме лексических единиц, выражающих мораль. В них выражается некий стандарт, отношение к идеалу, следовательно, можно говорить о том, что в этих словах заключена мысль о том, как *должно* поступать, то есть эти слова, наряду с оценочной семой в составе лексического значения, реализуют сему долженствования.

Морали присущи регулятивная и ориентирующая функции в языке. Язык, выражающий мораль, носит прескриптивный характер, то есть мораль выступает, как правило, в виде требований, заповедей, правил. Мораль может выступать одновременно как цель (мораль — не просто то, что есть, она — то, что должно быть) и как задача. Мораль является, с одной стороны, характеристикой личности, то есть совокупности таких её моральных качеств, как правдивость, честность, доброта, с другой стороны, как характеристика отношений между людьми, то есть совокупности моральных норм: требований, заповедей, правил.

Язык, выражающий знание о морали, отражает особый ментальный мир. Язык морали санкционирует специфический способ отношений между людьми, отличный от иных типов нормативной регламентации межличностных связей, складывающихся в сфере общепринятых обычаев, права, политики и т.д.

Мораль и знание о морали отражаются в нормативно-этических «определениях» морали, в высказываниях типа «мораль есть X». Моральные высказывания рассматриваются как социальные действия. Элементами моральных высказываний являются моральные суждения. Моральные суждения бывают предписательные, оценочные и дефинитивные.

Моральные суждения ориентированы на партнёра по диалогу, его реакцию, хотя и варьируются по своей структуре и содержанию. В любом случае нравственное суждение содержит два элемента — описательный и нормативный. Описание фиксирует деяния индивида или группы людей, в то время как нормативный элемент запечатлевается в предписании того или иного типа поведения или же оценке совершенного.

Мораль существует в мире, который, по сути своей, амодален. Но именно понятие «мораль» показывает разорванность человеческого существования между матери-

альным и духовным при помощи различных видов модальности. Язык морали характеризуется различными видами модальности, как то: оценочности, возможности, необходимости, императивности, долженствования.

Язык морали выражает отношение к идеализированной модели мира при помощи предикатов: «хороший», «плохой», «добро», «зло», «добродетель», «порок». Оценка моральных качеств личности в целом связана с соблюдением либо нарушением субъектом определённых этических норм. В оценочных номинациях и определениях — *existence of that woman is a scandal; honest; decent* и т.п. или глаголах типа *starve; decieve*, указывается прямо на нарушение этических и социальных норм. Важнейшим способом оценочной этической интерпретации социальных поступков выступает их «опредмечивание» — описание в виде физического действия: *the stirring of his innate self; to be filled with joy; have the nerve to*.

Одним из способов выражения языка морали является парадокс. Основная черта парадокса — алогизм. Парадокс, как определённую словесную композицию, определяют следующим образом: кажущееся абсурдным и противоречащее здравому смыслу утверждение, своеобразное мнение, которое резко расходится с общепринятым. Парадоксу свойственна определенная двусторонность, двойственность и, что особенно характерно, он обладает специфическими когнитивными свойствами. Парадокс преимущественно используется с целью создания комического эффекта [ФЭС 1964].

С одной стороны, парадокс — противоречие, которое возникает в теории при соблюдении в ней логической правильности рассуждения. В этом случае логически обоснованное утверждение парадоксально противоречит ранее принятым утверждениям. С другой стороны, существует мнение, что в парадоксе нет противоречия, в нем присутствует противопоставление, которое достигается за счет использования характерологических языковых средств. Для того, чтобы состоялся коммуникативный акт и реципиент понял парадокс, нужно выявить возможные конфигурации фреймовых структур, активизирующихся при его восприятии.

Парадокс может использоваться с целью обличения определенных изъянов манеры поведения и существующей морали:

1. «Each class would have preached the importance of those virtues, for whose exercise there was no necessity in their own lives. The rich would have spoken on the value of thrift, and the idle grown eloquent over the dignity of labour. It was charming to have escaped all that!» [Wilde (2) 1994: 59].

2. «"Strange world we live in", thought Julia.

«Actors do their damnest to look like gentlemen and gentlemen do all that can to look like actors» [Maugham 1978: 70].

Парадокс цепко схватывает мысль, помогает сфокусировать внимание на пороках различных слоёв общества и представить их в ироничном свете (первый пример).

Для создания комического эффекта автор употребляет глагол «to preach» — проповедовать, что позволяет высмеять мнимую добродетель. Богатые говорят о бережливости, а бездельники — о значении труда. Предложение содержит словосочетания: importance of virtue, dignity of labour, charming to escape, что, наряду с описываемым положением дел, позволяет подчеркнуть недостатки и пороки.

Рассмотрим второй пример. Проведем компонентный анализ слов:

- damn — 1) condemn; say that smth. is bad or a failure;  
2) used to express anger, disappointment or annoyance [Hornby (1) 1992: 315];  
gentleman — 1) one who is honorable and well-bred;  
2) a man of wealth and social position [Hornby (2) 1992: 15].

Компонентный анализ слова *gentleman* показывает, что в лексическое значение данной языковой единицы входит сема положительной оценочности, что позволяет охарактеризовать человека благовоспитанного и обладающего определённым положением в обществе. В то же самое время джентльмены делают всё, для того, чтобы выглядеть также как актёры, а актёры делают всё невозможное, чтобы их принимали за джентльменов.

Существуют определённые когнитивные модели формирования парадоксов, соотносимые с логическими схемами, лежащими в их основе. Когнитивные модели, в трактовке Дж. Лакоффа, как типовые способы формирования парадоксальных высказываний, представляют

собой повторяющиеся конфигурации фреймовых структур, участвующих в создании парадоксов.

Анализ вышеприведенных примеров позволяет сделать вывод о том, что язык морали может отражать парадоксальную картину мира при помощи различных языковых средств: сослагательного наклонения, эпитетов, иронии, оценочных суждений.

Язык морали указывает на разнообразные семантические отношения, лежащие в основе текстообразования, ассоциации, сравнения, отношения к идеализированной модели мира. В обыденном языке этические знания воплощаются косвенно — в интерпретации совершаемых человеком действий. Язык морали поэтому является стилистически окрашенным при помощи метафор, крылатых выражений, иронии, парадокса, которые используются для усиления текста, яркой и точной характеристики лиц, отражают структуру и свойства человеческой психики.

Следует также отметить, что экспериментом в морали является мера обязательности моральных суждений для того, кто их высказывает. У нас нет иного критерия проверить, действительно ли человек видит лучшее, кроме его усилий, направленных на осуществление того, что он считает лучшим. В морали знать и выбрать есть одно и то же, истинность морали проверяется готовностью испытать на себе ее благотворную силу. По плодам их узнаете их — это, евангельское правило можно считать ответом на анализируемую ситуацию, в которой человек лишь полагает, делает вид, будто он видит и одобряет лучшее, благое.

#### Литература:

1. Гусейнов, А. А. Великие моралисты. — М.: Республика, 1995. — 351 с.
2. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов. // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1981. — Вып. 10. — с. 350–369.
3. Словарь по этике/Под. ред. А. А. Гусейнова и И. С. Кона. — М.: Политиздат, 1989. — 447 с.
4. ФЭС — Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1964. — Т. № 3. — 584 с.
5. CCELD—Collins cobuild English language dictionary. — London & Glasgow: Collins Birmingham University International Language Database, 1991. — 1703 p.
6. CIDE — Cambridge international dictionary of English. — London: Cambridge university press, 1995. — 1773 p.
7. Hornby (1) — The advanced learner's dictionary of current English by A. S. Hornby, E. V. Gatenby, H. Wakefield. — Ставрополь СПИИП «Синглей», 1992. — А-Е. — 540 p.
8. Hornby (2) — The advanced learner's dictionary of current English by A. S. Hornby, E. V. Gatenby, H. Wakefield. — Ставрополь СПИИП «Синглей», 1992. — G-Р. — 511 p.
9. Hornby (3) — The advanced learner's dictionary of current English by A. S. Hornby, E. V. Gatenby, H. Wakefield. — Ставрополь СПИИП «Синглей», 1992. — Q-Z. — 509 p.
10. LDCE — Longman dictionary of contemporary English. The complete guide to written and spoken English, 3 — d edition, Longman dictionaries. — Spain, Barcelona: Cayfosa, 1995. — 1667 p.
11. LASD—Longman active study dictionary. — Glasgow: printed in England by Caledonian International book Manufacturing Ltd, 1998. — 807 p.
12. MDSA — The Macmillan dictionary of synonyms and antonyms. Ed. by Lawrence Urdang; Chatham, Kent, 1995. — 371 p.
13. OED (6) — The Oxford English dictionary (A new english dictionary on historical principles) volume 6. — Oxford: Clarendon press, 1933. — L—M. — 820 p.
14. ODCE — The Oxford dictionary of current English. Ed. by Della Thompson. — Printed in Great Britain by Mackays of Chatham, Kent: Oxford University press, 1998. — 1075 p.



15. WDS — Webster's dictionary of synonyms. — Merriam CO., — Springfield, Mass, U.S. A.: G&C Publishers, 1990. — 907 p.
16. WNCD — Webster's new collegiate dictionary. — Merriam CO., — Springfield, Mass. U. S. A.: Webster G. C. Meriam Publishers, 1973. — 1573 p.
17. Maugham, W. S. Theatre/W. S. Maugham. — M.: Foreign language publishing house, 1978. — 209 p.
18. Wilde, O. (1) The Happy Prince and other Stories/O. Wilde. — Printed in England by Clays Ltd, St Ives plc: Penguin popular classics, 1994. — 204 p.
19. Wilde, O. (2) The Picture of Dorian Gray/O. Wilde. — Printed in England by Clays Ltd, St Ives plc: Penguin popular classics 1994. — 255 p.
20. Учебник: этика. Парадокс морального поведения. <http://uchebnik.biz/book/314-yetika/12-paradoks-moralnogo-povedeniya.html>

## Языковой образ семьи в региональной прессе доперестроечного и перестроечного периодов (на материале газет «Советская Башкирия» и «Вечерняя Уфа»)

Камалетдинова Гульнара Хайдаровна, аспирант  
Башкирский государственный университет

В последние годы отмечается большой интерес специалистов различных областей научного знания к феномену семьи. Действительно, значение данного явления трудно переоценить: социальная роль семьи определяется, прежде всего, её непосредственным участием в воспроизводстве самого человека, в продлении человеческого рода. К тому же именно в семье формируется личность ребёнка, закладываются основные общечеловеческие ценности, моральные и культурные стандарты, нормы поведения, с которыми он вступает во взрослую жизнь. Однако сегодня семья уже не представляет собой изначальную форму человеческого общежития, с течением времени под воздействием различных факторов она претерпела значительные изменения, что в итоге привело к её трансформации. В этом плане весьма перспективным можно считать обращение к языковым данным, отражающим коллективные знания о феномене семьи, в том числе к текстам СМИ, которые очень оперативно реагируют на любые изменения в жизни общества. Цель настоящей работы заключается в выявлении особенностей языкового образа семьи в региональных печатных СМИ доперестроечного и перестроечного периодов.

Для целостного представления языкового образа семьи, отражённого в газетных текстах, необходимо остановиться на интерпретации данного явления в рамках гуманитарных наук, прежде всего философии. Семья определяется философами следующим образом: семья — это вид социальной общности, важнейшая форма организации личного быта, основанная на супружеском союзе и родственных связях, т. е. на многосторонних отношениях между мужем и женой, родителями и детьми, братьями и сёстрами и другими родственниками, живущими вместе и ведущими общее хозяйство [4, с. 403]. Кроме того, большой объём знаний в области семейных отношений

накоплен в рамках психологии, представители которой определяют семью как важнейшую форму организации личной жизни, вид социальной общности, малую группу, основанную на супружеском союзе, родственных связях или усыновлении, т. е. на многосторонних отношениях между мужем и женой, родителями и детьми, братьями, сестрами, другими родственниками, живущими вместе и ведущими общее хозяйство [2 с. 22]. В психологической литературе часто встречается и другая формулировка данного понятия: семья — это системно-функциональное объединение эмоционально-значимых людей на основе супружества, родства и родительства [5 с. 23].

Если иметь в виду словарные толкования лексемы *семья*, то можно привести следующие данные. К примеру, в «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова это слово определяется так: *СЕМЬЯ*, *семьи*, вин. *семью* и (простореч.) *семью*, мн. *семьи*, *семей*, *семьям*, ж. 1. Группа людей, состоящая из родителей, детей, внуков и близких родственников, живущих вместе. *Глава семьи. Член семьи. Советская семья. У нас была хорошая, непьющая семья.* Некрасов. *Другой хоть притче будь, надутый всяким чванством, пускай себе разумником слыви, а в семью не включат.* Грибоедов. *И вот ввели в семью чужую.* Пушкин. *Влияние семьи на ребёнка. Пошли гулять всей семьёй. Происхождение семьи. В семье не без урода.* Пословица. || перен. Организация, группа людей, дружная и сплочённая общими интересами. *Не пускать паразитов в семью трудящихся. Наша кооперативная семья увеличилась.* 2. Группа высших животных, состоящая из самца и одной или нескольких самок (зоол.) [3 с. 145]. В «Современном толковом словаре русского языка» слово *семья* имеет следующее определение 1) Группа близких родственников (муж, жена, родители, дети и т. п.), живущих вместе. 2. Род, поколение. 3.

Группа животных птиц, состоящая из самца, одной или нескольких самок и детёнышей. // Общество пчёл, состоящая из рабочих пчёл, матки и трутней. // Группа растений одного вида, растущих рядом (часто имеющих общий корень, грибницу). 4. *перен.* Совокупность однородных, подобных один другому предметов, явлений. 5. *перен.* Группа родственных языков, объединённых общностью происхождения [1, с. 243]. В данной работе мы анализируем контексты, в которых слово *семья* употребляется в первом значении.

Обзор различных словарных толкований слова *семья* показывает, что их можно условно классифицировать в зависимости от ключевого признака данного явления. Если иметь в виду дефиниции, раскрывающие сущность данного феномена с точки зрения философии и психологии, то мы видим, что эти определения переключаются друг с другом, поэтому в самом общем виде, значение слова *семья* можно сформулировать следующим образом: семья — это основанная на браке или кровном родстве малая группа, члены которой связаны общностью быта, взаимной помощью, моральной и правовой ответственностью.

Теперь обратимся к анализу языкового образа семьи, представленного в региональной прессе 80-х гг. XX века, в частности на страницах газет «Советская Башкирия» и «Вечерняя Уфа». Важно сказать об отличительных особенностях печатных СМИ, которые были свойственны им в данный период. Прежде всего, необходимо упомянуть о коммунистической идеологии, которая, являясь общепринятой ценностью, формировала мировоззрение и образ жизни людей того времени. Газеты агитировали людей к вступлению в Коммунистическую партию, о чём говорят многочисленные лозунги, обращённые к читателям: «Да здравствует коммунизм!», «Готовьтесь стать активными борцами за дело Ленина, за коммунизм!» и др. Большинство статей было посвящено ленинской национальной политике, широко публиковались материалы городского партийного актива. Таким образом, основная задача печатных СМИ сводилась к воспитательной работе в отношении советских людей. Язык печатных изданий носил преимущественно шаблонный и строгий характер. Сами издания были демократичными, доступными благодаря простому и понятному изложению содержания, без разграничения читательской аудитории.

Для выявления основных составляющих языкового образа семьи, репрезентированного в региональных печатных СМИ, из газет «Советская Башкирия» и «Вечерняя Уфа» нами были выбраны и классифицированы контексты, содержащие соответствующую лексику. В результате мы выделили следующие компоненты данного образа.

#### 1. Состав, количество членов семьи:

— *огромная, большая, многодетная:* *Рос в большой, дружной, многодетной семье* (Л. Нечаева. Этот незабываемый конкурс // Советская Башкирия, 20.11.80); *Отец большого семейства, был молчалив*

*и крайне застенчив* (Е. Генерозова. Чтобы встретить солнечный луч // Вечерняя Уфа, 13.07.85);

— *полная, целая, вся:* *Вся наша семья, воспитанная в труде, живёт честной трудовой жизнью* (Р. Яндавлетов. Счастья своего кузнецы // Вечерняя Уфа, 26.01.80);

— *количество членов семьи:* *В семье было 10 детей* (Д. Ведерников. Наследник российского героя // Советская Башкирия, 27.01.85);

— *увеличение состава семьи:* *Семьи-то растут!* (А. Рубашкин. Трудятся с боевым настроем // Советская Башкирия, 01.04.82);

#### 2. Этапы существования семьи:

— *начало супружеской жизни:* *Создал семью* (Е. Мартинсон. Не изменяй себе, человек. Вечерняя Уфа, 25.07.84); *Пройдёт не так уж много времени, и в них поселятся молодые семьи* (Ю. Коваль. Отряд возводит дом // Советская Башкирия, 01.07.86);

— *продолжение супружеской жизни:* *В дружбе и согласии живёт эта семья, находя поддержку и человеческое участие среди башкир, татар, русских — всех, с кем сводит их жизнь* (Л. Пospelова. Семь «я» Шахмара Алыева // Советская Башкирия, 02.02.89);

— *прекращение супружеской жизни:* *К сожалению, в силу разных причин имеются случаи, когда родители расходятся, расторгают свой брак* (И. Галиев. Защищая интересы людей // Вечерняя Уфа, 29.01.80);

#### 3. Степень официальности:

— *законный брак:* *Седьмой год они в разлуке, хотя любят друг друга, и состоят в браке, и у них растёт сын...* (Э. Баскаков. В очереди за...правами человека // Вечерняя Уфа, 04.01.80);

#### 4. Социальное положение семьи:

— *неблагополучные:* *И вот мы в квартире этой неблагополучной семьи* (Н. Перчаткина. К чему ведёт бездумье // Советская Башкирия, 24.10.80);

5. *Социальное происхождение членов семьи:* *Чтобы мальчишка из крестьянской семьи вырос до министра — такое до революции даже и присниться не могло* (С. Валиев. Этот день запомнится навсегда // Советская Башкирия, 12.07.84).

#### 6. Распределение семейных ролей:

— *глава семьи:* *Бригадир трубоукладчиков — глава семьи Клементий Петрович, его сын Эдуард — прораб первого участка, а дочь Роза трудится в управлении бухгалтером вот уже 14 лет* (А. Гайнетдинов. Душа бригады // Вечерняя Уфа, 30.04.80);

#### 7. Институт родительства:

— *приёмные дети:* *Так, семья А.Д. Цюрупы с 1920 по 1925 год приютила четырёх приёмных девочек, в числе которых была и Аля из Уфы* (Р. Давлетшин. Сопратник Ильича // Вечерняя Уфа, 02.10.86);

8. *Трудовая деятельность семьи:* *Семья фермеров Маттисонов спит в Бельгии, а ест в Голландии — государственная граница проходит между спальней*

и кухней их дома (А. Позин. Барле — город «в двух лицах» // Вечерняя Уфа, 04.01.80);

**9. Поколения семьи:** *И молодеют мудрые глаза старой женщины от улыбки, с которой смотрит она на первые шаги четвёртого поколения семьи Хацировых.* (Н. Максимов. В родительский дом // Вечерняя Уфа, 11.07.84);

**10. Психологическая атмосфера в семье:**

— *счастливая, любящая:* Залог хорошей счастливой семейной жизни — здоровье супругов. (Л. Бикметова. Вступая в брак // Вечерняя Уфа, 18.07.85);

— *дружная, крепкая, хорошая:* *А это так необходимо для хорошей, крепкой семьи.* (Л. Перцева. Об умении жить в семье // Вечерняя Уфа, 29.01.80); *«У него очень дружная семья»* (А. Хлусов. Ординарец // Советская Башкирия, 09.05.82);

— *климат, настроение семьи:* *Собака — чуткий барометр настроения семьи Минеевых* (Т. Рыбченко. Собачье сердце // Вечерняя Уфа, 07.03.89);

**11. Ценности семьи:**

— *традиции:* *Под семейными традициями мы понимаем обычай, порядок и нормы поведения членов семьи, которые передаются от старшего поколения младшему* (Ф. Тимашева. Начало начал // Вечерняя Уфа, 03.08.81);

В результате анализа составляющих языкового образа семьи, запечатлённого на страницах газет «Советская Башкирия» и «Вечерняя Уфа» доперестроечного и перестроечного периодов, можно сделать вывод о том, что институт семьи представлен здесь единым, большим союзом, являющимся ценностью для каждого советского человека, о чём свидетельствует частотность таких словосочетаний, как *вся, целая, многодетная семья* и т.д. Важно отметить, что любые события, описываемые авторами анализируемых изданий, в том числе и жизнь семьи, рассма-

тривались сквозь призму коммунистической идеологии, которая являлась основным ориентиром в жизни советского человека. Коммунистическая идеология имела исключительную значимость, не случайно на страницах газет встречается словосочетание *комсомольская ячейка: В 20-м году с созданием комсомольской ячейки дело нашлось всем.* (А. Грибоедов. От поколения к поколению // Советская Башкирия, 17.10.80). Известно, что слово *ячейка* в сознании носителей языка ассоциируется, прежде всего, с семьёй. Используя данное словосочетание, авторы статей хотели передать идеологическую сплочённость советских людей. Кроме того, этим обусловлено употребление слова *семья* в значении единства всего общества: *Даже в постоянной будничности человеку должно быть присуще чувство семьи всего человечества* (Е. Генерозова. Чтобы встретить солнечный луч // Вечерняя Уфа, 13.07.85).

Подчеркнём также, что при описании жизни той или иной семьи авторы, как правило, старались передать психологическую атмосферу, царящую внутри неё, а также характер взаимоотношений между членами семьи. Так, в анализируемых текстах довольно часто встречаются словосочетания типа *семейная гармония, дружная семья* и т.д., которые дают наиболее полное представление о данном социальном институте.

Подводя итог, можно сказать о том, что региональные печатные СМИ — газеты «Советская Башкирия» и «Вечерняя Уфа» — являлись непосредственными участниками жизни общества, отображая различные аспекты его жизни. Наряду с пропагандой ленинской политики ведущее место на страницах данных газет занимала тема семьи. Анализ статей показал, что авторы текстов стремились охватить практически все сферы её жизнедеятельности, о чём свидетельствует большое количество различных словосочетаний с лексемой *семья*.

#### Литература:

1. Ефремова, Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3 т.: ок. 160000 слов — М.: АСТ: Астрель, 2006. — Т. 3: Р — Я. — 973 с.
2. Основы психологии семьи и семейного консультирования: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/Под общ. ред. Н. Н. Посысоева. — М.: Изд.-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2004. — 328 с.
3. Толковый словарь русского языка. Том IV/Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: ООО «Издательство Астрель», ООО «Издательство АСТ», 2000. — 752 с.
4. Философский словарь/Под ред. И. Т. Фролова. — 6 изд., перераб и доп. — М.: Политиздат, 1991. — 560 с.
5. Шнейдер, Л. Б. Семейная психология: учеб. пособие для вузов 2-е изд. — М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2006. — 768 с.

## Роль процесса терминологизации в формировании технического термина

Клепиковская Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель  
Филиал Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова в г. Северодвинске

*Данная статья посвящена рассмотрению процесса терминологизации общеупотребительной лексики английского языка, приводящего к переосмыслению лексической единицы общего языка и образованию технического термина. Одними из наиболее продуктивных способов изменения значения лексической единицы в рамках процесса терминологизации являются метафорический и метонимический переносы, которые рассматриваются в качестве регулярного механизма терминообразования.*

**Ключевые слова:** терминология, технический термин, терминологизация, метафора, метонимия

Появление специальной отрасли научного и технического знания обуславливает необходимость создания собственного терминологического аппарата, поскольку терминосистемы представляют собой совокупность языковых единиц, номинирующих объекты и явления конкретной технической сферы. Основной единицей технических терминологий выступает технический термин. Технический термин — это единица специальной номинации, входящая в состав терминологического массива, обслуживающего конкретную область научно-технического знания.

Долгое время одной из актуальных проблем современного терминоведения оставалась задача определения места термина в языковой системе. Исследования лингвистического статуса термина определяют его *двойственную системность* как один из его основных признаков. Рассматриваемый технический термин принадлежит прежде всего системе общего английского языка, но он также является и элементом терминологической системы. Поэтому можно говорить о том, что в процессе своего становления и совершенствования терминосистема опирается на языковые ресурсы собственного языка. Являясь частью общезыковой системы, любая техническая терминология формируется и развивается по принципам и правилам, принятыми в общем языке, т.е. терминологическая номинация осуществляется основными способами, характерными для общезыковой лексики.

Научно-техническая терминология во многом формируется за счет терминов, образованных на основе модификаций семантической структуры лексических единиц общего языка. Данный процесс определяется как терминологизация или семантическое развитие общеупотребительного слова.

Терминологизация понимается двояко: в широком смысле она охватывает все процессы образования новых терминологических единиц в результате переосмысления значения общеупотребительной лексической единицы (т.е. термины «терминологизация» и «семантический способ терминообразования» при такой трактовке могут считаться эквивалентными). В ходе терминологизации общеупотребительной лексики реализуются процессы сужения или расширения семантики лексической единицы, различные типы переноса, т.е. процессы, приводящие

в конечном итоге к переходу лексической единицы в терминосферу. В узком смысле под терминологизацией понимаются отдельные изменения в семантической структуре лексической единицы в процессе ее перехода в разряд термина (при таком понимании терминологизация оказывается одним из подвидов семантического способа) [5, с. 8].

В данном исследовании *терминологизация* выступает в качестве разновидности семантического способа образования, как процесс переосмысления значения лексической единицы общего языка при переходе в терминологическую сферу, осуществляемый посредством метафорического и метонимического переноса.

Терминологическая метафора обладает устойчивым характером и не вызывает у читателя дополнительных образов или эмоционально-окрашенных ассоциаций [9, с. 199], так как стирается в процессе употребления в обычной речи, теряет свой индивидуальный характер и образность, становясь частью семантики языка [10, с. 3].

В сфере технической терминологии метафора является средством образования новой единицы номинации (т.е. технического термина), с каковой целью используется уже готовая, существующая в общем языке единица. Однако, как и в общем языке, термин появляется лишь при наличии ассоциативных связей по сходству формы, внешнего вида, производимого впечатления, функции. При таком переносе возникают сходные образные ассоциации, которые в момент осуществления переноса признаются наиболее важными [3, с. 372]. Лежащие в основе метафорического переноса мотивирующие признаки способствуют более глубокому пониманию процессов использования метафоры для номинации новых предметов и явлений [6, с. 59], а созданная на основе ассоциаций метафора помогает объяснить то, что не очевидно, не заметно для глаз читателя, т.е. способствует более глубокому изучению предметов и явлений [11, с. 48]. Процесс метафоризации в терминологии происходит в несколько этапов: на первом этапе специалисты подбирают подходящую лексическую единицу, способную функционировать в качестве будущего термина, которая отделяется от слова; второй этап (этап концептуализации) включает процесс формирования понятия объекта под влиянием семантической структуры общеупотребительного слова; на третьем этапе выбранная единица закрепляется



за новым специальным понятием. В результате данного процесса единица общего языка приобретает свое специальное значение в более или менее узкой области знания и становится термином [5, с. 41–42].

В качестве основных источников метафоризации могут выступать следующие концептуальные сферы: человеческое тело, животные (данная область признается одной из наиболее продуктивных, поскольку в процессе метафоризации участвуют названия самих животных, а также частей их тела); растения; здания и постройки; механизмы и инструменты и др. Например, лексическая единица *arm* обозначает часть тела человека и имеет основное значение 'the part of the body between the shoulder and the hand' [2, с. 73]. Метафорический перенос значения способствовал образованию нового термина в области сварки, например, *electrode arm* 'электрододержатель' (символом переноса, т.е. тем признаком, на основании которого произошло переосмысление значения, послужила функция предметов). Слово *skirt* со значением 'a woman's or girl's garment that hangs from the waist' [2, с. 73], послужило основой для создания термина, переводимого на русский язык как 'юбка изолятора'.

Очевидно, что термины-метафоры имеют достоинства, к каковым относятся краткость, меткость, доходчивость, т.е. именно те качества, которых нередко не хватает длинным «книжным» терминам. Более того, они не представляют сложности для понимания, поскольку являются мотивированными и тем самым удобными для профессиональной коммуникации [12, с. 62].

Недостатками термина-метафоры считается затемнение и искажение классификационных связей, которые существуют между соответственными понятиями [7, с. 50–51]; такие термины часто оказываются включенными в терминосистему другой технической дисциплины или отрасли техники и представляют собой омонимы к общепотребительным словам.

В отличие от метафоры, универсальность и специфичность которой заключается в том, что по сравнению с другими видами семантической деривации, она оперирует образно-ассоциативным подобием [13, с. 82], метонимический перенос, также относящийся к процессам семантической деривации, совершается с одного денотата на другой не на основании внешнего либо внутреннего подобия вещей, а на основании смежности, т.е. соприкосновения вещей в пространстве или во времени [1, с. 126]. Метонимические трансформации основываются на импликационной связи — это реальные связи между вещами, между частью и целым, между вещью и признаком. Наиболее явными примерами импликационных связей являются связи пространственные, временные, отношения частей и целого, причинно-следственные [14, с. 294].

В рамках настоящего исследования в центре внимания находится регулярная (узуальная) метонимия, в то время как речевая (окказиональная) метонимия рассматриваемая прежде всего стилистикой, выведена за рамки данной работы. Особенность метонимического образования

в сфере терминологии заключается в том, что термин, образованный подобным образом, не может быть случайным, он закрепляется как устойчивое образование, общее для всех носителей терминосистемы [8, с. 69].

Особенностью метонимического переноса считается его регулярность [4, с. 514]: метонимический перенос, в отличие от метафорического, показывающего свою нелогичность, наоборот, обнаруживает известную *регулярность*, которая проявляется в безошибочном предвидении развития семантики в определенном направлении.

Анализ терминов в сфере технической терминологии показывает, что в данной области знания метонимический перенос осуществляется на основе смежности различных категорий и объектов действительности: действий, явлений, предметов и лиц, материалов и свойств и др. В результате были выявлены основные наиболее продуктивные модели метонимического переноса, лежащего в основе образования терминоединиц исследуемой отрасли (например, **действие — результат действия** *channeling* 1) каналообразование и 2) канал; **явление — величина** *conduction* 1) проводимость и 2) теплопроводность, *reflectance* 1) отражение и 2) коэффициент отражения; **материал — предмет из этого материала** *copper* 1) медь и 2) медное покрытие, *iron* 1) черное железо и 2) сердечник электромагнита; **имя автора — название созданного им произведения** *galvanic cell, galvanic battery* — гальванический элемент, гальваническая батарея (назван в честь Л. Гальвани).

Для терминов, образованных на основе метонимического переноса, характерны различные случаи трансформации лексики. Наиболее распространенным при терминологическом образовании является переход лексики абстрактной в лексику конкретную. В качестве примеров могут служить следующие терминологические единицы: *pawl coupling, hydraulic clutch, timing control*. Кроме того, возможны трансформации следующих видов: абстрактное — абстрактное (например, *current conduction*), конкретное — конкретное (например, *semiconductor, iron*).

Резюмируя, можно сделать вывод, что развитие новых значений у лексических единиц осуществляется по стандартным моделям (сдвиги и переносы значения), наиболее продуктивными из которых признаются метафорический и метонимический переносы, представляющие собой устойчивые механизмы образования новых лексических единиц, а не стилистический троп, связанный с поэтической функцией языка.

Продуктивность данных видов семантической трансформации во многом объясняется уникальной особенностью человеческого мышления — способностью усматривать сходство или смежность между элементами физически воспринимаемой действительности, а также различного рода абстрактными понятиями в процессе познавательной деятельности людей. Кроме того, перенос значения (т.е. метафора и метонимия) в отличие от сдвига значения (т.е. сужения и расширения) осуществляется

осознанно, закрепление результата в языке происходит лишь при условии, что основание для переноса признается большинством носителей языка, т.е. образуются устойчивые коллективные ассоциации [13, с. 82, 90].

Рассмотренные выше типы переносов (метафорический и метонимический) осуществляются по общим для общезыкового и терминологического образования моделям. Модели, по которым происходит метафорический перенос, менее разнообразны по сравнению с метоними-

ческими. В заключение необходимо отметить, что при исследовании роли терминологизации в образовании технической терминологии представляется особенно важным разграничивать языковые изменения значения слова и речевые приемы, поскольку первые приводят к возникновению постоянных наименований, закрепляются в языке, в то время как вторые способствуют усилению образности текста, повышая степень его экспрессивности и эмоциональности.

#### Литература:

1. Hilpert, M. Keeping and eye on the data: Metonymies and their patterns [Text]/M. Hilpert // Trends in Linguistics. Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy. — Berlin — New York, 2006. — P. 123–152.
2. Hornby, A. S. The Advanced Learner's Dictionary of Current English [Text]/A. S. Hornby. — M., 2006. — 1566 p.
3. Mekis, Z. Der «Wortaustausch» zwischen dem Fachwortschatz des Tourismus und dem Wortschatz der Gemeinsprache [Text]/Z. Mekis // Budapesti Gazdasági Főiskola. — Magyar Tudomány Napja, 2008. — S. 369–374.
4. Апресян, Ю.Д. О регулярной многозначности [Текст]/Ю.Д. Апресян // Известия АН СССР. — Т. XXX. Вып. 6. — М., 1971. — с. 509–523.
5. Думитру, Э. Особенности развития и современное состояние русской геоморфологической терминологии [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук/Э. Думитру. — М., 2008. — 24 с.
6. Ивина, Л.В. Лингво-когнитивные основы анализа отраслевых терминосистем (на примере англоязычной терминологии венчурного финансирования): Учебно-методическое пособие [Текст]/Л.В. Ивина. — М.: Академический проект, 2003. — 304 с.
7. Лотте, Д.С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методики [Текст]/Д.С. Лотте. — М.: Изд-во АН СССР, 1961. — 159 с.
8. Прохорова, В.Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование) [Текст]/В.Н. Прохорова. — М.: МГУ, 1996. — 125 с.
9. Разинкина, М.Н. О некоторых специфических чертах метафорической образности в стиле современной английской научной прозы [Текст]/М.Н. Разинкина // Научно-техническая революция и функционирование языков мира. — М.: Наука, 1977. — с. 198–205.
10. Розина, Р.И. Категориальный сдвиг актантов в семантической деривации [Текст]/Р.И. Розина // Вопросы языкознания. — 2002. — № 2 — с. 3 —
11. Федотова, Т.В. Специфика метафорических топонимов в аспекте восприятия мира человеком [Текст]/Т.В. Федотова // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». — 2008. — № 2. — с. 48–51.
12. Холодилова, М.В. Роль метафоры в русском подязыке лесопильной промышленности [Текст]/М.В. Холодилова // Ученые записки молодых филологов КГПУ им. В.П. Астафьева. Сер. 1: Русистика. — Красноярск, 2008. — с. 62–68.
13. Черникова, Н.В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии [Текст]/Н.В. Черникова // Филол. науки. — 2001. — № 1. — с. 82–90.
14. Шкуропацкая, М.Г. Деривационная системность лексики [Текст]: Дис. ... док. филол. наук/М.Г. Шкуропацкая. — Кемерово, 2003. — 376 с.

## Надеть или одеть — вот в чем вопрос

Конева Евгения Александровна, кандидат филологических наук, доцент  
Курский государственный университет

*В статье поднимается вопрос о правомерности существования пары надеть/одеть как паронимов, рассматриваются их семантические оттенки и причины их смешения в речи.*

**Ключевые слова:** пароним, ассоциация, ошибка, ментальное пространство, индивидуальный лексикон.

Неоправданно мало внимания уделяется паронимам, хотя большая часть ошибок в речи по сравнению с употреблением синонимов, омонимов или антонимов приходится на паронимы. Зачастую это происходит из-за внешнего сходства слов паронимической пары (сходства формы), а в ряде случаев и частичного внутреннего сходства (сходства содержания).

Самой распространенной парой паронимов, подверженных смешению в речи является, пожалуй, пара *надеть/одеть*. Так еще в справочнике по культуре речи 1843 г. «Справочное место русского слова», в котором, по мнению авторов, были собраны и исправлены ошибочные выражения, отмечается и эта пара слов. Подчеркивается, что люди «часто не обращают внимания на различие между этими словами» (цит. по: [5, с. 130]), употребляя, таким образом, ошибочно одно вместо другого. Проходят годы, многое меняется в языке. Как отмечает В.В. Одинцов, многие ошибки исчезают, появляются новые, но ошибочное употребление глагола *одеть* вместо *надеть* «упорно» сохраняется [5, с. 130]. Данную ошибку с легкостью можно обнаружить не только в разговорной речи, но и в газетах, журналах, даже в книгах. Большое количество примеров ошибочного употребления данных слов можно найти в Национальном корпусе русского языка [4]. Приведем некоторые из них.

*А еще лошадь предстояло взнуздать и одеть на нее седло.*

[Александр БОЙКО. Первые шаги «Студенческого десанта» // Комсомольская правда, 2014.01.24]

*Например, те вещи, которые не укладываются в разрешенную стоимость, одеть на себя.* [Елена АРАКЕЛЯН. Шоппинг на отдыхе: какие товары лучше привезти из отпуска // Комсомольская правда, 2013.05.01]

*Вместо того, чтобы подмыть ребенка, и одеть ей новый подгузник, Виктор Сергеевич*

*посадил испачкавшуюся дочку в ванную, которая была наполнена водой.*

[Александр БОЙКО. В Подмоскovie молодой отец «проиграл» жизнь полуторагодовалой дочери // Комсомольская правда, 2013.04.05]

*Если шорты белые, то клубу нужно будет одеть белые рейтузы, если зеленые трусы, то, соответственно, зеленые.*

[Екатерина Бредина. ФИФА и УЕФА разденут российских футболистов // Известия, 2011.11.30]

— У меня не было другого выхода, как одеть костюм Супермена.

[Захар РАДОВ. Супер-Вацлав из Праги взял правосудие в собственные руки // Комсомольская правда, 2011.10.16]

*Придя на производство, будь ласков, не забудь одеть очки защитные и каску!*

[Антон АЛОВ. От чего туристы блеют? // Комсомольская правда, 2011.09.29]

*Лучше одеть под простую кофту маечку и футболку.*

[Оксана ВАСИЛЬЕВА (Киров), Александра АЛИЕВА (Киров). Из-за сильных морозов в Кирове пассажирские автобусы не глушат даже ночью // Комсомольская правда, 2011.02.22]

Как видно из примеров, нарушается семантическое своеобразие глагола *одеть*, что естественно приводит к ошибке в речи. Именно к ошибке, поскольку говорящие, как правило, не замечают подмены одного паронима другим, продолжая свою речь.

Соблазн исключить из активного словаря глагол *надеть* существует, по мнению В.В. Колесова, на протяжении уже нескольких столетий. Особенно жители Санкт-Петербурга и Москвы после революции с большой охотой стали смешивать эти паронимы. Несмотря на отчаянные попытки лингвистов, пытающихся отстоять богатство русского языка и сохранить смысловые оттенки обоих глаголов, разговорная речь оказалась, тем не менее, влияние на нормы русского литературного языка, устранив смысловое различие между ними, что было закреплено в 1973 году в справочнике «Трудности словоупотребления и варианты норм русского литературного языка». Можно было употреблять в разговорной речи оба глагола безразлично. Смешение данных паронимов не являлось больше ошибкой. Да и глаголы *надеть* и *одеть* по сути переставали относиться к ряду паронимов, ведь между ними ставился знак равенства (см. подробнее [2]).

Как обстоит дело с паронимами *надеть* и *одеть* в XXI веке? Да и вообще можно ли эти слова считать паронимами? Современные справочные пособия по-прежнему сохраняют смысловые оттенки между членами данной паронимической пары, а лингвисты не желают нивелировать разницу между ними. Так, например, В.И. Красных в «Толковом словаре паронимов русского языка» отмечает:

«**Надеть**, сов. (надевать, несов.). 1. Что (на кого-то). Покрыть себя или кого-л. одеждой; натянуть на себя или на кого- что-л. какую-л. одежду, обувь и т.п. *Надеть [на себя] костюм, платье, рубашку, шубу. Надеть на ребенка куртку, шапку, кроссовки. Надеть туфли, ботинки, сапоги. Надеть свитер, чулки, колготки. Надеть наволочки на подушки. Надеть чехлы на мягкую мебель.* 2. Что (на что). Укрепить что-л. на чем-л., прикрепить, приладить что-л. к чему-л. *Надеть очки, бусы, серьги. Надеть часы на руку. Надеть кольцо на палец. Надеть рюкзак. Надеть ордена и медали. Надеть лыжи, коньки.* 3. Что на что. Насадить, продевая или прокалывая. *Надеть наживку на крючок. Надеть бусинку, жемчужину на нитку, на леску.*

**Одеть**, сов. (одевать, несов.). 1. Кого (во что). Облечь в какую-л. одежду. *Одеть ребенка, сына, дочь. Одеть больного во все чистое.* 2. Кого-что (во что). Снабдить, обеспечить одеждой. *Всю семью она должна одеть, обути и накормить. Одеть жену в дорогие меха. В связи с проведением военной реформы всю армию предстоит одеть в новую, более современную форму.* 3. Что чем или во что. Перен. Покрыть какую-л. поверхность; облицевать. *Снег одел землю белым покровом. Берега реки одели в гранит. Здание гостиницы одели облицовочным камнем.* [3, с. 226–227].

Аналогичные определения мы находим и в «Учебном словаре паронимов русского языка» Л.А. Введенской и Н.П. Колесникова:

«**Надеть** — 1. Натянуть, надвинуть (одежду, обувь, чехол и т.п.), покрывая, облекая. 2. Приладить, укрепить, прикрепить какой-нибудь предмет на чем-либо, на что-либо. 3. Насадить, продевая или прокалывая.

**Одеть** — 1. Облечь в какую-либо одежду, нарядить кем-либо; снабдить, обеспечить одеждой. 2. Покрыть, окутать (о тумане, мраке и т.п.)» [1, с. 92].

Вопрос определения статуса пары *надеть/одеть* поднимается также в радиопередаче «С русского на русский, или Кстати сказать», посвященной трудностям русского языка на Радио России от 11.09.2015. Как отмечают ведущие, ошибке (смещение паронимов *надеть/одеть*) более 100 лет, и уже второй век глагол «одеть» вытесняет свою пару. Подтверждением этому может служить и наш вышеприведенный список примеров из Национального корпуса русского языка. Основной причиной, по мнению доктора филологических наук, профессора Е.В. Мариновой, является то, что эти глаголы сходны по составу морфем. Проанализировав все тонкости различий в употреблении этих глаголов в речи, их смысловые оттенки, в передаче делается вывод, что пару *надеть* и *одеть*, по-прежнему, можно считать паронимами. И это является нормой русского литературного языка.

Разница между этими глаголами зафиксирована не только в справочниках, но и приводится на различных форумах в Интернете, посвященных проблемам русского языка. В этой связи очень часто цитируется сти-

хотворение русского драматурга Виктора Александровича Крылова:

Любезный друг, не надо забывать,  
Что одевать не значит надевать;  
Не надо путать эти выраженья,  
У каждого из них своё значение.  
Запомнить это можно без труда:  
Глагол «одеть» мы говорим, когда  
На что-нибудь одежду надеваем,  
Иль что-нибудь одеждой покрываем,  
Иль иначе в одежду одеваем.  
Себя нарядней хочешь ты одеть,  
Так должно платье новое надеть,  
И руку ты перчаткой одеваешь,  
Коли на руку ты перчатку надеваешь.  
Дитя оденешь в платьице его,  
Когда наденешь платье на него.  
Кому родной язык и мил и дорог,  
Ошибки тот не стерпит и следа,  
И потому, дружок мой, никогда  
Не делай ты подобных оговорок.

А также стихотворение Новеллы Матвеевой:

«Одень», «надень»... Два слова  
Мы путаем так бестолково!  
Морозный выдался рассвет,  
Оделся в шубу старый дед.  
А шуба, стало быть, надета.  
«Одень», «надень»... Давай глядеть:  
Когда одеть и что надеть.  
Я полагаю, что на деда  
Три шубы может быть надето.  
Но я не думаю, что дед  
На шубу может быть надет!

Именно в рамках одного контекста четко можно проследить семантическое своеобразие каждого из членов паронимической пары. Данные стихотворения способствуют правильному запоминанию смысловых оттенков паронимов *надеть/одеть*. Употребление их в речи является своего рода мнемотехникой.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что грамотная, правильная речь — это достоинство человека, а для того чтобы она была правильной, необходимо знать и соблюдать определенные правила и нормы. Нельзя допускать словесную небрежность в своей речи, что особенно характерно для употребления пары паронимов *надеть/одеть*. На первый взгляд, может действительно показаться, что проблема ошибочного употребления данных паронимов кроется как во внешнем сходстве данных слов, так и во внутреннем. Однако сходство формы и содержания — это не единственная причина. Более значимой причиной является в данном конкретном случае, как правило, нежелание искать в индивидуальном лексиконе своего ментального пространства точное слово для выражения мысли, что приводит к речевой небрежности.

Важную роль здесь может сыграть также и тот факт, что чем больше ассоциаций в ментальном пространстве



индивида приходится на тот или иной пароним, тем быстрее и будет проходить актуализация данного паронима в речи, при этом ассоциации могут быть не только вер-

ными, но и ошибочными. В этом случае речь уже идет о неумении найти нужное слово для выражения своей мысли.

#### Литература:

1. Введенская, Л. А. Учебный словарь паронимов русского языка/Л. А. Введенская, Н. П. Колесников. — 2-е изд. — Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. — 192 с.
2. Колесов, В. В. Гордый наш язык.../В. В. Колесов. — 2-е изд., перераб. — СПб.: «Авалонъ», «Азбука-классика», 2006. — 352 с.
3. Красных, В. И. Толковый словарь паронимов русского языка: 1100 паронимических рядов, более 2600 паронимов [Текст]/В. И. Красных. — М.: Астрель: АСТ, 2007. — 589, [3] с.
4. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 25.01.2016)
5. Одинцов, В. В. Лингвистические парадоксы: [для ст. шк. возраста]/В. В. Одинцов; ил. М. М. Салтыкова. — 2-е изд. — М.: Просвещение, 2010. — 160 с.: ил. — (Твой кругозор).

## Денотативный и словообразовательный аспекты современных окказионализмов коммуникативной сферы «путешествие» (на примере трэвел-программы «Орёл и Решка»)

Коробкина Наталья Игоревна, кандидат филологических наук, доцент  
Волгоградский государственный социально-педагогический университет

*Рассматривается предметная отнесенность современных окказионализмов коммуникативной сферы «путешествие» на примере выпусков трэвел-программы «Орёл и Решка». Анализируются разнообразные способы образования данных окказионализмов.*

**Ключевые слова:** коммуникативная сфера «путешествие», трэвел-программа, окказионализм, денотат, словообразовательный способ, коммуникативное «гнездо».

Не секрет, что в настоящее время одним из популярных способов познания окружающего мира является путешествие, поскольку знакомство с новыми интересными местами, людьми и культурами подталкивает человека к пониманию своего предназначения. Кроме этого путешествие дает человеку свободу мироощущения и возможность научиться новым умениям выживания и самостоятельности. Посредством такого познавательного передвижения от места к месту человек делает свое представление о мире более ярким, развивает свои чувства, пробуждает эмоции. Именно поэтому, испытывая много новых впечатлений и приобретая интересный опыт, все больше и больше людей отправляются в путешествия.

Для того, чтобы решить, в какую страну и/или в какой город отправиться в путешествие, человек нередко обращается к текстам речевого жанра «интернет-отзыв туриста». Объясняется это тем, что такие тексты содержат авторскую оценку путешествия и сопутствующих ему услуг, размещаются в сети интернет с целью обмена информацией между туристами [1, с. 5], и поэтому за счет своей общедоступности могут помочь в принятии окончательного решения о выборе страны и/или города для путешествия.

Существенное влияние на этот выбор оказывают и разнообразные телепередачи о путешествиях (трэвел-программы), которые аудиовизуально передают культурные и национальные различия, предлагают и поддерживают готовые социокультурные конструкты. Современные трэвел-программы играют большую роль в заполнении пробелов фоновых знаний языковой личности, а также в формировании отношения массовой аудитории к той или иной стране. Качественная трэвел-программа, созданная с соблюдением этических норм, способствует распространению и укреплению идеи равноправия культур, а, следовательно, и гармонизации отношений как межкультурных, так и межличностных (подробнее о характере современной трэвел-программы как глобальном медиапродукте см.: [2]).

Одной из таких популярных трэвел-программ является телепередача «Орёл и Решка» (телеканал «Пятница»), в каждом выпуске которой два ведущих по воле подбрасываемой монетки (а точнее, ее выпавшей части — орла или решки) показывают зрителям, как можно приятно провести время в том или ином городе мира, имея в кармане всего лишь сто долларов или золотую карту с безграничным денежным лимитом.

Лингвокреативный подход путешествующих по разнообразным уголкам нашей планеты ведущих «Орла и Решки», их стремление украсить игровыми моментами повседневность, поиск новых эффективных средств для более емкой, выразительной и экспрессивной передачи мыслей, эмоций и чувств нередко приводят к тому, что в их речи становятся заметными современные окказиональные новинки. Эти новообразования, порождаемые в коммуникативной сфере «путешествие», используются для номинации того или иного явления окружающей действительности и за счет своей коммуникативной «свежести» и новизны являются действенным средством повышения экспрессивности и эмотивности речи. Они служат активным средством привлечения внимания телезрителей к ранее не существовавшим реалиям, отражающим дух и культуру посещаемых во время путешествия стран.

В данной статье представляется целесообразным рассмотреть такие окказионализмы с точки зрения их денотативного аспекта, который, как известно, отражает связь слова с предметом. С учетом этого анализ предметной отнесенности рассматриваемых окказионализмов, безусловно, будет способствовать выделению совершенно новых реалий окружающей действительности, вербальные номинанты которых составляют коммуникативное пространство языка в сфере «путешествие». Кроме этого в фокусе исследовательского внимания оказываются и разнообразные способы образования подобных современных окказионализмов, составляющих в совокупности словообразовательный аспект новых слов.

Начнем с группы современных окказионализмов, используемых для номинации различных средств передвижения. Так, путешествуя по различным уголкам нашей планеты, можно встретить такие транспортные средства, как **зебумобиль (зебу + автомобиль)** (Мадагаскар. Африка) (здесь и далее в скобках указано название соответствующего выпуска трэвел-программы «Орёл и Решка», в котором используется данный окказионализм — Н. К.) — *повозка, запряженная зебу, которая служит для передвижения людей в сельской местности*, **пивопед (пиво + велосипед)** (Амстердам. Нидерланды) — *велосипед в форме барной стойки, которым одновременно могут управлять 12 человек; люди крутят педали и одновременно с этим сидят за барной стойкой и выпивают пиво*, **мотомаршрутка (мотоцикл + маршрутка)** (Юбилейный сезон: Луангпхабанг. Лаос) — *общественный трехколесный транспорт с кузовом для перевозки пассажиров* и др.

С лингвистической точки зрения данные окказионализмы, несомненно, выполняют номинативную функцию, и тем самым подчеркивается их связь с ранее не существовавшими денотатами, для обозначения которых они используются. Напомним, однако, что эта связь опосредованная, поскольку название не заложено в самом предмете. Получается, что рассматриваемые окказионализмы

как вербальные номинанты, используемые для обозначения соответствующих денотатов, не заложены в этих предметах. А это еще раз подтверждает общеизвестный непрямой характер взаимодействия слова и денотата (предмета).

Словообразовательный аспект анализируемых современных окказионализмов заключается в импликации блендинга как одного из продуктивных вариантов развития коммуникативного пространства языка в сфере «путешествие» по пути сжатия, когда процесс образования окказиональной лексической единицы представляет собой смешение двух исходных номинаций, нередко сопровождающийся частичным усечением некоторых их частей. Ключевой в этой связи является, как нам кажется, исследовательская позиция авторитетного ученого в области лексикологии и стилистики английского языка И.В. Арнольд. По ее мнению, основу механизма блендинга составляет процесс проникновения слов друг в друга и, как результат, их смешение. Они, подобно секциям телескопа, способны скользить друг в друга и образовывать новую языковую единицу, вербально упакованную по принципу портмоне (перевод наш — Н. К.) [3, с. 141].

Приведем еще несколько примеров окказиональных блендов, используемых для номинации новых реалий и явлений окружающей действительности в коммуникативной сфере «путешествие», зафиксированных в выпусках трэвел-программы «Орёл и Решка»: **бутербродомат (бутерброд + автомат)** (Амстердам. Нидерланды) — *автомат-мини-духовка для выдачи бутербродов (фаст-фуда)*, **шубтур (шубный + тур)** (Афины. Греция) — *поездка за границу с целью покупки шубы или других меховых изделий, когда магазин покрывает расходы на проезд и предоставляет хорошую скидку на выбранный товар*, **Тесладрайв (Тесла + тест-драйв)** (Неизведанная Европа: Роттердам. Нидерланды) — *тест-драйв электромобиля класса «люкс» «Тесла С»*, **бензобар (бензиновый + бар)** (остров Бали. Индонезия) — *прилавок в придорожном магазине, где можно приобрести бензин*.

Несколько иное проявление словообразовательного аспекта современного окказионализма наблюдается, например, в номинациях **пати-бас (пати (от англ. party — вечеринка) + бас (от англ. bus — автобус))** (Сан-Паулу. Бразилия) — *автобус, передельанный под ночной клуб на колесах* или **мутант-кары (мутант + кары (от англ. car — машина))** (Юбилейный сезон: Рино. США) — *немыслимой конструкции машины, которые можно увидеть на самом безумном фестивале в пустыне «Burning man»*. Здесь процесс образования окказионального вербального номинанта происходит не при помощи блендинга, а словосложения двуязычных конститuentов в структуре новой номинации. Такой процесс гибридизации англоязычных заимствований приводит к появлению интернациональных понятий, вербальные номинанты которых передаются на русский язык с помощью приемов транскрипции и/или транс-

литерации. Зачастую подобные лексические бленды-гибриды, входящие в пласт инноваций русского языка современного периода, активно используются в коммуникативном пространстве интернета, а также в различных СМИ, что, вероятно, может указывать на их достаточно высокий функциональный статус. Поэтому, соглашаясь с В.И. Шаховским, скажем, что появление окказиональных лексических блендов-гибридов следует признать не как порчу языка и национального культурного сознания, не как лингвистическую диверсию и не как лингвизид, а как естественный результат открытости лингвокультуры к межкультурному взаимодействию, в том числе и эмоциональному [4, с. 111].

Интересно, что современные окказиональные номинации могут на основе общей экстралингвистической коммуникативной ситуации объединяться в своеобразные лексико-семантические группировки — коммуникативные «гнезда». Так, в коммуникативной сфере «путешествие» наиболее крупным «гнездом» является группа окказиональных лексических номинаций, используемых для обозначения различных денотатов гастрономической тематики. Например, путешествуя по столице Тайваня, один из ведущих трэвел-программы «Орёл и Решка» придумал совершенно новое наименование тура по наиболее популярным тематическим кафе — *гастротур (гастрономический + тур)* (На краю света: Тайбей. Тайвань).

Как показывают наши наблюдения, данная номинация, изначально зародившаяся как окказиональное словосочетание, постепенно начинает переходить в разряд неологизмов, теряя при этом свою прагматическую новизну. Объясняется это тем, что появляется социальный запрос на новую номинацию и ее способность к восполнению коммуникативной лакуны, лексическая единица, в том числе и ее полная форма (гастрономический тур), активно используется в различных сферах жизнедеятельности социума и речи носителей языка. Подтверждение этому находим в одном из недавних выпусков «Орла и Решки» (далее приводится прямое цитирование слов ведущего этой трэвел-программы): *В последнее время в мире набирают обороты гастрономические экскурсии и туры. Это дико модно, интересно, необычно и, самое главное, дорого* (Юбилейный сезон: Сिएтл. США).

Как следствие возрастающей популярности экстралингвистического денотата и активного функционирования его вербального номинанта коммуникативное пространство современного языка в сфере «путешествие» наполняется разнообразными дериватами исходного окказионализма (неологизма). Одним из таких является номинация *гастрогид (гастрономический + гид)*, для полноты понимания семантического содержания которой вновь приведем слова ведущего «Орла и Решки»: *Нанимать гастрогида на рынке нереально удобно и выгодно: он расскажет много интересного о местной кухне, посоветует самые вкусные блюда, его здесь все знают и дают самые свежие продукты.*

*А еще на рынке работает негласное правило: если ты ходишь с гастрогидом, тебя пропускают без очереди* (Там же).

Заметим, что в коммуникативном «гнезде» сферы гастрономии помимо блендинговых окказиональных номинаций встречаются также лингвистические новинки, образованные соединением узуальных лексических единиц в составе словосочетания. Примером такого окказионализма может быть номинация *гастрономическая бесконечность* (На краю света: Токио. Япония) — *нескончаемое разнообразие продуктов в магазине готовой еды*. С позиций когнитивной лингвистики подобные окказиональные словосочетания являются результатом концептуальной интеграции, а также вербальным отражением закона экономии языковых средств и ментальной способности человека к максимально сжатому и емкому выражению мыслей, эмоций и чувств в речи (подробнее об этом см., например, [5]). Такой синкретизм мышления не может не приводить к появлению особых окказиональных знаков — компрессивных в своем плане выражения, но при этом, в сравнении со своими аналитическими прототипами (семантическими дефинициями), емких в плане содержания.

Еще одним интересным в денотативном аспекте примером современного окказионального наименования коммуникативной сферы «путешествие», а также ее коммуникативного «гнезда» гастрономической тематики является лексическая единица *лаофондю (лаосский + фондю)*. Описывая данное национальное блюдо Лаоса, ведущая «Орла и Решки» говорит следующее: *Я вам сейчас покажу фондю по-лаосски, лаофондю. Пойдем. На первый взгляд кажется, что это какой-то шведский стол или буфет в отеле. Но продукты тут все сырые. А дальше все, что вы себе набрали на столе, выкладываете на мангал и жарите в бульоне, который вам периодически подливают официанты. Дело в том, что азиатская еда часто не по душе туристам: то пережаренная, то недожаренная, то кислая, то острая. Вскоре луангпхабанцам это надоело, и они сказали: «Мол, вам не угодил! Берите и готовьте сами». Такая готовка на свежем воздухе стала суперпопулярной как у туристов, так и у местных жителей. Конечно, к обычному фондю это все не имеет никакого отношения. Просто когда-то лаосцы увидели что-то подобное у своих колонизаторов, французов, и сделали такой себе ремейк* (Юбилейный сезон: Луангпхабанг. Лаос).

Данный окказионализм, условно (опосредованно) связываясь с ранее не существовавшей реальией, с одной стороны, выполняет свою номинативную функцию, называя соответствующий денотат. С другой стороны, мы становимся свидетелями гармоничного тандема игровой и компенсаторной функций языка, когда креативный потенциал его носителей способствует экономному (сжатому), а значит, коммуникативно релевантному и коммуникативно востребованному восполнению речевых лакун.

Образование современных окказионализмов, будучи наиболее динамичным явлением вторичной номинации, подтверждает постоянно протекающие в языке и речи деривационные процессы. И хотя исследуемые дериваты находятся «на границе нормы», их появление в современном коммуникативном пространстве свидетельствует о раскрепощении языкового творчества в целом и о постепенном продвижении результатов индивидуального творчества в общенародный язык.

Так, например, в коммуникативной сфере «путешествие» недавно появилось окказиональное словосочетание *великая китайская интернет-стена*. Словообразовательный аспект данной номинации отражает сочетание двух узуальных лексических единиц (великая китайская стена + интернет) в лексико-грамматическое единство (универб), которое, несомненно, является зеркалом лингвокреативной деятельности человека на современном этапе развития науки о языке. Для понимания лексического значения этого окказионализма, рефлексирующего в свою очередь связь данной номинации с соответствующим денотатом, обратимся к словам ведущего трэвел-программы «Орёл и Решка», который впервые использовал это словосочетание в речи: *«Китайскому правительству удалось невозможное: ввести в интернете тотальную цензуру. В китайском интернете нет эротики, запрещена Wikipedia и YouTube, фильтруются новости, а самое главное отсутствует напрочь критика китайского правительства. Это явление получило название — великая китайская интернет-стена. Интернет-роботы круглосуточно сканируют сеть, и если где-то появляется недозволённая информация, сайт в тот же момент блокируется. Такая вот политика коммунистической партии Поднебесной»* (Шанхай. Китай).

Неисчерпаемая актуальность научных изысканий, связанных с исследованием современных окказиональных наименований, в том числе и в коммуникативной сфере «путешествие», отчасти диктуется «человекомерностью» современной науки. В качестве подтверждения этому рассмотрим пример еще одного современного окказионального словосочетания — *светлячковое сафари*, упоминаемого в одном из выпусков трэвел-шоу «Орёл и Решка». Приведем вербальный контекст данной окказиональной номинации: *«Светлячковое сафари заключается в том, что вы садитесь в лодку и по крошечной темноте плывёте по затерянной в джунглях реке. Во время всей экскурсии приказано говорить только шепотом. Видимо, чтобы светлячков не спугнуть. Как только ты садишься в лодку, начинается какая-то сказка. Представьте: ночная река, тишина вокруг, только всплески воды от весел.*

*И вдруг в этой крошечной темноте деревья начинают переливаться огоньками. Это настолько удивительно и волшебно, что даже не веришь в первую секунду. <...> Ну, придумает же природа такое!»* (Куала-Лумпур. Малайзия). Денотативный и словообразовательный аспект данной окказиональной номинации свидетельствуют о внимании к коммуникативно-прагматическим и когнитивным аспектам функционирования языковых/речевых единиц, а также ростом оригинальных описаний различных языков, позволяющих проникнуть в мышление и культуру народа посредством языкового анализа.

Добавим также, что подобные окказионализмы представляют собой, по мнению И. А. Столяровой и Н. А. Шехтман, интеллектуальных посредников между миром вещей, находящимся вне человека, и миром идей, находящимся в человеческом сознании. Эти «посредники» органично, по словам исследователей, совмещают в формальной и семантической структуре два противоположных и неразрывных свойства — дискретность и континуальность. Дискретность находит свое отражение в звучании самой номинации, ее членимости на фонемы и морфемы, а континуальность присуща семантике, что дает самой номинации богатые возможности передавать «новые» реалии, ситуации, свойства и т. д. объективного мира, не имеющие своих прямых наименований в языке (подробнее см.: [6, с. 66]).

Таким образом, анализ некоторых выпусков популярной в настоящее время трэвел-программы «Орёл и Решка» показывает, что современное коммуникативное пространство языка в сфере «путешествие» представляет собой депозитарий окказиональных наименований нового (компрессивного) типа, позволяющих сокращать высказывание и нацеленных на максимальное свертывание информации, ее предельную компрессию (подробнее об этом см.: [7]). Предметная отнесенность подобных новообразований отражает совершенно новые реалии окружающей действительности, среди которых можно выделить различные средства передвижения, денотаты гастрономической тематики и др. Разнообразные способы образования (блендинг, словосложение, словосочетание) современных окказионализмов в коммуникативной сфере «путешествие», зафиксированных в выпусках трэвел-программы «Орёл и Решка», составляют словообразовательный аспект новых слов, которые становятся объектом лингвистического интереса в результате языковой концептуализации как обогащения семантики понятий признаками, заимствованными из семантики языковых показателей, лексикализирующих эти понятия, т. е. в ходе «погружения» понятия в язык и культуру, частью которой он является.

#### Литература:

1. Говорунова, Л. Ю. Речевой жанр «интернет-отзыв туриста» в русской и итальянской лингвокультурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2014. — 25 с.



2. Показаньева, И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. — 2013. — Выпуск № 3. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385> (дата обращения 10.01.2016).
3. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка (на английском языке): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Высш. шк., 1986. — 295 с.
4. Шаховский, В. И. Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии: учеб. пособие по дисциплинам по выбору «Язык и эмоции», «Лингвокультурология эмоций» для студ., магистрантов и асп. Ин-та иностр. яз. Волгогр. гос. пед. ун-та. — Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. — 170 с.
5. Korobkina, N. I. Contemporary occasional word-formation in the cognitive aspect: basic theses of the conceptual integration's theory // European Journal of Literature and Linguistics. Scientific journal. — Vienna: «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2015. — P. 26–29.
6. Столярова, И. А., Шехтман Н. А. Лингвокреативные механизмы словосложения (на материале номинативных комплексов в романе Джеймса Джойса «Улисс»). — Оренбург: Издательство ОГПУ, 2003. — 164 с.
7. Коробкина, Н. И. Новое контекстуальное понятие как результат концептуальной интеграции в экстралингвистическом и лингвистическом контекстах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2015. — № 4 (99). — с. 79–85.

## Some reflections on the semantic field of «respect» in different system of languages

Маткаримова Ашурхон Исмоиловна, старший преподаватель  
Андижанский государственный университет (Узбекистан)

*Статья посвящается семантическому полю уважения в разносистемных языках. Впервые осуществляется анализ основных интенций адресантов эмотивных высказываний уважение, похвалы, лести, комплимента как единиц мотивационного уровня. В ходе интенционального анализа впервые определяется релевантность интенциональных различий и статусного соотношения коммуникантов.*

**Ключевые слова:** семантическое поле, уважение, самоуважение, гонорифический, вежливость, обращение к лицу, коммуникация, импликация, пол, сексуальная (родовая) ориентация, религиозная идеология, статус, социальное и моральное равенство, культура.

Matkarimova Ashurxon Ismoilovna, senior teacher  
Andijan State University, Uzbekistan

*This article is devoted to the semantic field of respect in different system of languages. For the first time by analysis of the main intentions of the addresser emotive utterances of respect, praise, flattery, compliment, as units of motivational level detection. During the first intentional analysis determined the relevance of intentional differences and relationship status of communicants.*

**Keywords:** semantic field, respect, self-respect, honorific, politeness, addressee, communication, implication, gender, sexual orientation, religious beliefs, status, social and moral equals, culture.

As we begin a new year, whatever new resolutions we make, there is one thing we will seek every day without fail in our lives and that is RESPECT because it is tied up with our self-esteem and feeling of value. We talk about it a lot, we yearn for it, we expect it automatically and we notice when we haven't been given it by others. But this word is not really understood by many people.

For example, respect is demonstrated by our actions, not our words. And when those actions are absent, especially at a trivial or simple level, there is also a distinct lack of respect. In every relationship respect goes hand-in-hand with love and commitment. We cannot love someone we don't

respect or are not prepared to commit to, even for a short time. Otherwise we will resent the time spent with them, or spent doing things on their behalf, when we could be doing something else or be with someone else. Neither can we love someone we really do not trust. Once trust is gone, the feelings become superficial as the relationship shifts in terms of both emotion and power. We would no longer respect that person, tending to be suspicious of their actions instead of celebrating and enjoying their presence.

Respect has great importance in everyday life. As children we are taught (one hopes) to respect our parents, teachers, and elders, school rules and traffic laws, family and cultural

traditions, other people's feelings and rights, our country's flag and leaders, the truth and people's differing opinions. And we come to value respect for such things; when we're older, we may shake our heads (or fists) at people who seem not to have learned to respect them. We develop great respect for people we consider exemplary and lose respect for those we discover to be clay-footed, and so we may try to respect only those who are truly worthy of our respect. We may also come to believe that, at some level, all people are worthy of respect. Calls to respect this or that are increasingly part of public life: environmentalists exhort us to respect nature, foes of abortion and capital punishment insist on respect for human life, members of racial and ethnic minorities and those discriminated against because of their gender, sexual orientation, age, religious beliefs, or economic status demand respect both as social and moral equals and for their cultural differences. And it is widely acknowledged that public debates about such demands should take place under terms of mutual respect. We may learn both that our lives together go better when we respect the things that deserve to be respected and that we should respect some things independently of considerations of how our lives would go.

We may also learn that how our lives go depends every bit as much on whether we respect ourselves. The value of self-respect may be something we can take for granted, or we may discover how very important it is when our self-respect is threatened, or we lose it and have to work to regain it, or we have to struggle to develop or maintain it in a hostile environment. Some people find that finally being able to respect themselves is what matters most about getting off welfare, kicking a disgusting habit, or defending something they value; others, sadly, discover that life is no longer worth living if self-respect is irretrievably lost. It is part of everyday wisdom that respect and self-respect are deeply connected, that it is difficult if not impossible both to respect others if we don't respect ourselves and to respect ourselves if others don't respect us. And also here we remember Confucius states that Respect yourself and others will respect you.

'Respect', or 'address', is one of the overt linguistic expressions of politeness. It indicates the speaker's social relation (including familiarity with) and attitude to the addressee and sometimes also to third persons.

The most widely accepted explanation of the reasons for the occurrence of linguistic politeness, including 'respect' or 'address', is Brown and Levinson's (1987) theory based on the social-psychological notion of face. In Brown and Levinson's account, face is a 'public self-image', a part of the personality of each individual which corresponds to the way the individual wants to be seen and treated by others in the society. According to Brown and Levinson, linguistic expressions of politeness arise because there are numerous types of speech acts and utterances that may threaten the face desires of the addressee. For example, the main functional motivation for developing polite referential expressions which use plural or third person forms with reference to a single addressee is the avoidance of the most direct linguistic refer-

ence to the addressee: a second person singular form, which is the most face-threatening.

Expressions of 'respect'

It is reasonable to assume that every language has ways of expressing politeness, but only some languages have special linguistic forms to express different degrees of respect towards the addressee or third persons. Like the category of 'person' for example, 'respect' is fundamentally a relational concept, therefore, based on Shibatani's (1994) description of honorific systems, we can identify three loci of special linguistic forms of respect:

Referent. Politeness is encoded through linguistic forms that express respect towards nominal referents. Politeness systems using such forms are the most widespread, and the historical development of some honorifics systems (e. g. Japanese) indicates that this is the most basic form of honorifics. The respect forms in this category include:

- titles (such as honorary titles used together with proper names in English or German; or honorific endings attaching to names in Korean or Japanese),
- polite pronouns (special pronominal forms — often across the whole person paradigm, as in Javanese; pronoun substitution — e. g. plural for singular; or pronoun avoidance and substitution of title, kin term, etc. for pronoun),
- nominal honorifics (or, honorified nouns, expressing respect either directly towards the referent, or indirectly towards the owner/creator/recipient of the referred object; these are much less common than titles or polite pronouns),
- verbal honorifics (sometimes called 'subject honorifics': honorifics expressing respect towards the referent of the subject or actor nominal and found on the verb; these include: verbal affixes, suppletive verbal honorific forms as in Japanese, Korean, and Tibetan, honorified nominalisations as in Japanese, and honorified predicate adjectives as in Japanese).

Note that in some languages with elaborate honorifics, the forms listed above may also have humbling counterparts. Humbling forms include: humbling first person pronominals, as in Thai, Korean or Japanese; and humbling verbal forms, sometimes called 'object honorifics' (these include: verbal affixes, suppletive humbling verbal forms, and humbling prefixed nominalisations as in Japanese). The honorific and the humbling strategies may be combined in one utterance — this also applies to 'subject honorifics' (honorific verbal forms, controlled by the subject nominal) and 'object honorifics' (humbling verbal forms, controlled by a nonsubject nominal), which can be combined for example in Tibetan.

Addressee. Politeness is encoded through linguistic forms that express the speaker's respect towards the addressee. In the case of honorific second person pronouns, the reference honorific function and the addressee honorific function converge, but some languages have special addressee-oriented honorific forms. These include:

- special words of address (such as the English sir and ma'am),
- special particles (e. g. Tagalog po; Thai kha (female), khrap (male); Tamil nka, lii),

— special verbal endings (e. g. Korean -sumni; Japanese -mas).

Again, since respect for the referent and respect for the addressee are independent systems, one can occur independently of the other in a language that has both (e. g. Japanese).

In conclusion, we can say according to the forms and meaning of the Respect, it is shown in many languages by following specific grammatical conventions, especially in referring to individuals.

1. an attitude of deference, admiration, or esteem; regard
2. the state of being honoured or esteemed
3. a detail, point, or characteristic; particular he differs in some respects from his son

4. reference or relation (esp. in the phrases in respect of, with respect to)

5. polite or kind regard; consideration respect for people's feelings

6. (often plural) an expression of esteem or regard (esp. in the phrase pay one's respects).

An honorific is a word or expression (often a pronoun) that conveys respect when used in addressing or referring to a person. Typically honorifics are used for second and third persons; use for first person is less common. Some languages have anti-honorific or despective first person forms (meaning something like «your most humble servant» or «this unworthy person») whose effect is to enhance the relative honor accorded a second or third person.

#### References:

1. Andrews, J. N., 1976, «Social Education and Respect for Others,» Journal of Moral Education 5: 139–143.
2. Armitage, F., 2006, «Respect and Types of Injustice,» Res Publica 12: 9–34.
3. Arnold, D. G. and Bowie, N. E., 2005, «Sweatshops and Respect,» in Ethical Issues for the Twenty-First Century, F. Adams (ed.), Charlottesville: Philosophy Documentation Center.
4. Baron, M. W., 1997, «Love and Respect in the Doctrine of Virtue,» The Southern Journal of Philosophy 36 (Supplement): 29–44.
5. Benditt, T., 2008, «Why Respect Matters,» Journal of Value Inquiry 42:487–496.
6. Boettcher, J., 2007, «Respect, Recognition, and Public Reason,» Social Theory and Practice 33: 223–249.
7. Buss, S., 1999, «Respect for Persons,» Canadian Journal of Philosophy 29: 517–550.
8. Chan, S., 2006, «The Confucian Notion of Jing (Respect),» Philosophy East and West 56: 229–252.
9. Darwall, S., 2006, The Second Person Standpoint: Morality, Respect, and Accountability, Cambridge, MA: Harvard University Press.

## Прагматическая и когнитивная интерпретация градации в английском и узбекском языках

Махмудова Нилуфар Равшановна, ассистент  
Андижанский государственный университет (Узбекистан)

Градация в языках мира относится к тем явлениям, которые пронизывают всю деятельность человека и всю систему того или иного языка. Начиная от фонем до целых синтаксических структур.

Широко распространение градации диктует необходимости ее глубокого осмысления и разностороннего изучения.

Отправной точкой в изучении языковой градации, по мнению многих лингвистов, можно считать статью известного американского учёный Эдуарда Сепира, который выделил градацию как особую лингвистическую проблему, разработал понятийный аппарат и перспективы исследования данного явления.

Проблема семантической градации в той или иной мере получили развитие в работах таких зарубежных лингвистов, как Д. Болинжер, М. Бирвиш, Ч. Осгуд, П. Таннебаум и др.

Комплексная характеристика лексико-семантической градации представлена в монографии Е. И. Шейгал. Вопрос о связи градации с другими языковыми явлениями (категориями оценки, количества, эмоции) затрагивается в работах Н. Д. Арутюновой, Е. М. Вольф.

Выявление коммуникативно-прагматической нагрузки градации обеспечивает возможность глубокого осмысления механизмов порождения и понимания текста.

Градация имеет первостепенное значение для процессов концептуализации и категоризации, поскольку она, во-первых, служит способом аккумуляции знаний о мере, степени и интенсивности разных феноменов, во-вторых, часто принимается как признак, положенный в основу упорядочения представлений о явлениях окружающей действительности и систематизации фактов языка.

Теперь можно дать определение градации как стилистического приёма.

Градация — это стилистический приём, состоящий из ряда словесных компонентов (выраженных словоформами, словосочетаниями, частями предложений и целыми предложениями), расположенных в порядке их возрастающей (восходящая градация, климакс) или (реже) убывающей (нисходящая градация, антиклимакс) семантической и/или эмоциональной значимости, которая порождает стилистический эффект. Градация может быть принципом построения целого текста, т.е. являться текстовой фигурой.

Например:

Threaten him, imprison him, torture him, kill him;

I don't attach any value to, money.

I don't care about it, I don't know about it.

I don't want it, I don't keep it — it goes away from me directly.

Узбек: Рахшанда хола-чи, Рахшонда холла, кизингизни кафтимда кўтараман, елкамда кўтараман, бошимга ўзи чикиб олади.

— Тётя Рахшанда, ваша дочь я буду носить на руках, на плечах, а на голову сама поднимется.

Вот вам прагматика-семантических тип градации.

Часто градация выражается сложным предложением или длинным синтаксической единицей.

Градация такого типа всегда основывается на параллельных конструкциях, которые не редко сопровождается лексическом повтором.

Например:

Say yes. If you don't, I'll break into tears.

I sob, I'll moan, I'll growl.

Grabbed age and youth cannot

Live together:

Youth is full of pleasure,

Age is full of care

Youth like summer brave,

Age like winter bare:

(Shakespeare «A Madrigal»)

В ораторской речи также в беллетристике, градация употребляется для эмоциональной эмфазой.

Градация в текстах различной стилистической и жанровой принадлежности способна выполнять различные стилистические функции. Общей стилистической функцией является функция выразительности. К частным стилистическим функциям можно отнести характерологическую, эмоционально-усилительную, изобразительную, ритмообразующую, текстообразующую, оценочную, внедательную с ее разновидностями. (функция уточнения и функция актуализации информации)

По нашему мнению, результаты когнитивного и функционально-прагматического, в частности данные о связи индикаторов градуальности с культурологическими факторами, найдут применение в практике перевода и сопоставительном изучении языков, каковым является английский и узбекский.

В заключении следует отметить, что феномен градации как один из универсальных механизмов мышления играет огромную роль в познавательной деятельности человека, что находит свое отражение в семантическом пространстве языка. Градация имеет немаловажное значение для человека и в сфере коммуникации, поскольку обеспечивает реализацию воздействующей функции языка. Широкой распространение градации, ее роль в познавательной и коммуникативной деятельности человека обуславливает необходимость многоаспектного исследования данного явления в языке.

До недавнего времени градация не была объектом исследования в сопоставительно-сравнительном плане. На материале неродственных языков каковыми является английским и узбекский языки.

Такое сопоставительно-сравнительное изыскание позволяет глубже проникнуть в суть языковых процессов, особенно, когда интерес лингвистов концентрируется в прагматических и когнитивных и даже культурологических особенностях языковых единиц в отображение картины реальной действительности в мышлений и мозгах человека.

Прагматическое и когнитивное исследование градации как стилистический приём пополнить тот пробел, который существовал до сих пор.

#### Литература:

1. Никитин, М. В. Основы лингвистической теории значения: учеб. пособие. — М.: Высш. шк., 1988. — 168 с.
2. Jackendoff, R. S. Semantics and cognition (Current studies in linguistics series; 8) // The study of language in Cognitive Science. — Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1985. — 283
3. Morris Ch. W. Foundations of the Theory of Signs. — University of Chicago Press, Chicago, 1938. — 59 p.
4. Nuyts, J. Epistemic Modality, Language, and Conceptualization: A Cognitive-Pragmatic Perspective. — Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2003. — 428
5. Pierce Ch. et al. Collected Papers of Charles Sanders Peirce: Science and Philosophy and Reviews, Correspondence and Bibliography. — Cambridge: Harvard University Press, 1958.



## Фразеологические единицы как объект перевода

Машукова Арина Олеговна, магистрант

Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х.М. Бербекова

*В статье рассматриваются способы передачи ФЕ в англорусском переводе.*

*Материалом послужил роман «Театр» Уильяма Сомерсета Моэма.*

Устойчивые выражения занимают особое место в словарном запасе языка и служат способом отражения предметов и явлений окружающей действительности и их свойств.

Фразеология, как раздел языкознания и объект изучения, представляет собой огромное научное исследовательское поле для переводчиков-практиков, так как в «шкале непереводимости» занимает высшую ступень: непереводимость устойчивых выражений отмечается многими лингвистами (Амосова Н.Н., Арсентьева Е.Ф., Фёдоров А.В. и др.); а также приверженцами «теории непереводимости» (например: Наум Хомский, Шлегель, Шлейермахер). С передачей ФЕ с исходного языка на переводящий испытывает сложности каждый переводчик. Перевод устойчивых сочетаний с одного языка на другой представляет собой достаточно сложную, но в то же время интересную проблему для филолога, которая разрабатывается в рамках переводоведения. Условленная семантика ФЕ, содержащая в себе самую разнообразную информацию о психоэмоциональном состоянии человека и его отношении к обсуждаемому объекту, создает дополнительную трудность. Амосова утверждает, что фразеологизмы выполняют функции слов, поэтому, при переводе ФЕ с ИЯ на ПЯ необходимо рассматривать каждую идиому как минимальную языковую единицу перевода. Надо упомянуть, что контекст играет важную роль при переводе ФЕ. Фразеологический контекст — это группа слов и предложений, в которых употребляется данный фразеологизм. Выбор метода передачи фразеологизмов зависит от функционально-стилистических характеристик контекста, который является своеобразным помощником переводчика, так как представляет собой определяющее звено при выборе наиболее адекватного варианта в ПЯ.

Трудности перевода ФЕ исследовались отечественными и зарубежными учеными, такими как Виноградов В.В., Шадрин Н.Л., С. Флорин, Е.Ф. Арсентьева, А.В. Фёдоров, Комиссаров В.Н., Ю.П. Солодуб, Н.Ф. Смирнова. Они утверждают, что многозначность и омонимия, свойственные как словам, так и ФЕ, контекстуальные семантические преобразования ФЕ и авторские трансформации, этнокультурологические отличия близких по смыслу ФЕ в разных языках, совпадающих по смыслу, но имеющих разную стилистическую окраску, создают дополнительные трудности для переводчика. Поэтому огромную роль при выборе переводческого варианта играет контекст.

В данной статье мы опираемся на определение Кунина: Фразеологизмы — это устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением [6, с. 15].

Фразеология любого языка является своеобразным «зеркалом» человеческих ценностей, нравственных устоев, а также происходящих в конкретном обществе изменений, поэтому культура этноса, его мироощущение и менталитет находят глубокое отражение в языковых единицах, в ФЕ, в частности.

Исследуя аспекты передачи устойчивых выражений с одного языка на другой, Флорин С., Влахов С. пришли к выводу, что в основе фразеологизмов лежит метафора, являющаяся средством описания представлений о мире [11, с. 343]. Но различные лингвокультурологические особенности русского и англоязычного народов создают дополнительные семантические и стилистические трудности в сохранении образа идиомы, той метафоры, которая лежит в ее основе.

Перевод ФЕ, не содержащей в себе ярко выраженного национального компонента или феномена, не представляет для переводчика никаких затруднений и переводится эквивалентом или аналогом. Но использование таких приемов обновления ФЕ, как расширение компонентного состава или разрыв, целью которых является усиление оказываемого на читателя эффекта, придание большей живости и выразительности авторской речи и речи отдельных персонажей, неизбежно создает дополнительную трудность для переводчика.

Для сохранения той же степени экспрессивности и выразительности ФЕ в ПЯ переводчику нередко приходится чем-то жертвовать. Например,

*A millstone about smb.'s neck* — «тяжелая ответственность, камень на шее».

— *There are so many cases in which it absolutely ruins a chap's career.*

*Especially if he marries an actress. He becomes a star and then she's a millstone round his neck* [14, с. 23].

— Я знаю кучу примеров, когда это совершенно загубило человеку карьеру. Особенно если он женится на актрисе. Он делается звездой, и тогда она камнем висит у него на шее [15, с. 17].

Устойчивое сочетание берет начало в библейском тексте и имеет буквальное значение. ФЕ нередко употребляется с глаголами *hang* и *have*. Слово *about* допускает замену словом *(a) round*. Данный фразеологизм был переведен с помощью калькирования, т. е. дается бук-

важный перевод, при этом сохраняется образность и эмоциональная окраска фразеологизма. Выражение «камень на шее» было заимствовано из английского языка и передает экспрессивно-стилистическую коннотацию и эмоциональное отношение автора к происходящему. К тому же, данное выражение хорошо знакомо русскоязычному сообществу и является синонимом словосочетания «тяжелая ответственность, ноша, обуза». Переводчику превосходно удалось передать не только смысловую нагрузку данного выражения, но и донести до читателя коннотативные оттенки слов.

*To melt within oneself* — «таять, растаять при виде кого-л. или чего-л».

Her heart melted within her when she looked into his deep, friendly eyes, and she shivered with delightful anguish when she considered his shining, russet hair [14, с. 101].

«Сердце таяло у нее в груди, когда она смотрела в его глубокие ласковые глаза, она трепетала от мучительного восторга, когда любовалась его блестящими каштановыми кудрями» [15, с. 17].

Образность точно подобранного аналога придает выражению более мощную эмоциональность, которая дает понять, что чувствовала Джулия при виде Майкла. Островской удалось хорошо передать психоэмоциональное состояние главной героини, всю любовь и нежность ее пылающего сердца.

*To look like a piece of cheese* — «быть никем, не представлять из себя ничего».

«You make the rest of us look like a piece of cheese» [14, с. 16].

«Рядом с тобой мы ничто» [15, с. 18].

Функционально-стилистические особенности данного контекста требует описательного перевода ФЕ, что создает юмористический эффект. Но, тем не менее, мы считаем, что перевод данного выражения Островской не является адекватным, так как производимый на английского читателя эффект не создается обычным русским выражением «мы ничто». Английская ФЕ отличается большей живостью и экспрессивностью, а также в ней чувствуется ирония, чего нельзя сказать о русском варианте, последний отличается сдержанностью и лаконичностью. Выражение «ноль без палочки» передает всю ироничность ситуации и, на наш взгляд, лучше подходит конкретно в этом отрезке речи.

*Roll in money* — «купаться в золоте, иметь много денег».

Of course some of those Middlepool manufacturers were rolling in money, but you could hardly expect them to fork out five thousand pounds to start a couple of young actors who had only a local reputation [14, с. 16].

«Конечно, некоторые из мидлпульских фабрикантов просто купаются в золоте, однако вряд ли можно ожидать, что они раскошелятся на пять тысяч фунтов, чтобы помочь двум молодым актерам, заслужившим только местную славу» [15, с. 18].

Данный фразеологизм переводится русским аналогом, который вполне соответствует функционально-стилистическим особенностям контекста. Буквальный перевод

данного фразеологизма «купаться в деньгах» не является адекватным в данном контексте. На наш взгляд, подобранный переводчиком аналог больше удовлетворяет функционально-стилистическим особенностям контекста и придает большую выразительность всему выражению. Выражение «купаться в золоте» полностью отвечает коммуникативной интенции автора, наглядно обрисовывает описываемую им сцену.

*To be at a loose end* — «быть в безвыходном положении».

«The prospect of spending a whole week with Michael was enchanting.

It was just like his good nature to come to the rescue when he knew she was at a loose end» [14, с. 17].

«Что могло быть восхитительней, чем провести целую неделю с Майклом! И это так на него похоже: прийти на выручку, когда ему стало известно, что она не знает, чтобы ей предпринять» [15, с. 20].

ФЕ *«to be at a loose end»* переводится лексическими средствами, так как именно описательный перевод отвечает всем стилистическим и семантическим особенностям ФЕ. Данный фразеологизм можно было бы перевести аналогом «быть в замешательстве» и это, на наш взгляд, был бы адекватным переводом. Но Островская предпочла воспользоваться лексическими средствами, что не умаляет ее заслуг — перевод всего контекста получился вполне лаконичным и красноречивым.

*To take stock of smb. or smth.* — «вдоль и поперек; критически изучать, оценивать кого-л».

It did not take her long to discover that the Colonel, notwithstanding his reserve, and Mrs. Gosselyn, notwithstanding her shyness, were taking stock of her [14, с. 17].

«Джулии не понадобилось много времени, чтобы увидеть, что полковник, при всей его сдержанности, и миссис Госселин, при всей ее робости, критически изучают и оценивают ее» [15, с. 20].

«*To take stock of smb. or smth.*» можно было перевести «вдоль и поперек», но автор, соблюдая нейтральный стиль всего контекста, переводит ФЕ как «критически изучать, оценивать кого-л.», такой обертоновый перевод вполне подходит семантико-стилистическим особенностям ФЕ. Однако, мы считаем, что использование ФЕ «вдоль и поперек» придало бы всему выражению большую стилистическую и эмотивную окраску.

*To be head over ears in love with smb.* — «быть по уши влюбленным в кого-либо».

She saw that Mrs. Gosselyn was very proud of him, and with a flash of intuition saw that it would please her if she let her see, ... that she was head over ears in love with him [14, с. 18].

«Джулия видела: миссис Госселин очень им гордится, и внутренний голос ей подсказал, что той понравится, если она покажет ... как она, Джулия, прямо по уши влюблена в ее сына» [15, с. 20].

ФЕ «быть по уши влюбленным в кого-л.» является аналогом ФЕ *«To be head over ears in love with smb.»* и передает всю ее эмоциональную окраску и экспрессив-

ность. И русское, и английское выражение отличается метафорической образностью и характеризуется высокой степенью воздействия на реципиента.

*To have one's feet on the ladder* — «стать на ноги, сделать шаг к успеху».

«Not immediately, I don't mean. But when we've got our feet on the ladder» [14, с. 18].

«Я не хочу сказать: немедленно. Когда мы станем на ноги, продвинемся хотя бы на один шаг по пути к успеху» [15, с. 21].

В данном случае автор использует довольно-таки обширное описание значения ФЕ, обыгрывая как фразеологическое значение, так и буквальное значение некоторых компонентов, что способствует наиболее эффектному описанию мысли главного героя, расшифровывая, что именно он имеет в виду.

*To take the rough with the smooth* — «принимать в жизни и шипы, и розы; быть готовым ко всему, мириться с трудностями».

«In this business you have to take the rough with the smooth» [14, с. 35].

«В нашем деле всякое бывает, сегодня хорошо, а завтра плохо» [15, с. 35].

Перевод ФЕ был осуществлен с помощью лексических средств, т. е. слов, имеющих меньшую эмоциональную нагрузку, чем русский эквивалент, но соответствующих эмоционально-стилистическим особенностям контекста и настроению говорящего.

*Hard as nails* — «безжалостный».

«As nails. And with an eye to the main chance. Doing the colonel's daughter on me» [14, с. 92].

«Прошла огонь и воду. Корыстная изображает передо мной полковничью дочь» [15, с. 89].

*Bring down the house (bring the house down)* — «покорить весь зал, вызвать бурные аплодисменты, гром аплодисментов».

It used to bring down the house. I've never heard such applause in my life [14, с. 114].

«Она всегда вызывала гром аплодисментов. Подобных аплодисментов мне никогда не приходилось слы-

шать» [15, с. 118].

Данная ФЕ имеет положительную коннотацию, в контексте эта окраска лишь усиливается. Данный перевод при помощи двойной актуализации отражает чувство восхищения и преклонения перед актрисой. Контекстуальные структурные преобразования ФЕ придают им большую экспрессивность и эмоциональную окрашенность. При переводе переводчику удалось передать эмоциональную интенцию автора, сохраняя функционально-стилистическую принадлежность ФЕ. Двойная актуализация способствует конкретизации мысли и приданию выражению большей экспрессивности.

Применение такого способа обновления устойчивых выражений, как эллипсис, позволяет автору придать большую живость и выразительность описанию персонажа, что, открывает переводчику огромное пространство для воображения и выбора подходящего сочетания в ПЯ. В данном случае Островская блестяще справилась с данной задачей, применив широко распространенную в русскоязычном сообществе фразу. Но, мы считаем, что использование этого выражения полностью, то есть «пройти огонь, воду и медные трубы» усилило бы производимый на реципиента эффект.

В результате исследования мы на практическом материале подтвердили уже существующую классификацию способов передачи ФЕ с английского на русский язык. При передаче данного фразеологизма переводчик подбирает эквивалент или аналог, подходящий по смыслу в контексте. Методы решения переводческих проблем разнообразны: калькирование, использование описательного перевода, частичных и полных эквивалентов. Выбор того или иного метода зависит от наличия ФЕ в ПЯ. Если же данная ФЕ отсутствует в ПЯ, переводчик калькирует ФЕ (дает буквальный перевод выражения) или использует описательный метод. Производимый на реципиента эффект является ведущей целью при переводе устойчивых выражений. Передача стилистических особенностей носит второстепенный характер: коннотативные значения воссоздаются в ПТ только при условии полной передачи доминантной информации.

### Литература:

1. Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии. 3-е изд. М.: Эдиториал УРСС, 2013. с. 180.
2. Арсентьева, Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц. Казань: Издательство Казанского университета. 1989. с. 130.
3. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение. — М., 2001. с. 34–39.
4. Дмитриева, Л. Ф. Английский для студентов. Курс перевода. М.: 2005. с. 304.
5. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М., 1990. с. 253.
6. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. языков/А. В. Кунин. — Дубна: Феникс+, 2005. с. 247.
7. Кунин, А. В. О стилистическом контексте во фразеологическом ракурсе // Сб. науч. тр. 1979. № 103. С. 212–245.
8. Смирницкий, А. И. Лексикология английского языка. М., 2007. с. 26–30.
9. Солодуб, Ю. П. Теория и практика художественного перевода. Учеб. пособие для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений/Ю. П. Солодуб, Ф. Б. Альбрехт, А. Ю. Кузнецов. М.: Издательский центр «Академия», 2005. с. 304.

10. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). М.: ООО Издательский Дом, 2002. с. 416.
11. Флорин, С., Влахов С. Непереводимое в переводе. — М.: Международные отношения. 1980. с. 343.
12. Шадрин, Н. Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика. Авторское учебное пособие// Под ред. Ю. М. Скребнева. Саратов: Издательство Саратовского университета. 1991. С. 218.
13. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка. Изд. 6-е. М.: Либроком, 2012. с. 114—130.
14. W. Somerset Maugham «The Theatre», a novel. М.: Международные отношения, 1979.
15. Сомерсет Моэм Театр/The Theatre. Роман. Перевод: Г. Островской. М.: АСТ. 2013.

## Некоторые лингвистические аспекты категории энантиосемии

Романчук Юлия Владимировна, аспирант

Минский государственный лингвистический университет (Беларусь)

Развитие языка связано с наличием в языковой системе разного рода семантических преобразований, среди которых В. Г. Гак выделяет пять ключевых типов: синонимическое развитие значений, смещение, энантиосемия, расширение или сужение (включая ухудшение или улучшение) значения, метафорический или метонимический перенос [4, с. 95]. В рамках данной статьи интерес для нас представляет именно категория энантиосемии в качестве одного из источников развития языка, которую, как следует из представленной классификации, можно рассматривать как некое переосмысление лексического значения слова.

В связи с этим вполне уместными являются следующие слова А. Ф. Лосева: «Уже самый простой разговор одного человека с другим возможен только потому, что каждое слово и каждый языковой элемент заряжен бесконечным количеством разного рода смысловых оттенков, и мы даже сами не замечаем, какое огромное количество этих оттенков выступает в наших словах и какое огромное количество этих оттенков должно заключаться в наших словах, чтобы мог состояться самый обыкновенный разговор» [6, с. 141]. Категория энантиосемии признает сосуществование в слове полярных смысловых оттенков значения.

В научный оборот термин «энантиосемия» был введен в конце 19 века профессором В. Шерцлем, который полагал, что это «одно из замечательнейших и поразительнейших явлений в области семиотики». Согласно В. Шерцлю, «энантиосемия — это то явление, где одно и то же слово вмещает в себя два прямо противоположных друг другу значения». [10, с. 1]. В своем исследовании ученый говорит о том, что, «предположение, чтобы древние народы с намерением придумывали слова с диаметрально противоположными друг другу значениями, противоречит не только основным положениям исторического словообразования, но также здравому смыслу; с другой стороны, приписывать энантиосемии совпадению разных случайностей, повлиявших на ее развитие и разветвление в языках, было бы не только ошибочно, но даже крайне рискованно» [10, с. 2].

С точки зрения современной науки о языке энантиосемия представляет собой крайне неоднозначное и противоречивое явление. Одни исследователи считают энантиосемию самостоятельной лексико-семантической категорией (В. Шерцль, Л. А. Булаховский), другие рассматривают ее как разновидность антонимии (Л. А. Новиков, М. В. Панов, Е. П. Ходакова, Л. Л. Касаткин, М. И. Фомина, Я. И. Гельбл, И. Пете), третьи — как разновидность омонимии (В. В. Виноградов, Н. М. Шанский, Ю. Г. Скиба), четвертые — как скрещение антонимии и омонимии, пятые — как явление многозначности (Ф. С. Бацевич, Ф. П. Филин, Л. Е. Бессонова).

Однозначным можно считать лишь тот факт, что энантиосемия есть сосуществование противоположных, контрастных сем в структуре значения одной и той же речевой единицы. С когнитивной точки зрения, энантиосемия может быть обусловлена дивергентным типом мышления человека, его способностью использовать одну и ту же единицу для обозначения разных типов знаний. В основе формирования энантиосемичного значения лежит принцип дизъюнкции: однопорядковые единицы находятся в оппозиции положительный/отрицательный [7].

Лингвистов, занимающихся исследованиями категории энантиосемии, в первую очередь интересует ответ на вопрос, чем вызвана возможность сдвига значений, которые в конечном итоге становятся противоположными.

По мнению В. Шерцля, категория энантиосемии обязана своим существованием сложному комплексу взаимообусловленных и взаимодополняющих образовательных факторов. Но в качестве основной причины энантиосемии он выделяет многозначность древних корней слов: «Чаще всего энантиосемия объясняется тем, что корни и происходящие от них слова в древние эпохи имели общие, весьма обширные и крайне неопределенные значения, из которых впоследствии, при постепенном возникновении многочисленных оттенков и посредством разветвления их на самостоятельные категории, образовались значения, которые при более точном определении их в языке, нередко, несмотря на принадлежность



их к известной, общей им сфере, путем дифференцирования выражали противоположные друг другу понятия» (*идти/двигаться* *приходить, уходить; нести при-нести, отнести*) [10, с. 3].

В соответствие с точкой зрения Л. Е. Бессоновой, энантиосемия представляет собой явление внутрилексемной поляризации, или внутрисловной антонимии, которое следует понимать как регулярный тип семантической противопоставленности, имеющий характер противоположности. Энантиосемия обусловлена асимметричностью языкового знака. Асимметричность языкового знака выражается в непараллельном соотношении означаемого и означающего, в том, что план содержания не имеет однозначного соответствия плану выражения, по причине чего и возникают лексические противопоставления: полисемия, омонимия, энантиосемия (одно означающее — несколько означаемых), синонимия (одно означаемое — несколько означающих) [2].

В качестве одного из необходимых условий энантиосемии Л. Е. Бессонова называет семантическую соотнесенность, общность сем противочленов. Если же семантика оказывается различной, несопоставимой в плане содержания, тогда речь идет об омонимах, когда значения одного слова расходятся так сильно, что становятся разными словами, и у этих противочленов исчезает единый план содержания и, следовательно, антонимическая противопоставленность [1].

Л. А. Булаховский высказывает предположение, что «нужно принимать во внимание природу чувств, способных по-разному окрашивать те же самые или близкие представления в зависимости от установки, которую получает слово в своем употреблении. Ласковость, симпатия могут находить свое выражение в шутливом применении и бранных слов, употребленных в соответствующем контексте и соответствующей интонации; прочно отложиться может ироническое употребление слова; сдвиг значения до его противоположности может быть вызван эмоциональностью выражения» [3, с. 69]. Но следует отметить, что в данном случае речь идет скорее об оценочной энантиосемии, нежели чем об энантиосемии в целом.

Также исследователь отмечает, что противоположные значения могут стать конечным результатом развития какого-либо третьего, промежуточного значения, недостаточно определенного самого по себе и допускающего в тех или других контекстах разные смысловые оттенки, которые позже превратились в стойкие представления (например, смысл глагола «*занимать*» обнаруживается только в синтаксических конструкциях: *занимать кому и занимать у кого*).

Кроме того, Л. А. Булаховский, говорит о том, что большое количество энантиосемичных фактов порождают слова, значения которых зависят от префиксации, поскольку некоторые приставки лишены достаточной выразительности значения, и образованные с ними слова в своем развитии могут легко претерпеть значительные изменения направления смысла [3]. С ним в определенной мере соглашается и Л. Е. Бессонова, по мнению которой, противоположность значений в составе одного и того же слова может возникать и развиваться как под непосредственным воздействием аффиксов, так и без их прямого участия [1]. Например, глаголы «*вывезти*» (1. Везя, удалить, отправить куда-нибудь, за пределы чего-нибудь. 2. Привезти с собой откуда-нибудь [9, с. 109]) и «*объехать*» (1. Проехать стороной, минуя что-нибудь. 2. Ездя, побывать во многих местах, посетить многих. [9, с. 441]) хорошо демонстрируют тот факт, что именно приставки влекут наличие полярных значений внутри этих глаголов.

Таким образом, элементы энантиосемичности заложены и в особенностях применения слова. Так, А. Е. Кибрик в своем постулате «О единственности значения» говорил буквально следующее: «каждая форма имеет, как правило, одно значение. Но из различных употреблений формы должны быть вычтены «приращения», которые возникают в тех или иных контекстах» [5, с. 36]. Энантиосемичные значения можно рассматривать в качестве таких «приращений».

Согласно, В. Н. Прохоровой, энантиосемия, или противоположные значения в многозначных словах, предстает как ряд диахронных фактов: одно из значений слова активно в современном языке, другое — противоположное — устарело. Если же противоположные значения слова выступают в одном временном срезе, то они разнородны стилистически, причем слово в одном из значений — просторечное, жаргонное, диалектное, то есть выходит за лексические границы литературного языка [8].

Итак, категория энантиосемии есть сосуществование полярных, прямо противоположных друг другу значений в рамках одного слова. Энантиосемии можно рассматривать как переосмысление лексического значения слова или как сдвиг значений, которые в конечном итоге становятся противоположными. Данная категория занимает довольно противоречивое место в системе смежных языковых явлений. Нерешенным остается вопрос о причинах энантиосемии, которая, с лингвистической точки зрения, может быть обусловлена, по мнению различных лингвистов, дивергентным типом мышления человека, асимметричностью языкового знака, диахронией языковых процессов и особенностями применения слова.

#### Литература:

1. Бессонова, Л. Е. О некоторых условиях возникновения энантиосемии // Л. Е. Бессонова // Проблемы лексической и категориальной семантики. — Симферополь: СГУ, 1980. — Вып. 1. — с. 18–23.
2. Бессонова, Л. Е. Энантиосемия как особый тип в системе лексических противопоставлений // Л. Е. Бессонова // Проблемы лексической и категориальной семантики. — Симферополь: СГУ, 1982. — Вып. 2. — с. 27–31.

3. Булаховский, Л.А. Развитие противоположных значений/Л.А. Булаховский // Русская речь. — М.: Наука, 1988. — № 2. — с. 68–70.
4. Гак, В.Г. Языковые преобразования: Виды языковых преобразований, факторы и сферы реализации языковых преобразований/В.Г. Гак. — Изд. 2-е испр. — М.: Книжный дом «Либроком», 2010.
5. Кибрик, А.Е. Лингвистические постулаты/А.Е. Кибрик // Ученые записки Тартуского ун-та. — 1983. — Вып. 621.
6. Лосев, А.Ф. Языковая структура/А.Ф. Лосев. — М., 1983.
7. Паўлоўская, Н.Ю. Энантиёсемя моўных адзінак з азначным значэннем у мастацкім тэксе/Н.Ю. Паўлоўская// Материалы ежегодной научн. коференции преподавателей и аспирантов ун-та, 24–25 апр. 2013 г.: в 5 ч./Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Н.П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2013. — Ч. 5. — с. 33–39.
8. Прохорова, В.Н. Энантиосемия в современном русском языке/В.Н. Прохорова // Вопросы современного русского языка. — 1976. — Вып. 2. — с. 157–165.
9. Толковый словарь русского языка/Под. ред. С.И. Ожегова. — М., 1997. — 940 с.
10. Шерцль, В. О словах съ противоположными значеніямі (или о такъ называемой энантиосеміи)/В. Шерцль // Филологические записки. — Воронеж: Типо-литография Губернского правления, 1883. — Вып. 5/6. — с. 1–39.

## Социальная значимость номинаций «возраст человека» в английском языке

Саломова Малика Зохиловна, старший преподаватель  
Бухарский инженерно-технологический институт (Узбекистан)

**Ключевые слова:** социолингвистика, культурология, дефиниция, социально, лексико-семантические, стилистика, неологизм, эмоционально

**Key words:** sociolinguistics, cult urology, definition, socially, lexica-semantic, stylistics, neologism, emotionally

Проблемы социальной обусловленности языка сегодня объединяют интересы самих разнообразных дисциплинарных знаний — психолингвистики, коммуникативной лингвистики, когнитивной лингвистики, гендерной лингвистики, лингвистики текста, социолингвистики, лингвограмматики, антропологи, культуuroлогии и др.

Цель данного исследования — выявить социальные характеристики номинаций «возраст человека» (далее НВ) в английском языке. Как показывает наше исследование, НВ самым непосредственным образом связано с различными социальными факторами в жизни человека и общества. Между возрастными и социальными характеристиками существует прямо пропорциональная зависимость. Анализ языкового материала выявил, что в английском языке роль социального фактора возрастает в группе «младенчество», «детство», «подростковый возраст» роль социального фактора резко снижается, и не всегда четко прослеживается. Эта особенность объясняется, прежде всего, свойством биологического характера данных возрастных групп, которые характеризуются отсутствием жизненного опыта, определенных знаний. Что касается молодости и зрелого возраста, то данные группы, напротив характеризуется накопленным опытом, определенными навыками и жизненными силами. В пожилом возрасте оказывается, что социальный фактор играет также значительную роль, что, по-видимому, объясняется

большим приобретенным жизненным опытом, мудростью и знаниями.

Анализ словарных дефиниций проведенных по английским словарям позволил нам выделить эксплицитные характеристики НВ и выявить маркеры социальной характеристики в НВ: **Debutante**-a young upper-class woman who appears for the first time at a Ball and officially becomes part of fashionable society (MED); **Fellow** — 4 a: a man or boy of one of the lower social classes (MWCD)

В Результате дефиниция, культурологического анализа нами выделены также НВ, в которых социальные характеристики являются имплицитными. Имплицитный смысл социальной обусловленности НВ может быть выявлен с помощью компонентного анализа, в частности многоступенчатого дефиниционного анализа и метода ассоциативного поля.

Так, например многоступенчатый дефиниционный анализ НВ «Old timer» по словарю PED показал, что имплицитная сема (a man of rank or authority) выявляется в значении данной лексической единицы только на четвертой ступени словарных дефиниций: old timer old man father sire

a man of rank or authority. Таким образом, дефиниционный анализ данной лексики «Old-timer» позволил выявить имплицитные семы, характеризующие человека в социальном плане (a man of rank or authority).

Рассмотрев социальные характеристики как имплицитного так эксплицитного характера в системе языка, наш анализ показал, что на уровне речевых употреблений возможны лексико-семантические и семантические и семантико-стилистические трансформации, которые могут актуализировать и усиливать социальную значимость НВ: *though in his sixties, his fresh complexion made his age impossible to guess. He was supremely intelligent and ruthless, brilliant military commander and a born leader of men, as befitted a grandson of Genghis Khan* (K. Miles. «Marco Polo» 1992:214)

В данном примере социальная обусловленность лексических единиц commander, leader, подчёркивается и усиливается в контексте за счёт использования эпитетов supremely, intelligent, ruthless, brilliant born, которые выступают в данном контексте в качестве интенсификаторов социальной характеристики описываемого персонажа.

Дальнейший анализ направлен на изучение семантико-стилистических свойств, социально обусловленных НВ в системе языка особенностей их функционирования в художественном тексте. Одним из выводов нашего исследования полученного в результате анализа языкового материала, является то, что социально обусловленные НВ в большинстве своём являются стилистически маркированными. Этот вывод имеет теоретическое обоснование и подтверждает выдвигаемый во многих работах тезис о взаимодействии социолингвистики и стилистики. Следует отметить, что многие языковеды отмечают определенное взаимоотношение и взаимосвязь социолингвистики и стилистики (Швейпер А.Д., Виноградов В.В., Дешерпиев Ю.Д., Беликов В.И., Крысин Л.П., Лузуна Л.Г., Болотов В.И. и др.) Обратимся в анализе языкового материала: *Blue eyed boy — BrE informal a young man who is liked and approved of someone in authority because he is very successful, attractive etc* (MED). Анализ словарной дефиниции этой языковой единицы выявляет возраст человека (young man), социальную принадлежность (in authority) и положительные характеристики (successful attractive); *Chinless wonder — a young man from an upper class who is weak and stupid* (LDCE). В дефиниции данной НВ обнаруживается следующая прагматическая стилистическая информация: Возраст человека (a young man), социальный статус (an upper class) и оценочные характеристики отрицательной направленности (weak and stupid)

В приведенных примерах наряду с социальными характеристиками, отмечается положительная или отрицательная эмоциональная оценка в НВ обусловлено положением о тесной взаимосвязи и социальной обусловленности оценки в НВ. Анализ языкового материала показал, что НВ с отрицательным эмоционально-оценочным компонентом значительно преобладают над НВ положительной направленности, что обусловлено преобладающей ориентацией эмотивной речемыслительной

деятельности человека на негативные явления действительности.

Рассмотрим словарные дефиниции лексемы «Yupple» — *a trendy and relatively affluent young person living in a city and engaged in professional career* (PED); — *a young college-educated adult who is employed in a well-playing profession and who lives and work in or near a large city* (MWCD). В соответствии со словарными дефинициями, данная лексема, отмечается положительной эмоционально-оценочной направленностью, о чем свидетельствует оценочная лексика положительной направленности (Trendy, affluent, college-educated, well-playing). Однако, как уже отмечалось выше, использование НВ в тексте сопровождается различного рода семантико-стилистическими трансформациями, которые могут не только усиливать стилистическую значимость НВ, но в определенных контекстах употребления менять стилистическую направленность лексической единицы: *In the 1980's, markets set their sights on a new breed of super consumers: The Young Urban Professionals, labeled "Yuppies" Yuppies had good jobs with high incomes but few responsibilities because they had put off having children. They sunk their spare cash-plus the credit that banks were eager to give them... into status symbol like expensive stereos foreign cars, particularly sporty Saabs and BMWs. They dressed in designer clothes, wore Rolex watches and vacationed on exotic islands. Because they didn't have to worry about school systems and were to busy for long comets they bought lofts in the cities and installed elaborate kitchens that they rarely got around to using.* (Газета «English» № 41, 1—7 nov 2004;27)

Эксплицитно выраженная эмоционально-оценочная характеристика НВ «Yuppie» приобретает в данном контексте отрицательно эмоционально-оценочный смысл. Иронический смысл данного высказывания создаётся за счёт построения текста по принципу антитезы, создающий контраст между положительными характеристиками данной социальной группы, эксплицитные выражениями (super, good, high, expensive, elaborate) и имплицитно выражениями характеристиками данной социальной группы (designer, Rolex, exotic, foreign, sporty, BMWs) и совершенными ими поступками (few responsibilities, put off having children, didn't have to worry about school system. Rarely got around to using)

Лингвисты, занимающиеся изучением языковых единиц цветообозначения, пришли к выводу, что ходя цветовое восприятие, имеет одинаковую природу для всех людей (так как концепты цвета связаны с определенными «универсальными элементами человеческого опыта»), языковая концептуализация воспринимаемых ощущений различна в разных культурах. Особенно ярко эти несоответствия проявляются при рассмотрении цветового компонента в номинациях человека (под единицей номинации (номинантом) в данной статье будут пониматься «коннотативно осложненные лексические единицы, называющие человека по каким-либо признакам, качествам,

свойствам» [Катермина 2004, с. 4]). Наименование лица, как свидетельствует анализ его семантики и функционирования, занимает особое положение в системе языка, поскольку оно номинирует субъект языкового общения [Катермина, 2011, с. 3].

Цвет выступает одной из основных категорий культуры, «фиксирующих уникальную информацию о колорите окружающей природы, своеобразии исторического пути народа, взаимодействии различных этнических традиций, особенностях художественного видения мира» [Жаркынбекова, 1999, с. 109]. Поскольку цвет является компонентом культуры, то он окружен системой ассоциаций, смысловых значений, толкований, цвет становится воплощением разнообразных нравственно-эстетических ценностей. Кроме того, цвет может служить «своеобразной моделью развития, отображающей пути формирования, освоения, закрепления в культурной памяти не только общих, но и национально окрашенных культурно-значимых концептов» [там же, с. 109]. В цвете может выражаться отношение человека к явлениям окружающей природы. Цвет выступает в качестве содержательного элемента культуры, с помощью которого можно охарактеризовать, систематизировать предметы, социальные установки и нравственно-эстетические понятия.

При всем разнообразии путей и форм изменения словарного состава языка в качестве основного процесса в развитии лексики лингвисты называют процесс неологизации как отражающий общее поступательное движение языка.

Как свидетельствует изучаемый материал, сочетание цветового прилагательного с предметами одежды главным образом называет человека по его **профессиональной принадлежности**:

black hat — someone who engages in criminal activity on the Internet, such as an illegal hacker;

white hat — a former computer hacker now working legally, who is employed by companies to test their computer security systems by trying to hack into them;

scarlet-collar worker — a woman who owns or operates an Internet pornographic site;

dirty-white-collar — Relating to a corrupt, seedy, or criminal businessperson

В данных примерах можно проследить символику черного и белого цветов. Так, черный цвет является **олицетворением зла** (ср. использование в дефиниции неологизма black hat оценочных пейоративных лексем: criminal — relating to illegal acts; illegal — not allowed by the law).

Белый цвет — это символ **благородства и порядочности**. Недаром неологизм white hat обозначает «бывшего» компьютерного хакера, который в данное время работает легально.

Тем не менее, коннотация данного цвета может изменяться и получать отрицательное значение в силу добавления негативного компонента dirty (ср. dirty — using dishonest or unfair methods), что реализуется в дефиниции нового слова dirty-white collar при помощи лексем corrupt

и seedy (corrupt — doing dishonest, illegal, or immoral things in order to gain money or power; seedy — connected with activities that are illegal or morally wrong, and often looking dirty or unpleasant), а также примерами из публицистического дискурса:

Now in dirty-white-collar cases like these, two charges naturally arise: misuse of public funds and grand theft. They're the two sides of the same stolen coin.

— Logan Jenkins, «Slap on wrist seems par for the course in Longanbach saga,» The San Diego Union-Tribune, March 2, 2002.

Интересным, на наш взгляд, является использование алого цвета, семантика которого несет отрицательную коннотацию (scarlet — Immoral, especially promiscuous or unchaste). Неудивительным, поэтому, является и тот факт, что в дефиниции неологизма scarlet-collar worker можно выделить гендерную сему — именно женщина является тем служащим, о котором идет речь.

Мы считаем, что данная единица была образована по аналогии с названием известного произведения Натаниэля Готорна «Алая буква» (Nathaniel Hawthorne «The Scarlet Letter»):

'Scarlet collar' workers are the feminists of the modern age, say psychologists, free from coercion and the dangers of the traditional, male-dominated business. In the past two years they have moved away from traditional activities such as prostitution and lap dancing to become the majority of cyberporn owners» — Cherry Norton, «Women Take Control of CyberPorn,» The Independent, August 6, 2000.

Достаточно широкое значение получил среди английских неологизмов, номинирующих человека, серый цвет. В данном контексте он обозначает **возраст человека**:

grey surfer — an older person who possibly grew up without computers but has embraced the technology and now happily surfs the internet;

gray matter — older, experienced executives hired by start-up firms in an effort to make the firms appear more established;

Таким образом, исследование языковых явлений во взаимосвязи с сознанием, мышлением, духовной жизнью человека, национальной психологией, историей и культурой позволяет по-новому представить наиболее значимые фрагменты языковой картины мира. Одним из таких фрагментов служит рассмотрение образа человека в системе цветовых номинаций XXI в. Осуществление этой задачи — практический вклад в развитие антропоцентрического подхода к изучению языка.

Выводы: 1) Возрастные и социальные характеристики НВ являются тесно взаимосвязанными и взаимообусловленными НВ являются социально маркированными языковыми единицами 2) Социальные характеристики НВ получают как эксплицитные, так и имплицитные выражение в английском языке. Эксплицитные социальные характеристики НВ дефинициях. Имплицитный смысл социальной обусловленности НВ выявлен с помощью многоступенчатого дефиниционного анализа, а также ме-



тода ассоциативного поля; 3) Семантико-стилистический анализ социально обусловленных единиц показал, что НВ отрицательной направленности. Отрицательная оценка в социально обусловленных НВ различного рода трансформации контекстно-ситуативными условиями которые проходят в стилистические актуализации НВ обусловлена трансформациями типа: усиление стилистического смысла

НВ; изменение стилистического смысла НВ по принципу оппозиции положительно оценочный смысл отрицательно оценочный смысл. Семантико-стилистическая модификация НВ обусловлена семантико-стилистическим переосмыслением НВ обусловленным приращением индуцированием дополнительных стилистических и социально обусловленных сем.

#### Литература:

1. Имамов, Э. З. Паттахов. М Информационные технологии.-Ташкент Молия-2002.135
2. Марахимов, А. Р., Рахманкулова С. И интернет ва ундан фойдаланиш асослари.-Тошкент 2001 176 бет

## Собственные имена в «Авесте»

Тиллаева Миясар Ботировна, кандидат филологических наук, доцент;  
Курбанова Саида Бекчановна, кандидат филологических наук, старший преподаватель  
Ургенчский государственный университет имени Аль-Хорезми (Узбекистан)

*В статье исследуется ономастика «Авесты», компоненты и элементы отдельных топонимов, встречающихся в настоящее время в Хорезме.*

**Ключевые слова:** «Авеста», топонимика, ономастика, Хорезм, мифология, этнография.

Как отмечают многие авестоведы в своих исследованиях, территорией создания «Авесты» является древний Туран, в частности, Хорезмский оазис. Э. Захау в своем произведении «Об истории и хронологии Хорезма» (1873) относительно топонима «Кайризао», встречающегося в тексте «Авесты», отмечает, что это в действительности Хорезм, и он имеет значение «кайри» — продовольствие, «зао — земля, то есть страна, изобилующая продовольствием» [2]. Тот факт, что «Авесту» пророк Зороастр написал в Хорезме, отмечал и С. П. Толстов [12]. Мэри Бойс также констатирует появление книги «Авесты» на территории древнего Хорезма. И. Жаббаров и Г. Дресвянская также попытались посредством этнографических материалов обосновать то обстоятельство, что родиной зороастризма является Средняя Азия, в частности, Хорезм [10]. А. Ахмедов, анализируя суждения, касающиеся способа управления государством, приведенном в «Авесте», подтверждает наличие многочисленных свидетельств о появлении данного произведения в Хорезме и пишет, в этой связи, следующее: «1. Книга написана на хорезмийском языке и письменности. 2. Наличие в Хорезме топонимов, связанных с религиозными воззрениями огнепоклонников» [3]. Ш. Бекчанов, говоря о создании «Авесты» на территории Хорезма, приводит в этой связи суждения В. Бартольда, Б. Гафурова и пишет следующее: «Это подтверждают и вещи, найденные в Хакка-кале, Койкрылган-кале, Джанбас-кале, Тупрак-кале, Аёз-кале, храмы, места, где постоянно горел священный огонь» [5]. Отдельные исследователи приходят к категоричному заключению, что основатель религии зороастризма Спитама

(в значении «погонщик верблюдов») был родом из Хорезма. Поскольку одной из 16 стран, созданных Ахурамаздой, являлась Арийанам Вайжа («страна Ариев»), которую Маркварт, В. Бартольд, а затем Гамашек, Гейгер, Герцфельд, Андриас, Тари и другие считали Хорезмом. В состав Арийанам Вайжа (Большой Хорезм) входили Пураата (Парфия), Гава (Согдиана), Моуру — Мервский оазис и Хорезм [9].

Некоторые суждения относительно ономастики «Авесты» и ее отношения к топонимам Хорезма встречаются в книге Исо Жаббарова «Государство великих хорезмшахов». По его мнению, сведения древнегреческого ученого Страбона о массагетах Приаралья относятся к народам, проживавшим в Хорезме. Помимо этого, изображенные в «Авесте» «море Вурукарта» и обильный естественными водами «Край великих озер», в действительности также о Хорезме [7]. Ученый соглашается с приведенной во многих книгах мыслью о том, что «Арийанам Вайжа» из «Авесты» — это Хорезм, и приходит к выводу о том, что Кангюй из китайских летописей, край Кангха из «Авесты» также определяют Хорезм [7].

Таким образом, поскольку создание «Авесты» на территории древнего Хорезма признано многими исследователями, древний Хорезм, население современного Хорезма имеет полное право рассматривать данный неповторимый письменный источник как свое историко-культурное, духовно-просветительское наследие. Данное наследие можно обосновать археологическими, этнографическими, религиозно-философскими, историческими, лексикографическими, фольклорными, а также лингви-

стическими сведениями. Мы в этой связи хотим остановиться на аспекте вопроса, имеющем отношение к языку, и рассмотреть его на основе *ономастического материала*.

Доминирование ономастического материала над другими сведениями объясняется тем, что имена собственные переходят из одного текста в другой без перевода, характеризуются устойчивой структурой, подвержены несущественным изменениям, вбирают в себя исторические, мифологические, этнографические, географические, общественное содержание и сюжеты, а также переносят их из одного века в другой, от одного поколения к другому. Исходя из этих воззрений, мы имеем полное право сказать, что при определении языкового наследия одним из самых надежных источников является использование материалов собственных имен. Опираясь на данное обстоятельство, ограничимся отдельными суждениями относительно связи ономастики «Авесты» с территорией Хорезма и его ономастикой. А расширенный анализ проблемы требует отдельного специального исследования.

**Во-первых**, в тексте «Авесты» встречаются такие наименования, которые на территории современного Хорезма имеются в наличии (с определенными фонетическими изменениями и по настоящий день. В частности, топоним Хорезм встречается в «Авесте» в форме Hvairizem. Его наименование по-вавилонски Numartī (Numarizma), по-эламски Maḡa (Maḡazmis), по-арабски Xwāḡ (Xwarizm), а в источниках, найденных в Хорезме встречается в форме Xwḡ (Xwḡrzm). Относительно этимологии данного топонима существуют различные суждения и в качестве его новейшей интерпретации можно привести мнение академика А. Мухаммеджанова [11].

Наименование из «Авесты» в виде Моуру имеет отношение к нынешнему Мары, к городу Мерву. Данный топоним в древности в различных языках встречался в формах Maḡv, Maḡru, Maḡvies, Maḡru, Maḡyos. Отдельные исследователи считают территорию, определяемую данным топонимом, одним из созданных — Ахурамаздой оазисов.

В Хорезме встречаются имена Асфандиёр, Испандиёр // Исфандиёр. Данное имя присутствует и в «Авесте» в виде Спандудета. Данное имя в некоторых языках имеет проявления Спандот || Спандиёт, Спандармоз. Исследователи трактуют данное имя в значениях «чистый ум, творец разума» или «спакта» — добродетельный. «Асфандиёр, Asfandiyog — дар священного духа, то есть божий дар или испанд — от наименования лекарственного растения (садаф)» [4].

**Во-вторых**, нынешнее наименование объекта и его название в «Авесте» не соответствует по форме, они совершенно разные именованья. Однако объект или территория, определяемые данными топонимами, имеют отношение к Хорезму. В таких случаях можно считать, что авестийское наименование объекта связано с исторической ономастикой древнего Хорезма. В качестве примера можно привести наименования Амударьи. Встречаю-

щиеся в «Авесте» ее наименования да Ранга // Арангха // Аранг // Ранха // Аранхта // Аранха // Аракс считаются исследователями, имеющими отношение к нынешней Амударье. Об этом писали многие ученые, в частности, С.П. Толстов, В.В. Бартольд, Я. Гулямов, Г.П. Снесарев и другие. Истинность данных предположений ученых была подтверждена в последние годы посредством обстоятельного анализа в целом ряде статей М. Джураева этнографии, мифологии, религиозных представлений Хорезма, а также ономастических материалов [6].

«По нашему мнению, культ Ардвиссура Анахиты, будучи непосредственно связанным с культом Амударьи, в «Авесте» река, проявляющаяся в качестве символа этой прекрасной богини, названа «Ранха». Согласно этому, топоним Аранха // Аранг, являющийся авестийским термином Амударьи, получил широкое распространение топоними во времена обожествления культа данной древней реки. Арангх // Аранг представляли в качестве мифологического символа изобилия, благополучия, зажиточности. Аранха // Аранг является одним из традиционных образов мифологии древнего Хорезма. На основе последовательного развития мифических представлений о нем и многовековой эволюции сформировался культ **Аранжа бобо** [8].

**В-третьих**, наименование, встречающееся в «Авесте», ныне отсутствует в ономастике Хорезма, однако мифологические сюжеты, этнографические и фольклорные материалы, имеющие отношение к Хорезму подтверждают принадлежность объекта, определяемого данным наименованием, к Хорезму. Следовательно, древний мотив, послуживший основой для топонима, в конечном счете само имя собственное имеет отношение к данному краю. Научный анализ, встречающийся в трудах С.П. Толстова, Я. Гулямова, И. Жаббарова, Г.П. Снесарева, М. Джураева, показывает возможность подтверждения на основе мифологии и фольклорных материалов населения Хорезма генетических, мифологических корней топонимов, наименований целого ряда образов из «Авесты».

**В-четвертых**, компоненты или элементы в структуре отдельных топонимов, встречающихся в настоящее время в Хорезме, имеют место и в языке «Авесты» и они служат для связи имени собственного с древнейшей топонимической системой. В частности, по мнению М. Джураева, наименование «Аран» в культе воды Аранжа бобо на самом деле представляет собой проявление формы Аранг [6]. Имя любимой дочери Ахурамазды Ардвисуры (Анахиты) имеет значения Ардвис — *вода*, Сура — *разлив*. Аффикс *ar* // *ur* из его структуры имеет отношение к слову *арна*, которое в Хорезме имеет значение *большой арык, канал*: наподобие *Киличарна, Мангитарна, Шовотарна*. В «Авесте» встречается и слово *ēn*, имеющее значение *вода, канал*. Данный компонент в Хорезме встречается в структуре гидронимов Полвонёп, Хонёп и других [1].

**В-пятых**, в «Авесте» встречаются и такие имена собственные, по которым трудно определить наименованием какого объекта или территории они являются. Например,

Ванхви, Датъё, Датия, Данти, Рахна (их отдельные исследователи считают наименованием Амударьи), Зарнумат, Хаэтумант, Хвастра, Фрадата, Хваспа, Хварнахвват, Витанхуат, Фраздан (названия рек), Чайчас, Ворукаш, Кансава (озёра), Харати, Зардаз, Ушида, Эрзиф, Эразур, Раодита, Мазишва, Эрзиш, Ватигайс, Адарана, Хаманкун, Вашан, Видван (горы) и наименования других территорий. Об объектах, определяемых данными топонимами, существуют различные мнения. В связи с тем обстоятельством, что «Авеста» была создана в Хорезме, определенная часть

таких наименований имеют ныне отношение к нефункциональному (мертвому) пласту исторической ономастики древнего Хорезма. Это могут показать предстоящие исследования в данной области.

Разумеется, не все имена собственные, встречающиеся в «Авесте», имеют отношение к ономастике Хорезма. Их определенная часть является наименованием объектов, находящихся за пределами древнего Хорезма. Данная проблема требует специального и обстоятельного исследования.

### Литература:

1. Абдуллаев, Х. «Авеста» и фольклор Хорезма // История Узбекистана, 2004, — № 3; Рузимбаев С. Культ воды в народных песнях Хорезма // Филологические исследования. — Ташкент, 2002; Дусимов З. Авестийские элементы в системе ономастики Хорезма // Филологические исследования. — Ташкент, 2002.
2. Абдураимов, Н., Эгамбердиева Н. Жаннатмаконда яратилган асар // Фан ва турмуш, 2001, — № 4.
3. Ахмедов, А. Способ управления государством в «Авесте»/«Авесто» — буюк комусий асар. — Ташкент, 2001.
4. Бегматов, Э. Значение узбекских имен. — Ташкент, 1998; ДЖУРАЕВ М. О древнейших корнях культа Аранжа бобо // Филологические исследования. — Ташкент, 2002.
5. Бекчанов, Ш. «Авеста» — священная книга религии зороастризма/«Авесто» — буюк комусий асар. — Ташкент, 2001.
6. Жаббаров, И. Государство великих хорезмшахов. — Ташкент, 1999.
7. Джураев, М. О древнейших корнях культа Аранжа бобо // Филологические исследования. — Ташкент, 2002.
8. Жўраев, М., Шомусаров Ш. Ўзбек мифологияси ва араб фольклори. — Тошкент, 2002.
9. Матниязов, М. Когда и кем создана «Авеста»?/«Авесто» — буюк комусий асар. — Ташкент, 2001.
10. Мэри Бойс. Зороастрийцы. Верования и обычаи. — М, 1988.
11. Мухаммеджанов, А. Этимология топонима «Хорезм» // Узбекский язык и литература, 2005. — № 6.
12. Толстов, С. П. В поисках культуры Древнего Хорезма. — Ташкент, 1964.

## Structural-semantic peculiarities of coordinate phrases in modern linguistics (on materials of the English and Uzbek languages)

Тоштемиров Элёр Нуралиевич, ассистент;  
Абдужабборовна Шохиста Адилжонова, ассистент  
Андижанский государственный университет (Узбекистан)

In modern linguistics coordinate phrases consist of two or more syntactically equivalent units joined in a cluster which functions as a single unit. The units so joined may be any of the parts of speech or more complex structures taking part in grammatical organisation. The joining may be accomplished by word order and prosody alone, or with the help of conjunctions in both English and Uzbek, e. g.: girls and boys, pins and needles, sooner or later, now and then; qizlar va bolalar, to'g'nag'ich va igna, erta yoki kech, hozi yoki keyin, etc. Predicative phrases are such structures in which the syntactic functions of the component parts differ from the function of the phrase, as a whole, e. g.: the lesson over, circumstances permitting, this done, for them to come, on him to do; tugagan dars, imkon beruvchi holatlar, bu bajarilgan ish, ularni kelishi uchun, uni bajarishi uchun, etc. Coordinate phrase is also called coordinate phrase structure or

coordinate phrase construction. In Uzbek we can say it as «qismlari teng bog'langan birlikmalar».

In a coordinate phrase all the component parts are identical in their syntactic value. In terms of their grammatical organisation, phrases of this type may be subdivided into two groups: syndetic and asyndetic.

**Syndetic Coordinate Phrases** (Teng bog'lovchilar yordamida bog'langan birlikmalar). As to professor G. M. Khashimov coordinate phrases structurally are of the type:

1) asyndetic coordinate phrases and 2) syndetic coordinate phrases

a) Syndetic coordinate phrases (simple syndetic coordinate phrases):

harsh and loud

precious but remote

the content and as well as the main idea  
everything but a piece of bread  
nothing but her book  
everybody but him

b) Relative syndetic phrases

both the book and the notebook

either...or; either he or we must live here

neither... nor; neither he nor his brother

now,...now; now with the boy now with the old man

not...only...but; not only he but we

2) Asyndetic coordinate phrases are divided into:

a) copulative asyndetic phrases and b) appositive asyndetic phrases

— copulative asyndetic phrases (word order and intonation is important here):

his great, shining eyes

warm, pleasant spring weather

(insertion of «and» is possible)

clean, handsome, well dressed and sympathetic man.

— appositive asyndetic phrases

King Lear the young Man Edgar

president Reagan Lir, the speaker's daughter

professor Nelson the city of London

you boys he himself

you young people it itself

Bill the dean's boy we ourselves

John the Baptist they both

A coordinate phrase functions as a noun, verb, adverb, adjective or preposition in a sentence. The function of a coordinate phrase depends on its construction (words it contains). On the basis of their functions and constructions, coordinate phrases are divided into various types in English:

coordinate noun phrase — qismlari teng bog'langan otli so'z birikmalari;

coordinate verb phrase — qismlari teng bog'langan fe'lli so'z birikmalari;

coordinate adverb phrase — qismlari teng bog'langan ravish so'z birikmalari;

coordinate adjective phrase — qismlari teng bog'langan sifat so'z birikmalari;

coordinate appositive phrase — qismlari teng bog'langan izohlovchi so'z birikmalari;

coordinate prepositional phrase — qismlari teng bog'langan predlogli so'z birikmalari;

coordinate infinite phrase — qismlari teng bog'langan infinitiv so'z birikmalari;

coordinate participle phrase — qismlari teng bog'langan sifatdoshli otli so'z birikmalari;

coordinate gerund phrase — qismlari teng bog'langan gerundiyl so'z birikmalari.

In Uzbek coordinate phrases are divided into various types on the basis of their functions and constructions:

qismlari teng bog'langan otli so'z birikmalari — coordinate noun phrase

qismlari teng bog'langan fe'lli so'z birikmalari — coordinate verb phrase

qismlari teng bog'langan ravish so'z birikmalari — coordinate adverb phrase

qismlari teng bog'langan sifat so'z birikmalari — coordinate adjective phrase

qismlari teng bog'langan izohlovchi so'z birikmalari — coordinate appositive phrase

qismlari teng bog'langan ravishdosh so'z birikmalari — coordinate gerund phrase

qismlari teng bog'langan sifatdoshli so'z birikmalari — coordinate participle phrase

A coordinate noun phrase in English and Uzbek consists of two or more nouns and other related words (usually modifiers and determiners) which modify the nouns. It functions like a noun in a sentence.

A Coordinate Noun Phrase = noun + modifiers (the modifiers can be after or before noun). Examples: He is wearing a nice red shirt and a pretty black eyeglasses. (as noun/object)

U qizil ko'ylak va oq shim kiyib olgan edi (as noun/object).

In English a prepositional coordinate phrase consists of a preposition, object of preposition (noun or pronoun) and may also consist of other modifiers.

e. g. on a table or on a desk, near a wall or besides the door, in the room as well in the hall, at the door and near window, under the tree or on the wall, etc. In Uzbek we use different cases of nouns instead of prepositions. For example, the dative (jo'nalish) and locative (o'rin-joy) cases are used to express the infinitive.

Examples: Boys on the roof and on the hill are singing a song. (As adjective)

Tomda va tepalikda turgan bolalar qo'shiq kuylashmoqda.

A coordinate adjective phrase is a group of words that functions like an adjective in a sentence. It consists of adjectives, modifier and any word that modifies a noun or pronoun. Examples: He is wearing a nice red shirt as well as beautiful black trousers. (modifies shirt and trousers)

U ajoyib qizil ko'ylak va chiroyli qora shim kiyib olgan.

The girl with brown hair and with blue eyes is singing a song. (modifies girl)

Coordinate prepositional phrases and participle phrases also function as adjectives so we can also call them coordinate adjective phrases when they function as adjective. In the above sentence «The girl with brown hair and with blue eyes is singing a song», the phrases «with brown hair» and «with blue eyes» are prepositional phrase but they function as an adjective.

A coordinate adverb phrase is a group of words that functions as an adverb in a sentence. It consists of two or more adverbs or other words (preposition, noun, verb, modifiers) that make a group with works like an adverb in a sentence and they are introduced by the coordinate conjunctions. Examples: He always behaves in a good manner and with the utmost propriety. (modifies verb behave) U har doim o'zini yaxshi hulqli va o'ta ahloqli tutadi.

A coordinate infinitive phrase consist of two or more infinitives (to + simple form of verb) and modifiers or other words associated to the infinitive. A coordinate infinitive phrase al-



ways functions as an adjective, adverb or a noun in a sentence. In Uzbek we «ravishdosh» in this case. Examples: He likes both to read books and to sing songs. (As noun/object)

U ham kitob o'qishni, ham qo'shiq kuylashni yaxshi ko'radi.

A coordinate gerund phrase consists of two or more gerunds (verb + **ing**) and modifiers or other words associated with the gerund. Coordinate gerund phrases act as a noun in a sentence and are introduced by the different coordinating or correlating conjunctions. In Uzbek we «ravishdosh» for the substitution of a coordinate gerund phrase. Examples:

I like writing a good poem and composing a piece of music. (As noun/object) Men yaxshi she'r yozish va musiqa asar bastalashni yaxshi ko'raman.

A coordinate participle phrase consists of two or more coordinated present participles (verb + **ing**), past participles

(verb ending in **-ed** or other form in case of irregular verbs) and modifiers or other associate words. It always acts as an adjective in a sentence. In Uzbek we use «sifatdosh» to form a coordinate participle phrase.

Examples: The kids, making a noise and weeping a loud, need food. (modifies kids)

Shovqin solayotgan va qattiq yig'zyotgan bolalarga ovqat kerak.

A coordinate absolute phrase (also called nominative phrase) is a group of words including a noun or pronoun and a participle as well as any associated modifiers. A coordinate absolute phrase modifies (give information about) the entire sentence. Examples: He looks sad, his face both expressing worry and showing anger. U hafa, yuzida ham tashvich, ham g'azab aks etadi.

### References:

1. Бурлакова, В.В. Основы структуры словосочетания в современном английском языке. — Ленинград, 1975.
2. Юрьева, Е.В. Английские субстантивно-субстантивные словосочетания в стиливой дифференциации языка: автореф. дис. канд. филол. наук 10.02.20/Е.В. Юрьева. — М., 2009
3. Гоффоров М. Инглиз тили грамматикаси. — Тошкент: «ТУРОН-ИҚБОЛ», 2006 йил
4. Хошимов Ф.М. «Lectures on the theory of Modern English». — Андижан, 2010
5. Bloomfield L. Language. — New York, 1969

## Научно-технические термины на русском и английском языках

Хиз Ксения Александровна, студент

Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

Научно-технические термины русского языка образуются тремя способами: при помощи собственных средств языка, калькирования и заимствования из интернациональных языков. Так как основную часть данных терминов составляют кальки и заимствования, то в данной статье мы рассмотрим научные термины русского языка, калькированные и заимствованные из английского языка.

Заимствованный из французского языка термин «калька» утвердился в русской лингвистической литературе во второй половине XIX в. На сегодняшний день в общем языкознании достигнуты определенные результаты в изучении проблемы калькирования. Большое значение в этой области языкознания имеют работы советских лингвистов: Н.В. Шанского (1968), А.А. Реформатского (1965), Л.П. Ефремова (1974), И.К. Белодеда (1969). В их исследованиях изложено много ценного о кальках и проблемах калькирования. Большое значение имеют диссертационные работы Л.А. Понмаренко (1965), К. Фленкенштейна (1967), А.К. Палия (1980) и др.

В лингвистической литературе кальки классифицируют по-разному. Многие языковеды употребляют термин *структурно-семантические* (словообразовательные) кальки и *семантические* кальки [4, с. 102].

*Словообразовательные* или *структурно-семантические* кальки — это слова, возникшие в результате перевода морфологических частей русского слова на татарский язык. Они делятся на несколько видов: 1. Кальки, образованные морфологическим путем. В данном случае путем калькирования образуются производные термины: heater — нагреватель, burner — горелка, condenser — конденсатор, recorder — регистратор. 2. Второй тип словообразовательных калек — это образование сложных терминов путем калькирования, по-другому — словосложение. Такие кальки широко используются в научно-технической терминологии. (absorbability, backbone, cablebreak, cablesip, cageway)

Структурно-семантические кальки бывают *полными* и *неполными*. Поморфемно переведенные и точно отражающие значения и форму оригинала кальки являются *полными* кальками (антидуант — dummy dee; расщепление — decomposition; ребро — link; регистратор — monitor; резец — cutter, cutting tool; сгорание — combustion; сгусток — bunch, bundle, cluster; разбегание — recession; скос — angularity; термоотверждение — cure, curing; тождество — identity; тушитель — quencher, quenching agent; указатель — indicator, pointer;

уменьшение — decrease, reduction; упаковка — packing, packaging;)

За основу построения полных калек берется принцип конструирования калки из собственного языкового материала.

Одной из разновидностей структурно-семантических калек являются *неполные калки (полукальки)*. За основу классификации построения неполных калек берется принцип конструирования калки из собственного и заимствованного лексического материала: гиперплоскость — hyperplane, гипераромат — hyperflavor, гипервихрь — hypervortex; радиоотражения — radio reflections, радиопомехи — radio interference, радиоприёмник — radio receiver, радиопротиводействие — radio countermeasures; термозонд — thermoprobe, термоизоляция — thermal insulation, термосинтез — thermofusion;

Весьма продуктивными являются полукальки, у которых в качестве первого компонента выступают интернациональные блоки: *авто-, анти-, макро-, микро-, ультра-*: автопроводимость — autoconduction, автоускорение — autoacceleration, автоподстройка — autoacquisition, автоматизировать — automate; антиводород — antihydrogen, антиаромат — anti flavor, антивещество — antimatter, антивихрь — anti-vortex, антигруппировка — antibunching, антизатухание — antidumping, антимир — antiworld, антилуна — antiselena, антизвезда — antistar; макроэлемент — macrocell, макротрещина — macrocrack, макроопределение — macrodefinition, макропрограммирование — macrocoding, макроопределение — macrodeclaration; микродобавка — microaddition, микронеровность — microasperity, микросборка — microassembly; ультразвук — ultrasonics, ультрамикровесы — ultramicrobalance, ультрамикроскоп — ultramicroscope, ультрамикроскопия — ultramicroscopy, ультрафильтрация — ultrafiltration, ультрафиолет — ultraviolet radiation, [1, с. 1–1000].

Среди русских полукалек большое место занимают составные слова, состоящие из цельнооформленных единиц: анодные лучи, атмосферное давление, барометрическое давление, катодные лучи.

Еще одну группу полукалек составляют парные слова, первым компонентом которых является интернацио-

нальное слово: *ампер-час, бета-лучи, альфа-частица, антилямбда-гиперон, антикси-частица, гамма-излучение*. Заимствование является одним из самых продуктивных способов терминообразования. Особенно это касается научно-технических терминов, которые в большинстве своем состоят из иностранных слов, так как наука является интернациональной. Терминология физики русского языка также обогатилась новыми терминами благодаря заимствованиям из европейских языков.

Проблеме заимствования уделяли внимание многие ученые, в их числе Г. Пауль, Л. П. Крысин, Д. С. Лотте и др. Последний в своем труде поделит заимствования на три вида: 1) Оригинальные заимствования; 2) Термины, состоящие из заимствуемых или уже заимствованных элементов; 3) Переводные заимствования [7, с. 10–13].

В данной статье мы будем рассматривать термины, заимствованные из английского языка. антигиперон — antihyperon, антиавтодуальность — anti — self — duality, антианод — antianode, антиапекс — antiapex, антибарион — antibaryon, антивертекс — antivertex, антигелий — antihelium, антигены — antigens, антигравитация — antigravitation, антидейтерий — antideuterium, антидейтрон — antideuteron, антиизоморфизм — anti-isomorphism, антикатализатор — anticatalyst; гипоцентр — hypocenter, гипоциклоида — hypocycloid, гипохромный — hypochromic, гипотермия — hypothermia; графитизация — graphitization, графостатика — graphic statics, графоэпитаксия — graphoepitaxy; идентификатор — identifier, идентификация — identification, идентифицировать — identify, идентифицируемый — identifiable; идиоморфизм — idiomorphism, идиостатический — idiostatic, идиохроматический — idiochromatic; [8, с. 12–550]

Калькирование являет собой создание нового слова для передачи лексики, не имеющей соответствия в языке перевода, таким образом, что составные части слова или словосочетания заменяются прямыми соответствиями на языке перевода. Калькирование есть воспроизведение комбинаторного состава слова или словосочетания, когда составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка [6, с. 88].

#### Литература:

1. Баринов, С. М., Борковский А. Б., Владимиров В. А. и др.
2. Большой англо-русский политехнический словарь — 1000 с.
3. Гарифуллина, Р. В. Физико-математическая терминология в русском языке: лексико-семантический, словообразовательный и функциональный аспекты: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2009. — 26 с.
4. Голанова, Е. И. Имена существительные с приставкой анти- в современном русском языке // Русский язык в школе. — 1965. — № 6. — с. 61–64.
5. Ефремов, Л. П. Калькирование — как одна из причин возникновения лексической омонимии. — Алма-Ата, 1974. — 191 с.
6. Ефремов, Л. П. Сущность лексического заимствования и основные признаки освоения заимствованных слов. — Алма-Ата, 1958. — 288 с.
7. Казакова, Т. А. Практические основы перевода. СПб.: Союз, 2000—320 с

8. Лотте, Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. — Москва: Наука, 1982. — с. 98.
9. Новиков, В. Д. Русско-английский физический словарь. — М.: РУССО, 2000. — 926 с.

## Продуктивность генетически не связанных лексических омонимов с тропным (переносным) значением в английском языке

Худжаева Рано Муталибжановна, научный соискатель  
Узбекский государственный университет мировых языков (г. Ташкент)

Продуктивность тропа — это критерий семантической продуктивности, определяющий уровень употребления лексических омонимов в переносном значении. При этом имеется в виду участие при образовании слова переноса значения на основе генетически не связанных лексических омонимов, в частности, такие факторы, как метафора, метонимия, синекдоха, однофункциональность и аллегория.

Термин «троп» в лингвистике мы можем встретить в трудах О. Ахмановой. Она дает следующее определение: «Троп — стилистический перенос названия, употребление слова в переносном (не прямом) его смысле в целях достижения большей художественной выразительности» [1].

В английском языке тропная продуктивность генетически не связанных лексических омонимов связана с их свойством переноса значения. Обычно лексическое значение развивается путем переноса на предмет, значение и движение [2]. Природу, сущность подобного переноса определяют семантические закономерности каждого отдельно взятого языка. Если рассмотреть это на примере английского и русского языков, данное мнение найдет свое доказательство на практике.

Степень тропной продуктивности в английском языке можно наблюдать на следующих примерах: второй омоним **asp**<sub>2</sub> омонимического ряда **asp**, который относится к этимологической группе «OE/LATIN», в художественной речи (в значении «дерево») употребляется в переносном значении (метафора) для создания образа. При этом дрожь дерева уподобляется душевному состоянию человека. Омоним **asp**<sub>2</sub> в этом этимологическом ряду входит в ряд омонимов, имеющих низкую продуктивность, т. е. имеющих 2 или 1 тропных значений. Ввиду того, что в **asp**<sub>1</sub> вообще не наблюдается тропная продуктивность, мы отнесли данный омоним к омонимам, имеющим нулевую тропную продуктивность.

К следующему ряду мы можем отнести два омонима из омонимического ряда **bark** этимологической группы «SCAN/OE/OE». Например, вторая сема омонима **bark**<sub>2</sub> рассматривается как звук шума. Например: «the bark of a fox» («шум волны») в своем прямом значении (денотативном). На основании данной семы образовано вторичное, переносное значение. Это можно увидеть в выражении «the bark of a gun». При этом значение «шум

волны» находится в отношении однофункциональности со значением «звук ружейного выстрела». Шестое значение омонима **bark**<sub>1</sub> считается одним из признаков тропной продуктивности — фигуративным значением. Например, **bark**<sub>1</sub> — environment. Outer covering outside external part («окружающая среда»).

В ряд омонимов, имеющих среднюю продуктивность, т. е. 4 или 3 тропных значений, мы внесли омоним **BULL**<sub>1</sub>, который относится к языкам «OE/LAT/OF», этот омоним употребляется на основании метафоры («злой, гневный взгляд»). Это можно наблюдать в выражении «bull s eye». Такой вид переноса значения имеет значение «bull dog» («собака с крупной головой, очень коротким носом, сильными челюстями и короткой шерстью»). Это слово возникло на основании уподобления внешнего вида данного животного и вола. В омониме **BULL**<sub>3</sub> это обстоятельство не наблюдается. Омоним **BULL**<sub>2</sub> имеет низкую тропную продуктивность, т. к. нами обнаружен только один тропный признак. Например **BULL**<sub>2</sub> — bull — driver, bull — founder, one that issues bulls or edicts (perhaps with reference to founding or costing the leaden scales). Однако вышеприведенные значения в настоящее время уже вышли из употребления. Значит, омоним **BULL**<sub>1</sub> имеет более высокую тропную продуктивность относительно омонимов **BULL**<sub>3</sub> и **BULL**<sub>2</sub>.

Омоним **spring**<sub>1</sub> относится к омонимическому ряду **spring** этимологической группы «OE/OF». Этот омоним определен как имеющий шесть тропных помет. Например, один тропный признак, употребленный в фигуративном значении a young man a youth («юноша»), на данный момент вышел из употребления. Еще одно значение — a source of origin of something («начало чего-либо, какого-либо происшествия; источник возникновения»). В этих омонимах перенос значения возник на основании уподобления молодых людей весне. Значение a jet or spray of water («журчание воды или спрей») тоже является примером еще одной тропной продуктивности омонима **spring**<sub>1</sub>. У омонима **spring**<sub>2</sub> обнаружены три значения, имеющие тропную помету. Поэтому троповая продуктивность омонима **spring**<sub>1</sub> выше, чем у омонима **spring**<sub>2</sub>.

Конечно, существуют омонимы, не имеющие общих тропных признаков. Например, у омонимов **low**<sub>1</sub>, **low**<sub>3</sub>, **low**<sub>4</sub> и **low**<sub>5</sub> тропная эффективность практически не на-

блюдается, за исключением омонима low<sub>2</sub> из омонимического ряда low, относящегося к этимологической группе «OE/UNK/OF».

Подобное обстоятельство наблюдается и при анализе омонима bail. В этом омонимическом ряду только в омониме bail<sub>1</sub> относящемся к этимологической группе «OE/OF», присутствует тропное значение, прочие омонимы — bail<sub>2</sub>, bail<sub>3</sub>, bail<sub>4</sub> и bail<sub>5</sub> не имеют тропной продуктивности.

В омонимическом ряду bat, относящемся именно к этой этимологической группе, мы можем наблюдать наличие тропных значений. Три омонима, составляющие омонимический ряд bat, по тропной продуктивности являются

равновеликими, каждый имеет по одному переносному значению. Например, на основании семы омонима bat<sub>2</sub> («летучая мышь») посредством метафоры создано выражение «blind as a bat» («слепой, т.е. тот, кто вообще не видит»). BAT<sub>1</sub> — bat — shell, a species of volute, BAT<sub>3</sub> — as bat needle.

Следовательно, несмотря на то, что тропная продуктивность генетически не связанных лексических омонимов в английском языке является относительно низкой по сравнению с другими омонимическими рядами, научный анализ их переносных значений играет большую роль во всестороннем освоении процесса перевода омонимов.

#### Литература:

1. Ахманова, О. С (1969). Словарь лингвистических терминов, 2 изд. — Москва, Советская энциклопедия, стр. 481
2. Персиков, Л. С. Лексикология современного персидского языка. М. 1975. — с. 36.

## Социолингвистические аспекты эвфемии

Шарипова Феруза Негматуллоевна, преподаватель  
Бухарский инженерно-технологический институт (Узбекистан)

**Ключевые слова:** лингвокультурология, стилистическое значение, абстрагировать, Социологический аспект, камуфляж, социолингвистика, межличностное отношение, лингвопрагматика

**Key words:** cult urology, stylistic meaning, abstract, sociological aspect, camouflage, sociolinguistics, social linguistics, interpersonal skills, linguisticprogramm

Общая ориентация современного языкознания характеризуется переходом от изучения языка как формальной системы, абстрагированной от конкретных условий, к исследованию языка в ситуации «языка в действии». В связи с этим возникла необходимость в разработке новых подходов к рассмотрению языка как средства коммуникативного взаимодействия в широком социальном аспекте. Это стимулировало появление новых отраслей лингвистики, таких как: социолингвистика, лингвопрагматика, лингвокультурология и др.

«Социологический аспект изучения языков охватывает всю совокупность проблем, связанных с характеристикой всех языковых явлений, обусловленных развитием общества, с его воздействием на взаимодействие языков в целом и на взаимодействие языков в целом и на взаимодействие языковых элементов в функционировании каждого конкретного языка» (Deseriev, 1973)

Как известно изучение стилистической проблематики направлено не только на описание, но и интерпретацию употребления выразительных средств языка, что обуславливает обращение к более широкому внеязыковому контексту ситуации.

Как отмечает Л. Г Лузина «Распространение идей социолингвистики на изучение стилистических явлений имеет свое основание в том, что социолингвистика позволяет учесть социальные измерения языка, адекватно осмыслить тот факт, что человек является одновременно отдельной личностью, и членом определенного общества» (Лузина 2004, с105)

Связь социолингвистики и стилистики считают не только закономерной, но и перспективной (Беликов, Крысин 2001). Как показывает анализ специальной литературы, в качестве ключевых понятий социолингвистики рассматриваются такие, как языковой и речевой коллектив, языковая и речевая общность, комплекс ценностей, социально — коммуникативная система, статус, ролевые отношения, ролевые ожидания, социальная установка, система ценностей, социальные и индивидуальные характеристики, уместность и неуместность адресат и адресант и т.д. Большинство из перечисленных понятий например: такие, как статус, ролевые отношения, уместность с неуместность также являются ключевыми и для стилистики.

Л.Г. Лузина в своей статье отмечает, что стилистическое значение связано с интерпретацией уместности, не-



уместности выбора знака в различных условиях общения и обладает модальным статусом, выражая отношение говорящего к социальной сфере общения, к уместности или неуместности данного речевого события в данных социальных условиях. (Л. Г. Лузина 2004 с. 104)

Понятие уместности использования языка, в частности лексических единиц, в тех или иных типизированных ситуациях общения тесно связано с теорией социальных ролей, разработанной в социолингвистике и социопсихологии, где роль определяется как разные формы общественного поведения человека. Коммуникативная компетенция о ролевых отношениях коммуникантов поражает так называемые ролевые ожидания. В этой связи Дж. Ферс отмечает, что «разговор гораздо больше похож на заранее (в общих чертах) заданный ритуал: когда кто — то говорит с вами, вы находитесь в определенном контексте и не можете говорить все, что хотите». (1962, 90—20)

Следует отметить, что данное понятие является одним из важнейших в понимании процесса эвфемизации. Как отмечают ряд исследователей (Ларин, Москвин, Крысин, Босчаева), основной функцией эвфемизмов является соблюдение правил уместности речи. Слова и выражения должны быть уместны: 1) по отношению к теме речи и 2) по отношению к адресату речи и другим участникам общения, т. е. соответствовать ситуации, в которой происходит общение.

Следующим не менее важным вопросом нашего исследования является теория речевых актов, которая как известно, основана на знании значения языкового выражения, а именно знании значения языкового выражения, а именно знании правил его употребления (исследователей (Дж. Серль, Дж. Остин, П. Ф. Стросон, П. Грайс). Как пишет И. М. Кобозева «теория речевых актов — это логика — философское по исходным интересам и лингвистическое по результатам учение о строении элементарной единицы речевого общения — речевого акта понимаемого как актуализация предложения, причем речевое общение рассматривается как форма проявления преимущественно межличностных отношений в обществе.

В теории речевых актов наибольший интерес в нашем исследовании представляют косвенные речевые акты, они представляют собою стандартный способ косвенного выражения цели т. е. сохраняя свое основное назначение, еще используется и дополнительная функция (например, использование вежливых выражений). Речевые акты, в которых используются эвфемизмы, относятся к косвенным речевым актам, потому что использование эвфемизмов, является одним из способов косвенного выражения цели.

Небезынтересным в плане изучения эвфемизмов представляются также постулаты Грайса, в соответствии с которыми утверждается принцип кооперации — принцип, на котором строится успешный коммуникативный акт. Грайс выделяет постулаты эстетические, социальные и моральные, также например, как «Будь вежлив» (Grice, 1975, 41—58). Стремление с помощью эвфемизмов избе-

жать коммуникативного дискомфорта является частным случаем реализации этого постулата. Именно этот постулат вежливости стал основной предложенной в нашем исследовании классификации: дейксис вежливости, дейксис вуалирования, вейксис этикета и дейксис тональности

Эмоциональное воздействие стилистических примеров, и в частности эвфемизмов также является крайне интересным и требующим изучения вопросом. Речевое воздействие — это человеческое общение, взятое в определенном аспекте. И одновременно область исследования процессов воздействия людей друг на друга в ходе их общения.

Цель эмоционального воздействия состоит в формировании общего эмоционального настроения, мироощущения реципиента воздействия. Как известно, эмоции выступают как наиболее глубинные формы категоризации, определяющие общие контуры картины мира, они определяют возможные формы поведения субъекта, определяют направленность его в принятии решений.

Как показывает анализ языкового материала, одной из основных функций эвфемизмов является функция эмоционального воздействия, в котором можно выделить разновидности эмоционально оценочной константы: страх, признание, ирония.

В результате проведенного лингвистического обзора, можно сделать вывод о социальной значимости стилистически маркированных языковых единиц и в частности эвфемизмов, о релевантности понятия уместности. Неуместности, о релевантности прагматических постулатов Грайса при анализе этого СП, о направленности стилистически маркированных средств на эмоциональное воздействие.

Традиционной сферой, в которой активно употреблялись и употребляются эвфемистические средства выражения, считается дипломатия. Часто мелькающие сейчас на страницах печати и в эфире слова и обороты типа «определенные круги», «соответствующие инстанции» и т. п. родились именно в дипломатическом речевом обиходе. Совершенно очевидно, что те коммуникативные задачи, с которыми приходится иметь дело дипломатам и политикам, невозможно решить, используя лишь прямые номинации, обходясь без намеков, недоговоренностей, камуфляжа, то есть без всего того, для выражения чего и предназначены эвфемизмы. Отсюда вытекают и специфические цели.

На наш взгляд, основной целью, которая преследуется говорящими при использовании эвфемизмов, является стремление избегать коммуникативных конфликтов и неудач, не создавать у собеседника ощущения коммуникативного дискомфорта. Это соответствует одному из сформулированных Г. Грейсом постулатов — постулату вежливости: стремление с помощью эвфемизмов избежать коммуникативного дискомфорта. Эвфемизмы этого рода сравнения называют объектом, действием, свойством.

Более специфической является другая цель эвфемизмами: вуалированные, камуфляж. Эвфемистические средства, используемые для этой цели, весьма разнообразны.

В военном языке с давних пор употребляются обозначения, с помощью которых от противника скрывается подлинный смысл передаваемых сообщений, например, «хозяиство» в значении «воинская часть».

Также камуфлирующими являются эвфемизмы, которые используются для обозначения действий представителей государственной власти. Жизнь внутри структур власти должна скрываться от непосвященных, и поэтому сообщения о тех или иных событиях в этих сферах изобиловали и изобилуют весьма расплывчатыми оборотами как, например, «будут сделаны соответствующие выводы» или «для служебного пользования» (о секретных документах).

К камуфлирующим словам и выражениям прибегают в тех случаях, когда прямое обозначение объекта, действия, свойства, по мнению говорящего, может вызвать нежелательный общественный эффект, негативную реакцию массового адресата, осуждение. Таковы, например, словосочетания «либерализация цен», «освобождение цен», «упорядочение цен» в языке современной прессы, в речевой практике экономистов, представителей власти. В буквальном смысле эти сочетания могут прилагаться к любым ценам и любым процессам, происходящим с ценами: повышению, понижению, сохранению на том же уровне. Однако в действительности они обозначают рост цен, более высокие, чем прежде цены, но обозначают не напрямую, а вуалируя малопривлекательное для большинства людей явление.

В статье «Эвфемизмы как проявление политической корректности» Заварзина Н. Г. [Заварзина, Н. Г. 2006] отмечает, что наиболее часто эвфемистические обороты в современной речи и СМИ используются для обозначения:

1) органов власти и их деятельности.

Сюда относятся репрессивные действия власти: «задержать» вместо «арестовать», «применить санкции» — этот оборот употребляется в весьма неопределенном смысле: он может обозначать привлечение к уголовной ответственности, лишение свободы, экономическую или военную блокаду районов и целых государств.

Сюда же относятся характерные для недавнего времени обозначения мер партийного и административного

воздействия на людей: «предупредить», а так же политические эвфемистические обороты, например, «управляемая демократия» вместо «правление в соответствии с интересами правящей элиты» и др.;

2) военных действий и их участников.

В эту группу входят государственные и военные тайны и секреты, к числу которых относится производство оружия, определенных видов техники, социальный и численный состав учреждений (не только военных), профиль их работы и многое другое. Например, «разработка необычных видов оружия» (имеется в виду бактериологическое оружие), «нетрадиционные формы войны» (имеются в виду формы войны, направленные на полное уничтожение живой силы противника с сохранением его военной техники).

Деятельность армии, разведки, милиции и некоторых других органов власти, действия которых не должны быть «на виду».

3) экономических методов и их последователей.

Сюда относятся экономические и финансовые термины и словосочетания: «финансовая пирамида» вместо «финансовая афера» и т.п. Особенно большое распространение подобные эвфемистические обороты получили в годы так называемой «перестройки»;

4) различных национальных и социальных групп и отношений между ними.

Язык стремительно развивается, учитывая все требования, предъявляемые со стороны его носителей. И в настоящее время в связи с закреплением в общественном сознании идеологии политической корректности, активно развивается процесс образования эвфемизмов, которые получают широкое распространение в различных сферах речевой.

Проанализировав языковой материал, мы пришли к следующему заключению:

Эвфемистические обороты являются наиболее приемлемыми способами преодоления коммуникативных конфликтов. Это соответствует постулату вежливости: стремление с помощью эвфемизмов избежать неловких, дискомфортных моментов в процессе коммуникации, особенно межкультурной.

### Литература:

1. Л. Г. Лузина социальный аспект лингвистических исследований (Обзор) \ \ Социоллингвистика вчера и сегодня М., 2004
2. Беликов, В. И., Крысин Л. П., Социоллингвистика. М., 2001
3. Deseriev J Social linguistics \ \ Linguistics. — Berlin 1973. № 113-P. 5—40
4. Кобозева, И. М., Отрицательные и пресуппозиции (в связи правилом перенесения отрицания в русском языке). Автореф канд. Дисс. М., 1976
5. Grice, H. P. Logic and Conversation. In: Cole-Morgan 1975

# МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЖУРНАЛИСТИКА, СМИ

## Анализ изменения метафорического образа России в политическом дискурсе англоязычных СМИ

Борткевич Анастасия Вадимовна, студент

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого

*В статье рассматривается метафорический образ России, сложившийся в политическом дискурсе английских и американских СМИ в условиях международного конфликта из-за политики России на Украине и российской кампании в Сирии. Описываются три наиболее частотные метафорические модели («РОССИЯ — ПУТИН», «РОССИЯ-ИГРОК», «РОССИЯ-АГРЕССОР»). Полученные результаты сравниваются с результатами исследования 2015 года. Делается вывод о динамике образа России за прошедший год и об эффективности воздействия СМИ на общественное мнение в условиях информационной войны.*

**Ключевые слова:** политический дискурс, метафорическая модель, информационная война, коннотативность, концептуальная метафора, семантическое поле, медиатекст.

Одну из ключевых ролей в формировании стереотипов о стране и ее гражданах в современном обществе играют средства массовой информации. В настоящее время в условиях обострившегося конфликта между Россией с одной стороны и США и ЕС — с другой, очень интересным представляется изучение образа России в политическом дискурсе англоязычных СМИ. В своем учебном пособии Э.В. Будаев, М.Б. Ворошилова, Е.В. Дзюба, Н.А. Красильникова исследуют дискурс общественного мнения, который сложился на сайтах СМИ Великобритании в ответ на российско-грузинский политический конфликт 2008 года [1]. В ходе исследования в 2015 году образ России был сопоставлен с образом, полученным в результате исследования вышеупомянутых лингвистов, и на основе полученного материала была опубликована научная статья [2]. В связи с эскалацией конфликта в мире за последний год, а также с развитием событий уже не только на Украине, но и с началом российской кампании в Сирии, исследование изменения образа России в статьях английских и американских газет представляет особый интерес. Материалом исследования являются статьи о взаимоотношениях России и мира с июля 2015 года в английских и американских газетах *The Washington Post*, *The Guardian*, *The Christian Science Monitor*, *The New York Times*, *Newsweek*, *Bloomberg View*, *The Times*, *The Moscow Times*. Кроме того, для сопоставительного анализа использовались переводы этих статей в сетевом издании *Inopressa: Иностранная пресса о событиях в России и в мире*.

«В условиях информационной войны концептуальные метафоры — это не только отражение мнения каждого человека, но и средство формирования обществен-

ного мнения». [1, с. 220] Таким образом, правильно подобранные слова в СМИ позволяют вызвать у читателей нужный отклик, сформировать ту или иную реакцию на описываемые события; СМИ — мощное оружие в условиях информационной войны.

В ходе исследования было проанализировано 3 метафорические модели, наиболее часто встречающиеся в статьях известных английских и американских изданий. Концептуальные метафоры, отобранные методом сплошной выборки, позволяют выявить тот образ России, который англоязычные СМИ пытаются сформировать у читателей, а сопоставление их с метафорами, полученными в результате предыдущих исследований, позволяют сделать вывод о динамике образа России и ее восприятия англоязычным обществом за последние 8 лет. Интересен тот факт, что начиная с июня 2015, лексика в англоязычных СМИ, характеризующая политику России, действия российского президента, позицию страны на международной арене, приобретает все более негативную окраску. Это связано не только с разногласиями по украинскому вопросу между Россией и другими странами, но и с нарастающим конфликтом и с российской кампанией в Сирии. Приступим к практическому анализу изменения метафорического образа России в период с июня 2015 по январь 2016 года. Как и у Э.В. Будаева, М.Б. Ворошилова, Е.В. Дзюбы, Н.А. Красильниковой, весь полученный материал был распределен по разным метафорическим моделям, которые и будут описаны далее.

Наиболее частотной в политическом дискурсе англоязычных СМИ остается метафорическая модель «РОССИЯ — ПУТИН». Образ российского лидера яв-

ляется одним из самых сильных, ярких и противоречивых образов в сознании западного общества, а также является для него синонимом России. Имя президента РФ в текстах статей всегда встречается с эпитетами и метафорами. Владимир Путин — «пропагандист и конспиратор, скрывающий правду от российского населения» («*For President Vladimir Putin of Russia, the manipulation and suppression of facts is as much a tool of his war in Ukraine as an AK-47 or a rocket launcher...*», *The New York Times*), «советский диктатор, желающий распространить влияние России на весь мир» («*Putin's Russia, in contrast, has reverted to 20th-century Soviet Russian behavior, ... insisting on its manifest destiny in the former Soviet space*», *Newsweek*), «агрессор, целью которого является посеять раздоры, дестабилизировать ЕС и, в итоге, расколоть НАТО» («*...goal seems to be to sow division, destabilize the European Union... Putin's ultimate objective is to fracture NATO...*», *The New York Times*). Владимир Путин — «джеймсбондовский злодей» («*President Vladimir Putin has achieved outside Russia is the status of a Bond movie villain...*», *Bloomberg View*), «царь» («*He really is like a tsar...*», *The Guardian*), «безжалостный прагматик» («*...a forceful rebuke of President Vladimir V. Putin of Russia...calling him a «ruthless pragmatist»...*», *The New York Times*), «главнокомандующий на поле битвы» («*He has farmed out much of the fighting to warlords, mercenaries and criminals, partly in an attempt to simulate a broad-based indigenous resistance to Ukrainian rule*», *The International New York Times*), «золушка мировой политики» (*The Christian Science Monitor*). Тем не менее, Владимир Путин остается «сильным лидером» («*Putin has been one of the world's most controversial leaders...*», *The Times*), которому многие доверяют» («*...they had confidence in Mr. Putin to do the right thing on international affairs*», *The New York Times*) и т. д. Образ России в данной модели носит преимущественно негативный характер, что можно объяснить негласными законами ведения информационной войны: чем ярче и противоречивее созданный образ — тем сильнее реакция читателя. Очевидно, что англоязычные СМИ по-прежнему видят главную угрозу в лице президента РФ.

Второй по частотности метафорической моделью, характеризующей образ России, стала модель «**РОССИЯ — ИГРОК**». По мнению английских и американских СМИ, политика РФ — очень рискованная, ничем не оправданная авантюра.

1. *The last time Putin was backed into a corner from an ill-advised foreign policy gamble, he doubled down on his strategy* (*The Washington Post*).

В словосочетании *ill-advised gamble* оба компонента имеют высокую коннотативность. Существительное *gamble* принадлежит семантическому полю азартных игр, его употребление сравнивает политику РФ с очень рискованной авантюрой. Негативную экспрессивную окраску этому существительному добавляет прилагательное *ill-advised*.

Для закрепления уже созданного впечатления «политики-игры», ставки в которой порой высоки и ничем не оправданы, журналист использует глагольную фразу из того же семантического поля азартных игр — *to double down*. Автор видит в России азартного игрока, готового играть «по-крупному».

Очень часто политика России сравнивается с «представлением, театром», т. е. с чем-то спонтанным и направленным исключительно на публику, у России есть определенный «имидж», который она во что бы то ни стало пытается сохранить.

2. *Bogged down in the Middle East, Russia loses honest broker image.* (*The Moscow Times*).

С точки зрения западных СМИ, Россия — соревнующийся игрок, актер, целью которого является убеждение, склонение общества на свою сторону.

3. *These dangerous Russian games of chicken are now regular occurrences and come hard upon a Russian threat in March to aim nuclear missiles at Danish warships if Denmark joins NATO's missile defense system.* (*The New York Times*)

Еще одной метафорической моделью, характеризующей образ России, стала модель «**РОССИЯ — АГРЕССОР**». В этом отношении ничего не изменилось относительно результатов исследования 2015 года. «По мнению английских и американских СМИ, российская политика по крымскому вопросу — агрессивна, опасна и противоречит всякому международному праву. В основу этой модели легли наиболее часто встречающиеся негативные эпитеты, слова и выражения, характеризующие российскую политику: агрессия, атаковать, захватить, поглощать, нарушать, дерзкий, нахальный, аннексия, вторжение» [2, с. 45].

4. *NATO has ratcheted down its political dialogue with Moscow in protest over Russia's illegal seizure of Crimea and involvement in the conflict in eastern Ukraine.* (*The New York Times*)

5. *Kremlin provokes Ankara with deal to secure Kurd enclave.* (*The Times*)

Таким образом, по мнению англоязычных СМИ, Россия — агрессор, чья политика спонтанна, неустойчива и непредсказуема, все действия руководства страны — театральны и совершаются «на публику». Россия — страна, во главе которой стоит неуправляемый царь-диктатор, тоскующий по советскому прошлому и стремящийся вернуть стране статус мировой державы за счет присоединения других территорий, не считаясь при этом с мировым сообществом и выходя за все рамки международного права.

Описанные выше метафорические образы России чаще всего встречаются в англоязычных СМИ, повествующих о нынешней российской политике. Несмотря на то, что образ России по-прежнему остается негативным, необходимо отметить некоторые характерные особенности полученных результатов и сравнить их с результатами исследования прошлого года:



— Россия по-прежнему считается агрессором, захватчиком, действующим вне рамок существующих законов;

— образ В.В. Путина как президента РФ по-прежнему является самым ярким и противоречивым; президент России — основная угроза в глазах западного общества, «царь», «злодей» и «сторонник сталинского режима»;

— за последний год в сознании западных СМИ сложилась новая метафорическая модель «**РОССИЯ-ИГРОК**», ставшая более частотной, чем модель «**РОССИЯ-АГРЕССОР**».

В заключении необходимо отметить, что подобные исследования представляют особый интерес в период накала отношений между странами и эскалации международных конфликтов, так как позволяют изучить стратегию СМИ по ведению информационной войны. Учитывая главную функцию СМИ — стремление воздействовать на потребителей, становится возможным сделать вывод и об общественном мнении англоязычных читателей. Кроме того, такие исследования позволяют сделать вывод об эффективности работы СМИ в период конфликтов и об их роли в информационных войнах.

#### Литература:

1. Будаев, Э.В. Современная политическая лингвистика: учеб. пособие/Будаев Э.В. и др.; отв. ред. А.П. Чудинов. — Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. — 2011, 252 с.
2. Борткевич, А.В. Образ России в политическом дискурсе англоязычных СМИ/А.В. Борткевич // Молодежь и наука — третье тысячелетие: материалы студенческой научно-практической конференции. Тула, 2015. — с. 44 — 48.
3. Электронное издание «Inopressa: Иностранная пресса о событиях в России и в мире». — // URL: <http://www.inopressa.ru> (дата обращения 20.09.2015).

## Газета «Владивосток» (1911): «Невероятные рассказы» А.Я. Мауэра

Варавва Валентина Васильевна, аспирант  
Академия медиаиндустрии

*Российские журналисты столетиями формировали традиции национальной журналистики, которая, по оценкам специалистов, в настоящее время находится в кризисном состоянии. Актуальность работы состоит в сохранении лучших традиций русской журналистики XIX–XX вв. (формирование в обществе морально-этических и духовных начал) и передачи их молодому поколению журналистов. Статья посвящена журналистскому творчеству А.Я. Мауэра. В частности внимание уделено «невероятным рассказам», которые были выделены А. Я. Мауэром в отдельный цикл. В работе изучаются и описываются характерные стилистические и языковые приемы произведений. Новизна исследования заключается в том, что творчество А.Я. Мауэра анализируется впервые. В работе подчеркивается год издания газеты «Владивосток» — 1911, т.к. история журналистики столицы Приморья представлена тремя газетами с названием «Владивосток».*

**Ключевые слова:** культурно-историческое наследие, отечественная журналистика, кризис журналистики, роль образования, идентичность, современная журналистика, журналистское творчество, традиции периодической печати, духовность, нравственность, проблематика рассказов, газетные жанры, стилистический анализ, языковые приемы, художественный стиль.

Газеты и журналы являются массовым информационным продуктом. Они, с одной стороны, культурно-историческое наследие, с другой, средство воздействия на человека. Эти два аспекта являются основой для пристального изучения печатной периодики научным сообществом. Диапазон изучаемых вопросов от частных до глобальных огромен.

Состояние современной журналистики в области духовно-нравственных аспектов можно характеризовать как кризисное. В период перестройки были разрушены исторически сложившиеся национальные

традиции периодической печати — духовность, нравственность, моральная чистота, гражданственность, патриотизм. Л.А. Речицкий в статье «Российская журналистика в XXI веке: выбор пути» отмечает: «Не оглядываясь на имеющиеся достижения отечественной журналистики, отметая накопленный ею опыт, а заодно и саму идею служения государству и обществу, попирая традиции, была взята за образец для подражания чуждая многомиллионной многонациональной аудитории западная модель прессы. Вместе с ней России стала навязываться несвойственная ей модель ценностей. Так мы сами подготовили

почву для втягивания нашей журналистики в кризис <...>. Настало время пересмотреть отношение к прошлому опыту <...>. Возвращение к истокам <...> поможет скорее выйти из кризиса». [7]

Отчуждение от традиций, игнорирование опыта, отсутствие знаний становятся западней глобализационных процессов, где растворяется идентичность национальной культуры, встает проблема самосохранения, которую не так просто становится отстоять, «найти равновесие между верностью национальным символам и открытостью к переменам». Примером может служить инцидент с кинематографом Франции. [9] И, как ни странно, одним из сдерживающих факторов (механизмов), противостоящих бездумным, бездушным и слепым следованиям процессам глобализации, являются — знания и образование. Так Л.В. Шарончикова, исследуя проблему сохранения культурного наследия кинематографа Франции, настаивает, что «в эпоху глобализации нельзя не учитывать роль образования», «образование помогает сделать выбор», «образование становится одним из важных факторов защиты национальной культуры». [9, с. 95]

Журналистика, как историко-культурное наследие, обладает самобытностью и традициями, следовательно, это тот фундамент, на котором и должно строиться новое и прогрессивное с учетом современных условий. Обращение к опыту отечественной журналистики XIX–XX вв. может способствовать решению проблемы жанрового и стилового разнообразия современных периодических изданий, т.к. последние в этом уступают газетам XIX–XX вв.

Выделяют три группы газетных жанров: информационный (заметка, отчет, интервью, репортаж), аналитический (корреспонденция, статья, обзор печати и СМИ, обозрение событий, письмо, журналистское расследование) и художественно-публицистический (зарисовка, очерк, фельетон, памфлет, пародия, эпиграмма, эссе). В современных газетах практически исчезли зарисовка и очерк, совсем отсутствуют рассказ, фельетон, памфлет, пародия и др. Следует отметить, они были популярны на страницах газет на рубеже XIX–XX вв. Журналисты прибегали к художественно-публицистическому жанру, чтобы в доступной форме поднять социальные, духовные, морально-этические и другие проблемы общества, используя различные языковые средства и стилевые конструкции.

Функционально в художественно-публицистическом жанре газетно-журнальной периодики используется книжный тип речи, который в зависимости от ситуации общения имеет отличительные черты речевого стиля — научный, официально-деловой, публицистический и художественный. Необходимо также отметить, что границы между стилями не являются жесткими, они, можно сказать, «плавающие». Например, публикация в научном стиле может быть понятна только специалистам, а научно-публицистический (или научно-популярный) — и широкому кругу читателей. Смешанный стиль используется

в газетно-публицистических материалах, рассчитанных на массового потребителя.

Исследователи газет справедливо считают, что «газетная лексика достаточно специфична» [8], отмечают «ее необыкновенную особенность — способность вбирать в себя элементы разных стилей речи» [6, с. 138]. Газетная лексика проста и доступна широкому кругу читателей, обладает силой слова, способствует установлению коммуникативных связей, формированию мировоззрения, представления об окружающей картине мира.

Н.В. Спиридонов в работе «Лексико-стилистический анализ публицистических текстов на примере британских газет» выявил еще одну особенность лексики газет: «Газетный язык имеет ряд общих черт, изменяющихся от эпохи к эпохе, а также большим количеством частных особенностей, свойственных отдельным газетным жанрам, публикациям» [8].

М.С. Некрасова метко подметила, что «на газетных полосах легко обнаружить разного объема тексты или их фрагменты, которые могли бы стать хрестоматийными образцами функционирования каждого из стилей, принятых в русской лингвистике» [6, с. 138].

Данная работа продолжает изучение газеты «Владивосток» (1911 г.). В ней значительное место имели художественно-публицистические жанры — рассказы, фельетоны, а также стихи. Редактор не только давал возможность печататься различным авторам, но и сам печатал в ней свои работы. Все публикации А.Я. Мауэра имеют морально-этическую и гуманистическую составляющую. Его журналистское творчество можно разделить на четыре направления: рассказы, аналитические статьи, переводы и фельетоны. В свою очередь А.Я. Мауэр свои рассказы разделил на «Рассказы» и «Невероятные рассказы», последние в отличие от обычных рассказов имеют нумерацию, которая является составной частью названия рассказа.

В настоящей статье выдвигается гипотеза о том, что «невероятные рассказы» А.Я. Мауэра являются, с одной стороны, классическим примером жанрового и стилистического приема, с другой, хорошим примером для всестороннего анализа, который может быть использован в практической деятельности учебного процесса филологического направления.

Исходя из гипотезы, вытекает задача: изучить и проанализировать «невероятные рассказы» А.Я. Мауэра, выявить их проблематику, определить жанровые, стилистические и языковые приемы, руководствуясь методикой стилистического анализа авторов: М.В. Рожкова и Г.П. Каргаполова «Стилистический анализ текста» (Чита, 2012); Н.А. Николина «Филологический анализ текста» (Москва, 2003); Н.С. Болотнова «Филологический анализ» (Москва, 2009). Данная работа не претендует на полноту исследования «невероятных рассказов» А.Я. Мауэра, тем интереснее изучение его творчества может стать для других исследователей.

Цель работы: привлечь внимание современных журналистов к опыту журналистики XIX–XX вв., которая строилась на общечеловеческих ценностях — культуры, духовности и морали, через творчество А. Я. Мауэра, редактора-издателя периферийной газеты «Владивосток» (1911 г.). Эмпирический материал исследования составляют четыре рассказа, опубликованные под рубрикой «Невероятные рассказы»: «Подарок-насмешка. Рассказ первый» [2], «Сон Шаблонова. Рассказ второй» [3], «Власть. Рассказ третий» [4], «Приятный гость. Рассказ четвертый» [5].

А. Я. Мауэр объединил их в один цикл, хотя на первый взгляд материалы не имеют ничего общего, это законченные самостоятельные произведения. Попробуем разобраться, что их объединяет, какое жанровое и стилевое решение использует автор «невероятных рассказов».

### **Рассказ первый. Подарок-насмешка**

Сюжет первого рассказа строится на женских и мужских пороках. Первые не могут обойтись без сплетен, вторые — без разговоров о женщинах, игры в карты и анекдотов. Некто «оригинал Сидоров» в своем посмертном завещании женскому обществу назначил 10.000 рублей, с использованием процентов от этого капитала на проведение еженедельных вечеров, но при условии, что «за чашкой кофе или чая должны происходить беседы на общественно-научно-литературные темы», исключая сплетни, «в какой бы форме они не проявлялись». Через год общество может использовать основную сумму денег по своему усмотрению. При несоблюдении условий женским обществом, права на капитал переходят к обществу холостяков на условиях: на дружеских вечерах запрещается говорить о женщинах, рассказывать анекдоты и играть в карты.

А. Я. Мауэр показывает, что эти человеческие качества светского общества конца XIX-начала XX вв. априори и не могут изменяться под внешними воздействиями. Только жажда денег толкает людей на отказ от привычек, устоявшихся коммуникативных традиций, но ненадолго.

В рассказе используются устаревшие в современном обществе слова и обращения, но принятые в обществе конца XIX-начала XX вв.: «годовой иску», «дамы», «милостивая Государыня», «господа» и др. Несмотря на то, что речь идет о светских обществах, в рассказе А. Я. Мауэр применяет простонародные слова типа «сплетни», «дьявольская хитрость», «дамы смеялись до слез, до истерики», «выпала», «взвизгнула» и др.

Автор свободен в выборе слов и выражений, использует эмоционально-оценочные слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами («гримасочка», «дамское личико»), живописно описывает ситуацию, применяя различные виды предложений — повествовательные, восклицательные, вопросительные, прямую речь, а также применяет неординарные образные сравнения: «Все общество мадам Петюниковой переполнилось радостью,

подобной радости астронома, верно вычислившего путь кометы, или химика, нашедшего давно искомый и подзреваемый им элемент. И она давно догадывалась, а вот факт на лицо. Ворвавшись как ураган в зал заседания, мадам Петюникова, забыв все на свете, выпала:

— Господа! Скандал, форменный скандал! Я только что встретила Коробова с мадам Гвоздиковой! Я говорила, — давно говорила!»

А. Я. Мауэр при написании рассказа «Подарок-насмешка» использует сценический способ повествования. Перед читателями наглядно разворачиваются события, которые имеют динамику развития (завязка — получено письмо; кульминация — нагнетание события — поведение мадам Петюниковой; развязка — душеприказчики удаляются в мужское общество, всем очевидно, чем все закончится). У произведения есть темп, который ускоряется («заседание близилось к концу», «вошел сторож», «быстро вскрыла» <конверт>, «пробежав содержимое», «ворвавшись как ураган», «выпала»), кульминация, развязка и спад темпа («зал обомлел», «молча направилась»), а далее следует эмоциональный «взрыв («такого дружного хохота», «смеялись до слез, до истерики»).

Данное произведение написано в жанре рассказа. Сюжет строго выстроен. Все его детали, жесты, диалоги имеют значение, нет ничего лишнего, т. е. соблюдены основные требования рассказа, как малой художественной формы. Данный рассказ с полным правом можно отнести к художественному произведению. Текст имеет повествовательный и описательный характер, в нем описывается конкретная ситуация с использованием языковых средств — конкретных слов (заседание женского общества, председательница, сторож, конверт, Сидоренко, мадам Петюникова и др.), метафор («ворвавшись как ураган»), глаголов настоящего времени, диалога. Использование таких языковых средств, рождает у читателей ощущение присутствия, свидетеля происходящего.

Заголовок рассказа короткий и емкий, привлекает внимание, вызывает интерес. А. Я. Мауэр использует метафору — «Подарок-насмешка». «Оригинал Сидоренко» к подарку в 10.000 рублей прикладывает заведомо невыполнимые условия: «Дамы смеялись до слез, до истерики, т. к. никакому сомнению не подлежало, что и несчастные холостяки сделаются жертвой подарка-насмешки».

### **Рассказ второй. Сон Шаблонова**

Если первый рассказ погружает нас в действительность происходящего, читатели как бы становятся участниками событий, то сюжет второго рассказа раскрывается через сон Шаблонова, в котором тесно переплетается явь и сон, где можно взглянуть на себя со стороны, оценить свои поступки, увидеть истину, понять абсурдность реалии, т. е. присутствует элемент мистики. Сновидение используется, как способ передачи прогрессивных идей эзоповским языком: «И приснится же такая чепуха человеку».

Сон Шаблонова приближен к действительности. Есть конкретные лица — сам Шаблонов, другой учитель, ученики, трехлетний сынишка; конкретные действия выражены через глаголы — «вздremнул», «приснилось», «расхаживал», «подходил» и др. К тому же, действие имеет конкретное место — в классе. За некоторым исключением, действие и место соответствовали происходящему, а неоднозначность, странность ситуации заключалась в том, что Шаблонов видел себя со стороны и даже пытался анализировать ситуацию: «<...> Он был в классе, но не на обычном месте на кафедре, а в углу на коленках. А по классу расхаживал другой учитель, такой приветливый с учениками, но почему-то страшно строгий к нему, Шаблонову, и, тряся его за козлиную бородку, спрашивал:

— Видишь ли, Шаблонник ты эдакий, как и что нужно преподавать?

<...> А преподавал новый учитель более чем странно. Урок не урок, беседа не беседа, а нечто неподдающееся определению. И класс какой-то странный, большие и малые, мальчики и девочки, и все краснощекие и здоровые, что вовсе не предусматривается, как твердо знал Шаблонов, предписаниями и распоряжениями начальства...».

Этот небольшой отрывок раскрывает суть произведения, где поднимается проблема устаревшей методики преподавания и оторванности ее от житейских навыков и проблем. Значение имеет фамилия педагога — Шаблонов, от слова шаблон. Фамилия символизирует смысл произведения, характеризует главного героя как человека далекого от творчества, ограниченного во взглядах; предопределяет его поведение по шаблону, показывает бедность его внутреннего мира, пустой человек (шаблон — пустая форма документа). Ограниченность Шаблонова подчеркивается рамками класса (ограниченность пространства), а символ тупиковой ситуации — угол, в который его поставили на колени.

А.Я. Мауэр противопоставляет Шаблонову другого учителя, мистического, нереального, но у которого прогрессивные мысли, передовые нестандартные методы работы. Дети при нем энергичные и здоровые: «И класс какой-то странный, большие и малые, мальчики и девочки, и все краснощекие и здоровые, что вовсе не предусматривается, как твердо знал Шаблонов, предписаниями и распоряжениями начальства». Недаром другой учитель называет его «Шаблонник», ставя его методы обучения в упрек. Автор подчеркивает пренебрежительное отношение к герою при описании его внешности («козлиная бородка»), позволяя себе от имени другого героя фамильярность («Шаблонник ты эдакий») и некорректные действия, принижающие главного героя сна: «И схватив Шаблонова за бороду, учитель стал немилосердно раскачивать стоящего на коленях — приговаривая — запомни же это, запомни!» С одной стороны, экспрессивность придает эмоциональную окраску произведению, а с другой, привлекает внимание к проблеме образования,

указывает на необходимость реформы обучения, пересмотра циркуляров, регламентирующих учебный процесс, подготовке новых кадров.

Основная часть текста построена на диалоге «вопрос-ответ», в котором используется простой непринужденный разговорный язык при описании конкретных житейских ситуаций. Но среди этих вопросов возникают и социально-нравственные, морально-этические вопросы. Например, у кого в городе спросить, как пройти, и почему: «— А почему не к первому встречному прохожему? — Всем нельзя верить, может быть плохой человек».

При этом дети справляются с вопросами-заданиями, а учитель... Его моральный облик оказывается не столь высок. Как поступить, если «кто-то сделал в классе гадость» и не сознается? Реакция детей на поступок учителя усиливает отвращение к главному персонажу рассказа: «С сотню детских глаз впились в Шаблонова. Он съехался — но все-таки выпалил: — Несомненно, сообщить, кому следует о виновнике. Все дети, словно только этого и дожидаясь, выскочили из-за парт и буйной, гневной толпой окружили бедного Шаблонова. — Фискал, фискал! — кричали хором они». (Примеч.: *Фискал — разговорное, презрительное — ябедник, доносчик*).

Рассказ раскрывает духовную сущность учителя; консерватизм и неповоротливость системы, которая его породила. Автор предупреждает о зреющем бунте нового поколения, которое только и ждет удобный момент. Этот сюжет можно рассматривать и как призыв к действию.

Рассказ начинается с «тупиковой» ситуации («он <Шаблонов> был в классе, но не на обычном месте на кафедре, а в углу на коленках»), т. е. с постановки проблемы образовательного процесса, а вот решение ее переложено на общественность. Интересен своей неоднозначностью заключительный абзац рассказа, заканчивающийся риторическим вопросом: «И приснится же этакая чепуха человеку, — пробормотал Шаблонов, снова принимаясь за работу», — который побуждает к размышлению. Пессимист может расценивать эти слова как безысходность, а оптимист придет к выводу, что жить как по «шаблону» больше нельзя.

Второй рассказ, как и первый, логически выстроен, имеет лаконичную сюжетную линию. Главный герой — это собирательный образ, через который раскрывается проблема образования. Основная функция данного рассказа воздействующая. Задача произведения убедить общество в необходимости реформирования образовательной системы. Критиковать открыто государственную политику на рубеже XIX—XX вв. было опасно, поэтому государственная проблема в рассказе была обозначена эзоповским языком через сон (мистику).

### **Рассказ третий. Власть**

Рассказ «Власть» о короле, которому наскучила работа управлять государством. Обилие глаголов придают рассказу настроение, динамику действий, смену «деко-



раций»; прилагательные придают красочности и образности; сложноподчиненные предложения разворачивают картину событий; диалоги придают реальности. Рассказ написан простым доступным языком, по жанру близок к сказке.

Плохое настроение короля передается глаголами и словосочетаниями: «хандрил», «был мрачен», «отказался от дел», «мрачно отмахнулся», «заворчал», «грозно сдвинул брови», «жаждал» и др. Плохое настроение подчеркивают недосказанные фразы придворных, которых король прерывает на полуслове.

А.Я. Мауэр прослеживает смену настроения главного героя от смены обстоятельств, деятельности, места проживания. Новое дело вдохновляет, вызывает живой интерес, радость действия, придает силы и оптимизм. Король «брался за все — рыл землю, учился косить, пахать, ухаживать за скотом — и все ему первое время доставляло огромное удовольствие». А.Я. Мауэр также подмечает, что настроение улучшается ненадолго, все быстро надоедает королю: «Но понемногу все начинало надоедать ему, он сам не желал сознаваться перед собой, чего не хватает ему — но жить становилось в тягость».

А.Я. Мауэр показывает, что только на короткое время удовлетворяет короля и карьерный рост — крестьянин, староста, становой, исправник, чиновник особых поручений у губернатора, губернатор: «И странно, чем больше власть сосредотачивалась в руках короля, тем больше еще жаждал он, тем жалче и мельче стал он находить свою роль. И все чаще в голову ему приходило, что он поступил неразумно, бросив сан короля».

А те, кому нужно было, отлично понимали психологию его. И его, привыкшего к быстрому восхождению, нарочно задержали в губернаторах. Прошел целый год — а ему не было движения вперед. Мимо его ввысь шли бездарности, в сравнении с ним, как он понимал, а он все сидел губернатором. Он уже сам стал ходатайствовать, интриговать, но ничего не помогало. Король стал желчным, нервным, раздражительным».

И если «перевести» этот фрагмент в плоскость житейских реалий, то получим: власти всегда хочется больше; раз придя к власти, отказаться невозможно. Подтверждают это и слова церемониймейстера из рассказа: «Кто раз вкусил от власти, особенно большой, не может не вернуться к ней».

В рассказе прослеживается и такая мысль, управлять должен тот, кто умнее: «Ну, сударь, коли вы умнее меня, так будьте уж вы сами за старосту — я не буду». Быстрый карьерный рост — это не всегда трудовые заслуги, а если думаете, что этого никто не замечает, то ошибаетесь: «Через неделю король был назначен не только становым, но даже исправником. Он наивно не видел тут ничего удивительного или подозрительного. Даже то, что никто не узнавал его, не заставляло его задуматься».

— Мало ли похожих на меня, — думал он, полагая, что поразительно быстрой карьере обязан исключительно только своим талантам».

Как метко подмечает А.Я. Мауэр, человек, наделенный властью, это тоже человек, со своими сильными и слабыми сторонами: «— Государь, <...> ваш сан обязывает...

— Я сейчас просто человек, и прошу не лишать меня права последнего из смертных — права располагать собственной персоной по усмотрению».

Да, король — человек, но на нем лежит груз ответственности за все государство, которое требует от него принятия безотлагательных мер и решений, поэтому личное отходит на второй план. Вот такие житейские истины заключены в этом рассказе.

В рассказе используется художественный стиль речи, который помогает воссоздать живую картину происходящего; высказывания конкретны, образны и эмоциональны. О действительности происходящего говорят конкретные действующие лица — король, церемониймейстер, министр внутренних дел и др. придворные чины, крестьяне, староста и т.д. Мы верим в развитие событий, потому что есть участники, есть конкретные действия и поступки этих людей.

А.Я. Мауэр свободен в выборе слов и выражений для передачи действий в рассказе, смены настроения, поэтому стиль близок к разговорной речи: «насмешливо», «драчуны», «вместо этого черта, зазнался больно», «бездарности», «замаринованный губернатор», «старый плут», «эта канитель» и др.

Главный герой — король. Его персона придает официальность произведению, его окружают государственные чины, которые обращаются к нему согласно его статусу, поэтому используется официальная лексика: «Ваше Величество», «Ваше Королевское Величество», «Государь». Король же может себе позволить фамильярность: «Со знайте-ка, старый плут».

Временной колорит создают устаревшие в настоящее время слова и словосочетания: «дела вершились самим королем», «вашего решения и скрепы», «все здесь опостыло», «вы, господин, будьте столь милостивы», «на следующем же сходе» и др.

Мораль произведения такова — каждый должен заниматься своим делом. Раз Вы король — «сан обязывает», «неотложные дела ждут Вашего решения», от них «судьба миллионов людей зависит».

#### **Рассказ четвертый. Приятный гость**

Рассказ «Приятный гость» (Из записок пожилого господина) написан от первого лица, о чем свидетельствует употребление местоимения «я», которое подчеркивает правдивость и реальность события, т.к. главный герой рассказа является непосредственным участником их. В тексте используются конкретные слова: «податель письма», «гость», «вечер», «сахарница», «лампа», «этажерка», «кухарка», «молодые девицы» и др.

Автор рассказа описывает ситуацию, в которой оказался, приютив у себя дома незнакомого человека, по просьбе друга. Всего на одну ночь, которая стоила хо-

зяину дома духовного и физического дискомфорта, психического расстройства, морального стыда и самобичевания за несдержанность.

Положение, в которое попал хозяин дома, можно описать как «отказать нельзя пустить». Интеллигентному человеку неудобно было отказать другу в просьбе, неудобно было выказать гостю недовольство его поведением. Раздражение росло с каждой минутой, которое привело к срыву. Читаешь рассказ и сопереживаешь хозяину, приютившего такого невоспитанного гостя. Автор не описывает подробно облик гостя — глаза, рост и пр., а описывает его действия, и наше воображение дорисовывает портрет. Этот метод использовал в своих рассказах А. П. Чехов.

Вот как описывается гость у А. Я. Мауэра: «'податель сего письма' принялся за еду, если позволительно так выразиться. Никогда я не встречал существа, которое имело бы такую массу самых неаппетитных привычек. Даже благовоспитанная свинья кушает куда приличней».

Человека хозяин дома называет «существом», а свинью — «благовоспитанной». Чувствуется, что отношение к свинье лучше, чем к человеку. Мы не знаем, чем еще «отличится» гость, но в нас рождается пренебрежение к «подателю письма» с первых строк рассказа. Подача материала красочна, способствует активной работе воображения.

Образность в рассказе достигается сравнением («орава с пятачком», «белые были словно разорваны когтями хищных зверей»), глаголами («чавкал», «лизал», «харкал», «плевался», «не извинился», «проворчал») и словосочетаниями («с остервенением скреб себя»; «может быть есть и паразиты»; «шаря по комнате с ужасным грохотом»; «не попрощавшись, пошел»).

Отдельного внимания заслуживают результаты пребывания гостя, которые дополняют характеристику «подателя письма»: «лизал пальцы и лез ими в сахарницу»; «запакостил весь стол»; «опрокинул японскую этажерку с хрупкими безделушками»; «разбил шкафчик с посудой»; «все одеяло было оплевано»; хозяину «пришлось делить с ним ложе»; хозяин «стал чесаться», «был награжден домашними животными». Наверное, после таких деяний из равновесия мог выйти даже мертвец, что и случилось с рассказчиком: «Я, озаренный дьявольской мыслью мщения <...>, как только гость мой вышел за дверь, я отворил окно и опрокинул на него ведро <воды>».

Два героя рассказа противопоставляются друг другу. Один вел себя по-хамски, но не чувствовал за собой вины: «Странное гостеприимство, — проворчал он, оделся и, не попрощавшись, вышел». Другой всю жизнь помнил о своем неблагоприятном поступке и раскаялся: «Это было во время моей молодости. А теперь я, пожалуй, так не сделал бы».

В рассказе есть еще один персонаж, который играет ключевую роль, но остается в тени, а весь акцент падает на хозяина дома и гостя. На самом деле ситуацию провоцирует некий Вербин, автор записки: «Будь другом,

дай подателю сего письма переночевать у себя. Твой Вербин».

Действительно ли он был другом? Скорее нет. Друг так подло не мог поступить. Если друг, то, конечно, знаком с бытовыми условиями друга. У хозяина дома была всего одна кровать. «Податель письма» принципиально год не ходил в баню: «Год не был в бане. Из принципа не хожу». Мог ли не знать об этом Вербин? Вряд ли. Поступок Вербина достоин осуждения. Но хозяин дома даже не мог подумать об этом. Даже спустя годы он винит себя за то, что опустил до мщителя.

Мы знаем позицию «подателя письма» (гостя), его культурный уровень настолько низок, что он не отдает отчет за свои действия. Мы видим позицию культурного и воспитанного человека (хозяина), доведенного до отчаяния. А Вербин (автор записки)? Скорее всего, в это время сидел в каком-нибудь ночном клубе и «упивался» своей выходкой.

Рассказ «Приятный гость» также безупречен в развитии сюжета, заканчивается на высокой эмоциональной ноте: «Как только гость мой вышел за дверь, я отворил окно и опрокинул на него ведро <с холодной водой>». Хозяин квартиры вместе с водой выплескивает весь накопленный негатив.

#### Выводы:

Таким образом, «невероятные рассказы» А. Я. Мауэра, с одной стороны, относятся к художественно-публицистическому жанру, который используется в газетно-журнальной периодике, а с другой, в них используется художественный стиль речи. В «невероятных рассказах» есть логически выстроенный сюжет, завязка, кульминация и развязка. Короткие рассказы, как малая форма литературного произведения, очень точно выстроены, в них нет лишних деталей. Рассказы размещены на страницах газеты, обращены к широкой аудитории, имеют цель воздействовать на читателей, формировать у него духовно-нравственные начала, которые достигаются стилистическими и языковыми средствами. Газетному творчеству А. Я. Мауэра присущи литературная образность, публицистическая краткость, четкость и логика изложения, общественная значимость, освещаемых проблем.

Одним из главных компонентов, объединяющих «невероятные рассказы» в цикл, исходя из проведенного анализа, — является морально-нравственный поступок героев. В рассказе «Подарок-насмешка» — это поступок некоего Сидоренко, решившего пошутить над обществом, а также поступок мадам Петюнькиной, олицетворяющий нравы светского общества конца XIX-начала XX вв. В рассказе «Сон Шаблонова» нужно рассматривать поступок, как самого главного героя, так и школьников, и нового учителя. Невероятность в данном рассказе состоит в том, что Шаблонов не делает очевидных выводов из сна. В рассказе «Власть» невероятный для своего статуса поступок совершает Король, который оставил трон и ушел

в «народ». Здесь не менее интересной является личность церемониймейстера, манипулирующего поступками Короля. Завершает цикл «невероятных рассказов» — рассказ «Приятный гость», в котором наиболее ярко раскрываются морально-этические и нравственные стороны человеческих поступков.

Мы вправе утверждать, что автор рассказов ставил перед собой задачу нравственного и культурного воспитания читателей, давал им возможность «примерить» ситуацию на себя, увидеть себя со стороны, задуматься о своих поступках. А для этого использовал художественный стиль речи, свойственный художественно-публицистическому жанру газетной периодики.

Проблема нравственности в «невероятных рассказах» А. Я. Мауэра лежит на поверхности, но есть и другая сторона — проблема социально-государственного устройства: король не занимается своими прямыми обязанностями («Власть»); высшее общество, у которых деньги и власть, бесцельно проводит время («Подарок-насмешка»); среднестатистические обыватели деградируют («Приятный гость»); в стране назрела необходимость реформ («Сон Шаблонова»); интеллигенция доведена

до отчаяния («Приятный гость»); молодое поколение только и ждет подходящего момента для выступления («Сон Шаблонова»). По существу эзоповским языком описана предреволюционная ситуация. В своем творчестве А. Я. Мауэр преуспел, как мастер высочайшего слова художественно-публицистического жанра и художественного стиля речи.

«Литературно-стилевые формы подачи новости, комментария, анализа, художественной публицистики формировались на Руси, в России, столетиями». [1, с. 36] Изучение газетной и журнальной периодики XIX—XX вв. (в том числе и региональной, а не только центральной части России) в области жанровой и стилиевой особенности позволяет обогатить знания, найти свой индивидуальный стиль изложения, сохранить самобытность отечественного опыта. Как справедливо отметил А. К. Бобков: «Сегодня, в пору всеобщего кризиса, который коснулся и журналистики, важно не растерять опыт как теоретический, так и практический. Исследователям-теоретикам, журналистам-практикам важно использовать все, что наработано, накоплено за минувшие столетия». [1, с. 57]

#### Литература:

1. Бобков, А. К. Газетные жанры [Интернет ресурс]/учеб. пособие. — Иркутск: Иркут. ун-т, 2005. — 64 с. // [Режим доступа] File:///F:/И/Институт/Журналистика/Журка\_Учебники/Бобков\_Газет. жанры. Уч. пос. pdf/Дата обращения 18.11.2015
2. Мауэр, А. Я. Подарок-насмешка. Рассказ первый [Текст]// газета «Владивосток» № 1, 10 апреля 1911 г., стр. 3
3. Мауэр, А. Я. Сон Шаблонова. Рассказ второй [Текст]// газета «Владивосток» № 4, 3 мая 1911 г., стр. 2
4. Мауэр, А. Я. Власть. Рассказ третий [Текст]// газета «Владивосток» № 8, 9 мая 1911 г., стр. 3
5. Мауэр, А. Я. Приятный гость. Рассказ четвертый [Текст]// газета «Владивосток» № 26, 31 мая 1911 г., стр. 2
6. Некрасова, М. С. О стилистической принадлежности газетного текста [Интернет ресурс]// ж. Гуманитарный вектор. 2010. № 2 (22) // [Режим доступа] <http://cyberleninka.ru/article/n/o-stilisticheskoy-prinadlezhnosti-gazetnogo-teksta> (Дата обращения 28.06.2015)
7. Речицкий, Л. А. Российская журналистика в XXI веке: выбор пути [Интернет ресурс]/Вестник электронных и печатных СМИ/Архив журнала/Выпуск № 5 // Академия медиаиндустрии/Наука // [Режим доступа] <http://ipk.ru/index.php?id=1564> // Дата обращения 31.03.2015
8. Спиридонов, Н. В. Лексико-стилистический анализ публицистических текстов на примере британских газет // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярска [Электронный ресурс]. — Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. — Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s082/s082-041.pdf> (Дата обращения 28.06.2015)
9. Шарончикова, Л. В. Концепция СМИ и проблемы сохранения национальной самобытности (стратегия французской транснациональной группы «Вивенди») [Текст]/Вестник Моск. Ун-та Сер. 10. Журналистика. 2002. № 6 // стр. 87—98 // стр. 95

## Лингвокультурологическая интерференция как коммуникативная помеха в процессе межкультурной коммуникации

Ергазина Алия Абдирамановна, кандидат педагогических наук, доцент;

Успанова Динара Жалгасовна, магистрант

Актюбинский университет имени С. Баишева (Казахстан)

Расширение международных контактов, интернационализация всех сфер жизни благодаря вхождению отечественной системы образования в европейское образовательное и социокультурное пространство потребовали применения лингвокультурологического подхода к исследованию интерференции. Для современной лингводидактики изучение лингвокультурологической интерференции представляется также значимым в связи с интенсификацией профессиональной деятельности специалистов разного профиля в тесном контакте с зарубежными коллегами. В работе интерференция рассматривается как коммуникативная помеха вследствие наложения лингвокультурных кодов контактирующих языков.

Актуальность работы связана с обострением интереса лингводидактики к феномену интерференции, порождающей не только интерлингвистические (фонетические, лексико-грамматические, синтаксические), но и дискурсивные, социокультурные помехи в межкультурной коммуникации. Вследствие этого интерференция трактуется в широком смысле, как конфликтное взаимодействие когнитивно-речевых механизмов, проявляющееся у вторичной языковой личности в отклонениях от языковых, дискурсивных, социокультурных норм одной лингвокультуры под влиянием другой.

Языковая интерференция актуализируется на всех уровнях языковой системы и реализуется в речи независимо от сознания говорящего, поэтому до недавнего времени исследования интерференции были сконцентрированы главным образом на изучении ее фонетического (Г. В. Бершадская, Г. М. Вишневская, В. А. Корнева, Т. А. Краснова, А. А. Метлюк, Л. Г. Фомиченко) и лексического (А. Е. Карлинский, И. Н. Кузнецова) аспектов. Однако, помехи, возникающие в межкультурной коммуникации, происходят зачастую не только из-за искажений фонетической или лексической стороны иноязычной речи, хотя лексика является одной из важнейших форм отражения этнокультурной специфики мировидения. Нередко различающиеся в этнокультурах дискурсивные и социокультурные явления порождают недоразумения, помехи, сбои в межкультурной коммуникации, которые можно преодолеть при целенаправленном изучении коммуникативного поведения и фоновых знаний представителей инокультурного сообщества.

Являясь следствием диалога культур, лингвокультурологическая интерференция возникает тогда, когда каждый участник коммуникации ведет ее на базе соб-

ственной культуры с использованием общего языка общения. В условиях межкультурной коммуникации как диалога культур отчетливо проявляется противопоставление своего чужому, когда собеседники являются представителями разных культур. В этом случае участники диалога понимают друг друга с позиций собственных культур, которые существенно отличаются друг от друга. Основные причины неудач лежат в культурных различиях, в различных мироощущениях, то есть в ином отношении к миру и другим людям. Восприятие другой культуры под углом своей культуры зачастую становится причиной интерференции. Предвзятое отношение к другой культуре как «неправильной» мешает межкультурной коммуникации, оно является бессознательным процессом, который трудно распознать [1].

На наш взгляд, можно выделить несколько факторов, способствующих возникновению лингвокультурологической интерференции:

1. Национальное своеобразие народов и их культур;
2. Культурные различия коммуникантов вследствие их принадлежности к разным национальным культурам;
3. Неполная общность языковых сознаний коммуникантов, при которой чужая культура воспринимается как «отклонение от нормы», при этом естественным образом нормой считаются образы своей культуры, и чужая культура постигается путем приведения чужих образов сознания к образам своей культуры. Здесь превалирует такая точка зрения, согласно которой межкультурное общение понимается как «случай функционирования сознания в аномальных («патологических») условиях, когда отсутствует оптимальная общность сознаний коммуникантов» [2].
4. Взаимодействие разных культур, в результате которого возникают различные культурологические явления/культурная конфронтация, аккультурация, культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт и др./.

Прогнозирование лингвокультурологической интерференции направлено на создание условий для такого взаимодействия культур, при котором возникает гармоничный диалог культур, предполагающий равноправие участников, толерантность, согласие, гармонию, взаимопонимание, сближение, единение, баланс, взаимообогащение. Основой такого диалога культур является отношение культуры к культуре как к «равноправной, равноценной при всех ее отличиях и интересной, нужной, желанной именно в ее непохожести, в ее уникальности» [3]. В про-



тивном случае возникают другие формы межкультурной коммуникации, прямо противоположные диалогу, так называемый антидиалог, в виде конфликта, спора культур, появлении стереотипов поведения, противопоставленных по культуре (например, оппозиции «свое — чужое»), так называемой «культурной чужеродности», или инаковости. «Культурная чужеродность», или инаковость, появляется в межкультурной коммуникации тогда, когда собеседники, являясь представителями разных языков, культур, противопоставляют свое чужому. При этом партнеры по коммуникации осознают свои различия, то есть при этом присутствует взаимное ощущение «чужеродности» партнера. Говорящий, создавая сообщения на своем языке, бессознательно ориентируется на свою систему культурных ценностей, слушающий, воспринимая сообщение, опирается на свою культуру.

Таким образом, в межкультурной коммуникации собеседники, принадлежащим различным лингвокультурам, по-разному декодируют высказывания. В таком случае коммуникативная функция языка, заключающаяся в передаче значения, не достигает своей цели. Для осуществления тем или иным языком его коммуникативной функции в ходе общения представителей различных культур участникам общения необходимо знать и учитывать как систему ценностей носителей этих культур, так и систему ценностей, отражаемую одним языком. Для решения этой задачи необходимо как осознание собственной культурной принадлежности, так и культурологическое описание лексики того или иного языка. Думается, что решить эту задачу возможно на базе лингвокультурологии как комплексной науки, наиболее ярко отражающей взаимосвязь языка и культуры, а единицей описания будет являться лингвокультурема, включающая в себя сегменты не только языкового значения, но и внеязыкового культурного смысла. В условиях межкультурной коммуникации как диалога культур прогнозирование лингвокультурологической интерференции направлено на формирование умений адекватно вербально и невербально реагировать на ситуацию общения, что предполагает в целом формирование лингвокультурологической компетенции в аспекте усвоения лингвокультурологических знаний, умений и навыков в изучаемых сферах коммуникации.

Успешное прогнозирование лингвокультурологической интерференции возможно при условии представления диалога культур в виде функционирующей модели межкультурного взаимодействия, предполагающей способ взаимного общения людей, представителей различных национальных культур, в рамках когнитивной и коммуникативной деятельности, в целях обеспечения адекватного взаимопонимания в рамках межкультурной коммуникации. Такую модель диалога культур можно представить в обобщенном варианте как некое структурное образование, включающее когнитивный и коммуникативный аспекты. Когнитивный аспект может рассматриваться как сумма знаний и факторов об эт-

нической (материальной и духовной), художественной и мировоззренческой культуре, представленной в сопоставлении. Эта этнокультурная информация помогает получить систематизированное и полное представление о реальной картине мира представителей различных культур, которая опосредует все акты человеческого мировосприятия и миропредставления, позволяя осмысливать локальные ситуации в мире и совершающиеся в нем события. Коммуникативный аспект связан с социокультурным содержанием, он включает в себя элементы соционормативной культуры (правила речевого и неречевого поведения представителей различных культур в сопоставлении). Опосредующим звеном между этими двумя аспектами выступает язык как некий промежуточный компонент. Эта прослойка позволяет обозначить язык как «силу», формирующую представление человека об окружающем мире, определяющую его «миропонимание», его внутреннюю форму и оказывающую влияние на культуру народов. Именно эта «языковая картина мира», основанная на учении В. Гумбольдта о внутренней форме языка (слова), позволяет представить определенную национальную культуру, а лингвокультурологический анализ разных культур, отраженных в различных национальных языках, служит средством прогнозирования лингвокультурной интерференции.

Формирование лингвокультурологической компетенции билингвальной личности, способной к межкультурному общению, возможно путем приобщения и овладения различными формами культуры: этнической, художественной, соционормативной, мировоззренческой. Предметом нашего рассмотрения является этническая культура, под которой понимается совокупность материальных и духовных явлений, составляющих систему культурных признаков этнической общности, или локально-неповторимое своеобразие этносов. При этом лингвокультурологический и концептуально-когнитивный сравнительно-сопоставительный анализ с целью прогнозирования лингвокультурологической интерференции ограничивался нами областью материальной культуры, что было вызвано необходимостью более точной предметно-понятийной соотнесенности лингвокультурем с определенной сферой культуры. Отметим, что такое моделирование межкультурного взаимодействия позволит представить картину мира носителей различных культур как глобально, так и национально-специфически, при условии проведения лингвокультурологического и концептуально-когнитивного анализа через выявление тех параметров, которые отличают языковую картину определенного этноса от «картины мира другого языка».

Такая модель диалога культур представляет собой абстрактный инвариант когнитивного сознания всех членов той или иной лингвокультурной общности. Являясь функцией когнитивного сознания, различного даже у носителей одного и того же языка, такое моделирование обстановки

определяется не языковыми структурами, а жизненным опытом индивида, структурами интериоризованных деятельностей и форм поведения.

Прогнозирование лингвокультурологической интерференции в условиях диалога культур должно быть направлено на формирование умений носителя образа мира одной лингвокультурной общности понимать (постигать) носителя иного языкового образа мира, что означает овладение билингвом сумму знаний о картине мира. В условиях диалога культур билингв должен стать активным участником межкультурной коммуникации, владеющим, наряду с родным, и неродным языком как средством повседневного общения, что предполагает выход на когнитивный (тезаурусный) уровень языковой личности [4]. Использование языковой картины мира и тезауруса личности как способа организации знаний позволяет утверждать, что понять какую-нибудь фразу или текст означает, пропустив ее через свой тезаурус, со-

отнести со своими знаниями и найти соответствующее ее содержанию место в картине мира. С этой целью в предполагаемой модели диалога культур особый акцент делается на описании не столько разных языковых явлений, сколько разных концептуальных систем в контексте этнической, художественной, соционормативной, мировоззренческой культур, что способствует в дальнейшем прогнозированию лингвокультурологической интерференции. Конечным результатом при этом является формирование языковой личности, шире — билингвальной личности в условиях диалога культур, обладающей умениями и навыками употреблять язык во всех его проявлениях в различных ситуациях межкультурного общения; умениями понять и усвоить чужой образ жизни/поведения с целью разрушения укоренившихся стереотипов; умениями расширить «индивидуальную картину мира» за счет приобщения к «языковой картине мира» носителей изучаемого языка.

#### *Литература:*

1. Жумашева, А. Ш. Диалог культур и проблемы лингвокультурной интерференции: дис.... д-ра пед. наук. — Павлодар, 2010. — 262 с.
2. Тарасов, Е. Ф. Межкультурное общение — новая парадигма анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. — М., 1996. — с. 7–22.
3. Каган, М. С. Мир общения: проблемы межсубъектных отношений. — М.: Политиздат, 1988. — с. 213.
4. Халеева, И. И. «Лингвауни» — вклад в культуру мира // Лингвауни: Третья Международная конференция ЮНЕСКО. — М., 2000.

## **Ведущий как лицо информационных передач**

Захидова Юлдуз Кабиловна, магистр, научный соискатель  
Узбекский государственный университет мировых языков

«Здравствуйте, в эфире информационная программа... С важными событиями дня для вас...» Эти слова всем очень знакомы и звучат каждый день на телеканалах, которые имеют блоки новостей. Теленовостная программа заметно отличается от других сообщений средств массовой информации своим влиянием и воздействием на аудиторию. При том высоком ритме жизни, в который вступила планета в информационный период, новостные программы приобрели особое значение для удовлетворения спроса зрителей.

«Наибольшая категория зрителей, включая телевизор, ожидают в первую очередь развлечений, именно поэтому телевидение, следуя этим желаниям зрителя, выбирает события с простой структурой, с конфликтом в центре события, с большой степенью привязки к той или иной персоне.» [1]

Анализируя новостные блоки различных каналов, можно сказать, что подача информации стало всё более изощренной. Общее правило таково, что новости изла-

гаются коротко и лаконично, растёт мастерство журналистов. При том основным личностью, оказывающей решающее влияние на телезрителей, считается ведущий. Он ведёт новости, исходя из своих знаний и жизненного опыта, журналистского мастерства и богатства речи. По словам заслуженного работника культуры Республики Узбекистан Галины Мельниковой, чтобы быть опытным журналистом или ведущим, недостаточно иметь золотое перо — главное, он должен любить свою Родину.

Телеведущий должен быть физически здоровым, привлекательным, иметь красивый внешний вид, интеллект, обладать приятным голосом, правильно произносить фразы. Он также должен понимать жизнь и психологию людей, уметь выходить из трудной ситуации, нередко возникающей во время прямого эфира.

По РЕН ТВ в эфир выходит информационное шоу «Свободное время». Это новостная программа, которую ведут известные тележурналисты — Юлия Панкратова

и Алексей Егоров, собирает весьма внушительную аудиторию. Ведущим удалось создать передачу, которая является собой абсолютно новый формат новостей, комментируя их они намеренно занимают прямо противоположные позиции в обсуждении тех или иных актуальных событий. Импровизируют, спорят, отстаивают свои взгляды, делают это яростно, искренне, но в то же время корректно и уважительно. «Мы с Юлей изначально по-разному видим мир, — сказал Алексей в одном интервью. — А это хорошо для программы и зрителей — в нашем споре рождается истина». [2, с. 56]

В книге «Телеведущие и журналистские традиции: как журналисты адаптируются к технологиям» упоминается, что журналист идеализируется для зрителей как рецептор, с помощью которого реальность события ретранслируется для общественности, которые не могут испытать событие сами. Вооружившись переданной информацией, люди могут затем сформировать свои собственные мнения. Поэтому журналисту следует быть беспристрастным, справедливым, иными словами, максимально свободным от своих чувств. Именно в этом формировании должны работать телевизионные журналисты. [3, р. 97]

Для ведущего информационной программы важно быть красноречивым и искренним. Доказано, что искренность ведущего магнетизирует внимание зрителей. Самоотверженность, терпеливость и настойчивость ведущего играет большую роль в его воздействии на аудиторию. Следует добавить, что слишком красивый внешний вид отвлекает зрителя от принятия информации. В таких ситуациях подаваемая новость не имеет особого значения, а внешний вид исполнит первостепенную роль. Поэтому руководители ТВ должны серьёзно подумать об облике ведущих, перед тем как поставить их в кадр. Устраивает ли зрителей внешний вид ведущего — этот вопрос стоит перед руководством всегда. При ошибке информационная программа не будет иметь ожидаемую аудиторию. К примеру, полный ведущий на экране выглядит ещё полнее. По мнению телевизионных специалистов, он в кадре выглядит на 5 кг больше. Это действительно так. Поэтому ведущий должен следить за фигурой, контролировать внешний вид. Кроме этого, он должен произносить все слова четко и внятно, читать в хорошем темпе для обеспечения динамичности и оперативности информации. Данные требования касаются прежде всего тех людей, которые ведут новостные блоки.

Телевидение очень сложная и ответственная сфера. Поэтому ведущий должен быть готовым к разным ситуациям, которые могут произойти в прямом эфире, он должен преодолеть это своими знаниями, реакцией и мастерством. Как известно, опытные журналисты с большой ответственностью относятся к своему чтению, добавляя от себя в устную речь новую гармонию, тон, интонацию. Согласно исследованию выяснилось, что аудитория в основном хочет, чтобы передачу вел ведущий-мужчина. Потому что, если женщина-ведущая появ-

ится на экране, зрители будут обращать внимание на её внешний вид, костюм, причёску и украшения, а не на новость.

Профессиональный ведущий, если он мастер своего дела, считается настоящим творческим человеком. Он хорошо осведомлён о событиях, которые происходят в стране и за рубежом. Понимает суть информации и в эфире правильно показывает своё объективное отношение к происходящему — своим голосом, представляя свою позицию и подход. Тогда новость получается ещё интереснее, так как она привлекает зрителей. По существу, вести передачу — это и искусство, и талант.

Важно учесть следующее — ведущий становится первым, заинтересованным зрителем самого себя и всей информационной программы. При этом ему важно действовать не только с авторско-режиссёрской позиции, но и в аспекте авторско-зрительской работы, уже нацеленной на осуществление и переживание жизни зрителей своей программы. В противном случае, ведущий не сможет подняться выше персонифицируемого средства ведения передачи, исполнителя чужой воли и «оживляющего» воплощением механизмов закадровой игры. [4, с. 225]

Каждого человека формирует та телевизионная и зрительская атмосфера, в которой он живет. Он должен иметь свой голос, стиль и индивидуальность. Вслушиваясь в каждый голос, зритель представляет себе интеллектуальный потенциал, физическое и психологическое состояние человека, отражающего событие. Если человек уверен в себе, тогда голос звучит убедительно, а ведущий своей психологией и настроением может повлиять на других. Важным правилом для узбекского телевидения является правило избегания диалектов — произношение должно отвечать требованиям и нормам литературного языка. Каждая буква, каждая фраза при произношении характеризует значение как события, так и ведущего. Иначе он потеряется индивидуальность.

Правильное дыхание — основа хорошей речи. Если ведущий соблюдает это правило, тогда его речь, скорее всего, достигнет цели. Неопытного ведущего от профессионального отличает одаренность управления своим голосом. Чтобы показать важность информации надо действовать мимикой и естественной интонацией. Если ведущий читает текст с пониманием, реальный тон приходит само по себе. Надо отметить, опытный ведущий ведет себя свободно в прямом эфире, а это обеспечивает эффективность и повышает уровень воздействия передачи.

Специалист по PR-технологиям, главной задачей которого является формирование общественного мнения, должен ответить в своей публикации на три основных вопроса: «Кто?», «Что?», «Как?».

Кто? — Кто будет или уже есть как потребитель нашей информации? Кому мы интересны?

Что? — Что привлекает целевую аудиторию на нашем канале и в событии?

Как? — Как передать в ключевом сообщении, в данном случае телевизионном, нужные аудитории характеристики? [1]

Ведущему телевизионных новостей необходимо иметь приятный, хорошо поставленный голос и обладать совокупностью коммуникационных навыков. Он должен суметь передать ощущение интеллекта и понимания истории. Более того, его способность соединиться через эфир с обычным человеком является высшим среди дорогих атрибутов коммуникабельности. Идеальный ведущий, также должен быть в правильном возрасте — не слишком молод или слишком стар. [2, р. 100]

Журналистам часто необходимо быстро реагировать на экстренные сообщения, так как они работают во внеурочные часы и в некомфортных условиях. В получении новостей могут помочь различные организации, с которыми необходимо установить связи и отношения.

Поскольку наличие информативного мультимедийного контента выросло, актуальное значение приобретает образовательное видео. Создатели телевизионных новостей наблюдают за производством выпуска новостей и ответственны за нахождение сюжетов, создавая сегменты и экстренные сообщения. Они работают как часть команды, которая включает ведущих, операторов, сценаристов, обозревателей и редакторов. Для производителей телевизионных новостей важно иметь основательные журналистские навыки, часть из которых они могут получить в ходе обучения по программе бакалавра.

Так же, как и обучение, опыт в этой области жизненно важен для получения места продюсера. Большинство производителей начинают свою карьеру в интернатуре, и им дают возможность проложить себе путь по карьерной лестнице.

Общие требования: лидерство, управленческие навыки и творческий потенциал; сильный журналистский инстинкт, вербальная коммуникация и навыки письменного общения, способность выполнить работу в срок. Ведущий новостей — профессионал, который специализируется на представлении новостей в среде устно-визуального вещания. Телевидение, радио, информационные службы, интернет-трансляции используют ведущих, чтобы представить аудитории новости и комментарии. Эту должность считают чрезвычайно высокой, так как этот человек — лицо телеканала.

В основном ведущий новостей просто читает новости дня. Многие ведущие могут также добавить комментарий к прочитанному, а некоторые репортеры или журналисты активно ищут новости и сочиняют собственные сюжеты. В некоторых случаях этот человек может провести интервью или репортаж для важного экстренного сообщения. Эти передачи могут быть в записи или живые; если это прямой эфир, ведущий должен быть абсолютно уверен в информации, поскольку он сам свидетель происходящего. Он должен ответить на экстренное сообщение быстро и профессионально, предлагая комментарий, ин-

терпретацию и информацию для зрителей или слушателей.

Почти все ведущие тренируют голос, они изучают, как модулировать его, так, чтобы он мог быть понятен большинству людей. В телевизионной среде этот человек должен также быть осведомлен о своей внешности, и некоторые ведущие тратят много энергии на личный уход, чтобы быть уверенными в себе и хорошо выглядеть в эфире.

Быть ведущим — это очень увлекательно. Высокий статус дает возможность взаимодействовать с известными людьми, и они могут быть в центре исторически важных событий. Если ведущего новостей считают достаточно профессиональным, он или она может получить отдельную информационную программу, что предоставляет ему больше свободы для представления интересных тем. Широкая публика считает ведущих ценными источниками информации.

ТВ-ведущий — мужчина или женщина — сообщает о новостях, как правило, в прямом эфире. Он или она обычно читает по суфлеру. Ведущие пишут подводки и комментарии к сюжетам, снятым на местах, к информации о погоде, сообщениям спортивных журналистов. Профессионалы работают на камеру очень четко и доброжелательно. Многие ведущие в США работают вместе с исследователями и редакторами, чтобы придумать идеи для сюжетов и писать сценарии для передач.

Информационные передачи, как правило, готовятся, следуя достаточно стандартной процедуре. Большинство программ начинают один или два ведущих, читающих анонс программы. Может быть включена видеозапись со стороны в то время, когда ведущий читает текст зрителям. Ведущие также обеспечивают плавные переходы с живых репортажей полевых корреспондентов в другие части трансляции, например, к сюжету о спорте или о погоде.

ТВ-ведущий должен иметь возможность читать и интерпретировать информацию очень быстро, поэтому он может представить ее аудитории в четкой, сжатой, информативной форме. Сроки имеют важное значение для ведущих новостей, и профессионалам часто приходится делать звонки для уточнения, как можно сократить или удлинить репортаж, чтобы соблюдать хронометраж. Ведущий программы новостей, вероятно, одно из самых престижных и труднодостижимых уровней в журналистике. Часто профессионалы удерживают свои позиции в течение многих лет и люди доверяют узнаваемым лицам.

Словом, идеальный ведущий должен обладать определенными «косметическими преимуществами» — голосом, хорошим внешним видом, отображать соответствующее количество реальных эмоций. Наконец, ведущий должен быть «командным игроком», который может отражать собственный образ народа в рамках новостной организации. ТВ служит народу, поэтому любую информацию надо донести людям простыми словами, чтобы было по-



нятно. Цель одна, обеспечить аудиторию объективными новостями. Для этого иногда нужно использовать опыты зарубежных СМИ, а это даёт возможность ведущему наи-

более полно проявить свою индивидуальность и соответствовать ожиданиям различных групп зрительской аудитории.

### Литература:

1. Мutowкин, Л. А. Влияние имиджа телевизионного ведущего на формирование общественного мнения. // [www.promgups.com](http://www.promgups.com).
2. «Журналист», № 4, Апрель 2014.
3. Kimberly, M. TV news Anchors and journalistic tradition: how journalists adapt to technology. -NY.: Peter Lang publishing, Inc., 2010.
4. Телевизионная журналистика: Учебник/Под ред. А. Я. Юровского. -М.: Изд-во МГУ, 1994.

## Методы манипуляции массовым сознанием

Каюмова Мохларойим Ильхомовна, студент  
Узбекский государственный университет мировых языков

Глобализация информационных процессов, развитие и усиление влияния средств массовой информации на сознание людей ознаменовало собой конец XX века. Возрастает роль СМИ как «четвертой власти». Исследователи массовых коммуникаций говорят о грядущей эпохе «медиаократии». Одной из наиболее острых проблем современного общества является проблема скрытого воздействия СМИ на массовое сознание.

Когда речь идёт о манипуляции аудитории, многие исследователи акцентируют внимание на телевидении и интернет-СМИ. Да, эти два вида средств массовой коммуникации, имеют наиболее обширные возможности для воздействия на массовое сознание. Но не следует забывать, что элементы манипуляции существуют и в прессе. По мнению Е. Прохорова каждое государство осуществляет свою информационную политику с помощью СМИ, в частности, с помощью прессы [1].

Сравнительный анализ прессы Великобритании и США (2001 г) показал, что одна и та же проблема освещается в прессе двух стран абсолютно по-разному [2]. Язык СМИ Соединённых штатов более свободный и лаконичный, максимально близкий к разговорному стилю. В американской прессе больше всего встречаются материалы с критикой или статьи аналитического характера.

СМИ передовых стран давно отказались от функции пропаганды. Все реже встречаются статьи с нравоучением. Чего сложно сказать о газетах Узбекистана. Проблематичные статьи встречаются крайне редко. Часто журналисты пытаются придать новостям положительную окраску. Примечательна мысль узбекского ученого К. Бахриева: «Журналистика Востока старается найти положительные стороны всего. Есть склонность всё приукрасить. В Западных странах же журналисты больше пытаются найти проблемы в обществе. Язык СМИ западных стран острый, лаконичный [3]. К примеру, в одном номере газеты «Маърифат» (Про-

свещение) 88 из 467 слов имеет исключительно положительный смысл (12.10.2015). В частности, в статье «Преимущества биометрического паспорта» встречаются такие словосочетания: «быть удостоенным высокой чести», «большая честь», «реформы укрепления безопасности», «улучшение качества авиа полётов», «создание удобств», «помогает укрепить инфраструктуру» и т.д. [4] В общем, такие фразы как «отвечать международным стандартам», «удостоиться признания на международном уровне», «на уровне мировых стандартов» слишком часто встречаются в национальной прессе, но «что на самом деле представляет собой международные стандарты», «кем были приняты эти стандарты» — эти вопросы остаются открытыми. Также слишком часто и не целенаправленно, даже неуместно используют прилагательные «эффективный», «продвинутый», «улучшенный», «развитый», «совершенный» и т.д. Как известно, слова положительного или отрицательного оттенка не дают читателю объективного представления о происходящем. Это можно отнести к скрытой манипуляции массовым сознанием.

Совершенно противоположную картину можно наблюдать в освещении зарубежных новостей в узбекских газетах. Рассмотрим на примере газеты «Хуррият» («Свобода»). В рубрике «Чего нового в мире?» («Хуррият», 23.12.2014) представлены следующие новости: «45 потерпевших в дорожном происшествии», «Реформы не приводят к миру», «Банкет превратился в трагедию», «Военные городки разрушены», «Больше вреда чем пользы», «50 миллионов с неба», «Слон на пути поезда», «Сжег книги...», «Клиника оштрафована», «Пожар в заповеднике». Новости, представленные в этой рубрике, имеют только негативный смысл: катастрофы, пожары, трагедии, дорожные происшествия. В материалах этой рубрики использовано 46 слов с абсолютно негативной окраской. Слово «смерть» и его синонимы упомянуты 8

раз. Например, «45 человек погибли в этой катастрофе», «22 летний парень погиб на месте происшествия», «Показатель смертности вырос на 14 процентов», «Поезд сбил слона», «К сожалению, она покончила жизнь самоубийством», «Актёр скончался 2 ноября этого года». Эти новости ярко контрастируют с местными новостями, в которых всё представлено в позитивных красках. Если обратить внимание на суть этих новостей, они не несут в себе важную информацию. Возможно, эти новости не популярны даже в самих странах, к которым они относятся. Можно сделать вывод, что эти зарубежные новости представлены лишь для того, чтобы составить контраст с местными новостями. В этом и кроется скрытая манипуляция социальным сознанием. Также, примечательно и столь большое количество новостей в одном выпуске газеты. Это напоминает метод фрагментации. Информационный поток разбивается на отдельные фрагменты, не связанные друг с другом, в результате чего сознанию аудитории не удастся сформировать правильную картину мира. К тому же, у потребителей информации возникает неспособность сосредоточиться на чем-то одном, неспособность выделить основную мысль всего происходящего. По словам Ричарда Харриса: «Зная особенности восприятия и переработки информации в памяти человека, можно достаточно эффективно манипулировать общественным мнением. Используя СМИ как средство всемирной диктатуры, сильные мира сего навязывают пассивному большинству образцы-эталон, с помощью которых оно судит о себе и других. Они же создают новую иллюзорную реальность, ложный мир, дающий человеку забвение и возможность удовлетворения своих примитивных прихотей и желаний».

Естественно, возможности теле- или радиожурналистики нельзя сравнить с возможностями печатных изданий. Ричард Харрис пишет: «Основная различающая черта заключается в том, что смотреть телевизор или слушать радио можно компаниями, но чтение газеты — индивидуальный процесс» [5]. Из этого можно сделать вывод, что вероятность манипулировать аудиторией наиболее велика в печатной журналистике. Так как, читающий прессу человек остаётся один на один с газетой, то есть на него не смогут повлиять внешние факторы. Единственным возможным орудием манипуляции в прессе является язык. Как пишет Г. Солганик, «Язык не только выражает и оформляет идеологические, политические термины, положения, лозунги, но и оказывает значительное влияние на процессы социализации личности» [6]. Продолжая мысль ученого, можно сказать, что в журналистике, в частности, в печатных изданиях наиболее важную роль играет волюнтаривная — призывно-побудительная функция языка. То есть СМИ не только информируют, но и влияют на общество, распространяют идею, внушают мысль — одним словом манипулируют массовым сознанием. Этот процесс можно охарактеризовать следующим образом: *Адресант — интенция — текст — адресат — восприятие текста — воздействие*.

Следовательно, любая газетная статья не только текст или информация, но и средство воздействия на массовое сознание.

Многие методы манипуляции, как правило, являются скрытыми. К примеру, слова, которые имеют негативную окраску, заменяют синонимами с нейтральным смыслом — эвфемизмами. Это действенный приём создания положительного образа или нейтрализации для утверждения нужных идей. Например, в американских СМИ не употребляют фразу «Военные действия США в Афганистане», вместо этого говорится «Борьба Соединённых штатов против терроризма». Это и есть скрытая манипуляция общественным мнением.

Журналист может дать любую окраску слову с помощью правильно составленного контекста. К примеру, в современной узбекской журналистике слово «бизнес» часто используется в негативном значении. Например, «Кино: искусство или бизнес?» (Газета «Хуррият», 23.11.2014). Термин «пропаганда» в узбекской прессе всегда имеет положительное значение, в то время как в зарубежной журналистике это слово часто ассоциируется с понятием «агитация».

Эффективным средством управления массовым сознанием является использование идеологем. Примечательно то, что идеологема всегда маркирована, то есть эмоционально окрашена. Как правило, идеологема легко запоминается и создаёт иллюзию понимания у объекта манипуляции. К самым популярным негативно маркированным идеологемам в современной узбекской журналистике можно отнести понятия «советские времена», «коммунизм», «культ личности» и т.д. Позитивно маркированные идеологемы: «независимость» (имеются в виду суверенитет Узбекистана), «правительство», «демократия» и т.д. Также, одним из самых эффективных методов манипуляции является навязывание людям стереотипов. Зачастую, стереотипы принимаются людьми за знания. В прессе Узбекистана распространено понятие «переходной период». Это словосочетание употребляется для того, чтобы охарактеризовать низкие показатели благоустройства, которые являются временными трудностями до того времени пока Узбекистан не дорастёт до уровня развитых стран. Это распространённый в узбекской прессе стереотип, что все трудности в государстве связаны всего лишь с «переходным периодом» и настанут лучшие времена.

Еще более удобны для манипулятора метафоры. Это готовые штампы мышления, но штампы эстетически привлекательные. Так в узбекской прессе не употребляют слова «милиция», «армия», «военные силы». Вместе них употребляют метафоры «защитники отечества», «наша опора» и т.д. Поэтически выраженная мысль всегда играла огромную роль в соединении людей. Поэтому журналисты часто заменяют слово «Узбекистан» на метафоры «солнечный край», «сердце Азии», «жемчужина Востока» и т.д.

Анализ языка центральных, областных, районных газет Узбекистана не обнаруживает различий между ними. До-

минирует возвышена-торжественная тональность. Это особенно заметно в заголовках: «Страна с великим будущим», «Узбекистан — единая семья», «Дети счастливого народа», «В начале великого пути» и т.д. Это говорит о том, что информационная политика бывает не только внешней, но и внутренней. Сегодня в эпоху глобализации почти невозможно найти газетную статью, в которой не было бы скрытой манипуляции. Если сравнить манипулятивные приёмы, которые применяются в прессе Узбекистана, выделяется ряд наиболее популярных. К ним относятся: использование стереотипов и особенностей

восприятия, использования контрастности, повторение.

Многие исследователи массовых коммуникаций характеризуют манипуляцию с критической точки зрения. По сути СМИ — это орудие манипуляции массовым поведением, возможности которого еще в полной мере не осознаны. Не следует забывать, что масс-медиа способны служить различным целям: просвещать людей, развивать в них чувство духовности и т.д. Но какого вида ни была бы манипуляция, ее цели и приёмы остаются скрытыми для общества. Человек, как объект манипуляции, обесценивается.

#### Литература:

1. Прохоров, Е. П. «Введение в теорию журналистики», М.: «Аспект-пресс», 2003. Стр. 286
2. Малюга, Е. Н. Подходы к изучению вопросительных предложений в англо-американской прессе. М., 2001. Стр. 13
3. Бахриев, К. Демократия и права человек, Ташкент, «Иктисодиёт», 1997., стр.137
4. Иванова, А. «Преимущества биометрического паспорта»//«Маърифат», (12.10.2015)
5. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций, Москва, «ОЛМА-ПРЕСС», 2002, стр. 167
6. Солганик, Г. Я. О языке и стиле газет, М.: «Прогресс», стр. 42

## Сбор и обработка информации спичрайтером

Корнейчук Юлия Васильевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель;

Якупов Шамиль Атласович, студент

Нижевартовский государственный университет

Имея на руках тему и указания по разработке от заказчика, спичрайтер приступает к анализу будущей работы. Это значит, что в ходе анализа проблемы (с учётом её актуальности, сложности, обширности и многомерности) правильнее будет применять подходящие стратегические установки — правила исследования и осмысления происходящих явлений. Такое осмысление не означает пассивность в ходе работы, но это так же проверка, корректировка, дальнейшее развитие идей на основе материалов из различных источников. Безусловно, нужно отмечать самые интересные идеи и предложения. Обдумывание темы не означает применение всех существующих установок — используются только те из них, которые могут оказать помощь в ходе деятельности.

Первоначально предполагается определение уровня исследованности явления или проблемы. Это включает в себя полное (в рамках науки, производственной, практической сферы, мира или страны в целом) или частичное (только части или участка проблемы) изучение касательно или объекта в целом (в масштабе города, области) или одновременно. Концентрирование внимания зависит от сути и специфичности изучения целей выполняемой работы.

Например, возникает проблема в области экологии, связанная с радиоактивным загрязнением. В первую оче-

редь нужно проявить интерес, как такого рода проблема решалась до этого, какое мнение для решения было более актуальным и что предпринималось для её решения. Далее следует найти возможность применения данных решений на практике в современных условиях. Во-вторых, можно заняться анализом подобной проблемы в других местах и ознакомиться с наименее известными решениями проблемы с целью их применения.

Определение степени проблемы поможет сложить картину о широте и глубине изученности вопроса: сколько было исследований, их причины и обстоятельства, затраченное время на исследования, количество точек зрения, периодичность, детали, организованность, фундаментальность, методология, результаты, полноценность, логичность в сделанных выводах, соответствие общему пониманию, отдельные мнения.

Очень важно, чтобы найденная информация была актуальной, поэтому при выполнении заказанной руководителем работы необходимо всё время мысленно отвечать на вопрос: какие новые сведения получены. Если же ответ не получается положительным, необходимо делать что-то, чтобы он был таковым [1, с. 42].

На втором этапе работы происходит определение подобия и отличий в подходах к явлению. При решении поставленной задачи важно сравнивать источники на иден-

тичность, обращая внимание на детали и наиболее интересные факты. Это важно при формировании собственного мнения.

Не стоит забывать о выявлении несоответствий. Этот пункт необходимо проработать с особой тщательностью. В большинстве случаев несоответствия редко подвергаются критике по причине страха вступить в противоречие с общепринятыми положениями, по-другому проверить теорию на практике. С таким подходом нельзя назвать работу творческой. Факты не должны рассматриваться и классифицироваться посредством существующих формулировок. Любой фактический материал, особенно новый, необходимо оценивать с точки зрения того, возможно ли на его основе конкретизировать известные или создать новые положения, дополнить или откорректировать чью-либо классификацию.

Третий этап работы представляет собой привнесение фактического материала, т.е. приведение автором множества конкретных фактов. К примеру, в годовом отчете о работе коммунальных служб на основных магистралях столицы можно привести много уникальных неизвестных широкой общественности фактов об очистке улиц до «летнего состояния», об обработке противогололедными средствами, о специфике работы плужнощеточных автомобилей, о функционировании мобильных снегоплавильных пунктов и др. Доклад о мерах по борьбе с наркоманией также может содержать ряд примеров о привыкании к наркотикам, преступлениях, связанных с наркоманией, и др. Однако, снабжая доклад фактическим материалом, следует соблюдать меру: любой факт, который приведен спичрайтером, должен нести специальную смысловую и целевую нагрузку. Кроме того, фактографический материал необходимо сделать запоминающимся, новым (это соотносится с качеством новизны) и грамотно иллюстрировать рассматриваемые положения. Если даже работа не будет содержать достаточно свежих и глубоких идей, присутствие ценного, многогранного фактографического материала придаст ей ценность, так как, основываясь на нем, другие специалисты могут сделать нужные выводы и сформулировать различные идеи.

К этому же этапу можно отнести и наличие уникальных сведений, которые представляют собой редкие, малоизвестные сведения, например, факты и выдержки из раритетных или неизвестных большинству читателей изданий, архивов, рукописей, находящихся в музеях или у частных лиц, и др.

Четвертый этап — перспективность, т.е. возможность внедрения в практику. При изучении темы необходимо учитывать, обращена ли она в будущее, какие идеи других специалистов, работавших над ней ранее, определяют ее перспективу, прикладные возможности, потенциал. Нужно развивать эти идеи и проанализировать собственные, прежде всего определив общую перспективность изучения явления, затем конкретные перспективы (что это может дать для производства, улучшений

условий жизни, решения социальных задач и др.), направления разработки темы, способы внедрения идей исследования в практическую работу, повседневную жизнь. Все это следует четко указать в работе. Чтобы обнаружить практическую ценность темы, необходимо, выдвигая любое положение, всегда мысленно спрашивать себя, не слишком ли спичрайтер увлекся отвлеченными, далекими от жизни рассуждениями, и определить, имеет ли смысл формулировать очень правильные и тонкие мысли, которые подчеркнут высокую образованность и несомненную компетентность, но никогда никому не понадобятся на практике.

Следующий этап — наличие аргументов. В науке и деловом общении требуется гораздо большая логическая основательность аргументов, чем в обычном разговоре или речах ораторов. Необходимо разъяснить слушателю причины появления идей, оценок, формулировок, особенно новых, оригинальных. Если четкие объяснения не получаются, значит, эти идеи, оценки, формулировки будут сомнительными и неубедительными для других. Пояснения с точки зрения причины — очень распространенный и эффективный прием научной и деловой аргументации, который нужно использовать. Однако эти пояснения должны быть обоснованными, к ним не может быть применима известная фраза «Этого не может быть, потому что этого не может быть никогда!» Если, например, выдвигается тезис о нецелесообразности отмены смертной казни за тяжкие преступления, следует указывать причину: потому что страну захлестнут эти тяжкие преступления и к закону о смертной казни все равно придется вернуться, как уже было в истории нашей страны [1, с. 49]. При обосновании какой-либо мысли следует сделать ссылку на успешный опыт ее реализации, при критике идеи — на неудачный практический опыт ее применения. Последовательный, скрупулезный анализ всегда убедителен, однако ссылки на признанные авторитеты убедительны далеко не всегда. При использовании указанного приема нужно приводить цитаты из многих или хотя бы нескольких трудов различных ученых или специалистов.

Убедительная критика прежних представлений, которая является способностью далеко не каждого человека, также должна присутствовать в создаваемой речи. Одни люди сразу распознают нелогичность и смысловые неувязки в любом произведении, другие люди вообще не замечают имеющихся логических неточностей, непоследовательности мыслей. Спичрайтеру необходимо обладать критическими способностями и развивать их: вдумываясь в напечатанное произведение или устную речь, он должен быстро отмечать противоречия, неполноту описания, отдельные неувязки и прочие недостатки чужих представлений, концепций, рассуждений. Эти недостатки он должен констатировать при анализе услышанного или прочитанного текста так, чтобы не осталось сомнения в их существовании (т.е. приводить доказательства, факты). Убедительность критики возрастет, если она



конструктивна: необходимо предложите новую классификацию, новую концепцию, которые будут выглядеть явно более совершенными.

Одним из важных моментов является наличие в работе критического анализа (разумеется, справедливого, объективного, с использованием корректных выражений) чужих взглядов, чужих работ ради интересов дела и ради истины: ведь все сферы знания и практической деятельности развиваются и совершенствуются по существу всегда за счет обнаружения недостатков или несовершенств [1, с. 53].

Глубина исследования, которая основана на фундаментальном знании всего, что было сделано по данной теме или проблеме, и демонстрации такого знания автором; детальном рассмотрении спорных, дискуссионных моментов и сделанных выводов; глубоком проникновении в причины рассматриваемого явления и описании возможных и реальных его последствий, связей с другими явлениями — далеко не ясных с первого взгляда, но обнаруженных исследователем-специалистом.

Новые приемы и методы исследования. Ими являются современные методы, которые уже признаны и апробированы. Используя их, автор отрицает приверженность только к старым, традиционным приемам исследования. Например, использование компьютера для прогнозирования перспектив каких-либо социальных или экономических явлений.

Для полноценной работы важно собрать нужную информацию. В данном этапе требуются навыки работы с монографиями, статьями, энциклопедическими справочниками, словарями. Работая над заданной темой, следует обращать внимание на литературу, которая специализируется по текущей проблеме, одновременно расширяя круг источников информации: монографии, авторитетные учебники, лексикографические труды и издания, отраслевые журналы.

Далее следует обработка найденного материала. Особенность этого этапа состоит в переходе от рецептивности

к продуктивности, то есть это переход к созданию письменной работы на основе полученного материала.

Всякое явление необходимо изучать с учётом различных аспектов, к примеру, в профессии учителя можно выделить: требования к нынешним преподавателям, к подготовке кадров, роль учителя роли наставника, насколько он самообразован и планирует ли он повышение квалификации.

Первый пункт основан на анализе явлений, проблемы и установление их связей с различными сторонами и явлений социальной жизни. Второй пункт основан на анализе собранных материалов. В поиске новых аспектов надо расширять и углублять общеизвестные аспекты. Так же важно установить чёткую взаимосвязь одного и того же явления.

Следующим этапом является квалификация. При создании классификации необходимо соблюдать логические, научные правила классифицирования, например, подразделять на основе единого основания. В соответствии с принципом единого основания однородные понятия, каждое из которых отвечает определенным явлениям, обязательно должны быть объединены в единое, ближе для них родовое понятие и рассматриваться как его виды, разновидности. Например, в высказывании «В текущем году время в обществе все больше беспокоит вопрос соблюдения социальных гарантий для работников бюджетной сферы: воспитателей, учителей, преподавателей, врачей» названные типы профессий объединены общим понятием — «работники бюджетной сферы» [1, с. 45].

Таким образом, сбор и обработка информации спичрайтером является многоэтапным сложным заданием, в течение которого производятся процессы отбора, фильтрации данных, классифицирования и систематизации. В целом рассмотренная деятельность предполагает у сотрудника наличие различных умений и навыков как в области работы с письменноречевой и устноречевой коммуникацией, так и в области аналитики и сравнительного анализа.

### Литература:

1. Гойхман, О. Я., Гордиенко, Т. В., Надеина, Т. М., Романова, Н. Н., Соловьев, Э. Я., Филиппов, А. В. Теория и практика референтской деятельности: Учеб. пособие [Текст]/О. Я. Гойхман, Т. В. Гордиенко, Т. М. Надеина, Н. Н. Романова, Э. Я. Соловьев, А. В. Филиппов/Под общ. ред. О. Я. Гойхмана. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 272 с.

## Реклама в интернете как объект лингвистического исследования

Якунина Марина Леонидовна, аспирант

Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова

*Статья посвящена некоторым аспектам одной из форм массовой коммуникации — рекламе в Интернете, таким как специфика, модель, виды интерактивной рекламы, а также экологичности/неэкологичности речевой составляющей.*

Общеизвестно, реклама — «двигатель торговли» и зародилась в нашем обществе одновременно с торговлей в доисторические времена. «Устную рекламу распространяли разного рода зазывалы. Письменная реклама воплощалась, помимо папирусных свитков и вощеных дощечек, надписями на придорожных камнях, а также на зданиях» [1].

Рекламное сообщение состоит из вербальной составляющей (текста) и невербальной составляющей (изображения, звукового и музыкального сопровождения и т.п.). В рекламном тексте (как письменном, так и устном) обычно выделяют заголовок, собственно текст, а также слоган и эхо-фразу, в сжатом виде отражающую основной пафос сообщения [2].

Широкое распространение реклама получила с открытием массовых коммуникаций. По ряду причин интернет-реклама (далее ИР) становится все популярнее, так как именно интернет-коммуникация (далее ИК) позволяет объединить в себе возможности всех традиционных печатных и электронных СМИ: товар представлен в цвете и со звуком, в движении, с различными визуальными эффектами. ИР способна дать качественную исчерпывающую информацию о продукте в удобном виде (как пресса и телевидение), за счёт чего обеспечивает сильное воздействие на потребителя.

В отличие от традиционных СМИ, в Сети для ИР нет строгого ограничения на объем информации, что является, безусловно, важным фактором для рекламодателя, позволяющим использовать большее количество фактов, аргументов, мнений и прочего, в результате различные аспекты раскрываются глубже и представляются убедительнее. Несомненным достоинством ИР также является возможность апробации в Интернете некоторых товаров, это демоверсии программ, аудиозаписей, книг и др. Таким образом, ИР подходит для рекламирования традиционно «эмоциональных» (те, которые приобретаются для удовольствия) и «рациональных» товаров, к выбору которых надо подойти практически.

Самая распространенная форма ИР — это баннеры, то есть графическое изображение (англ. banner — флаг, транспарант) с текстом. В отличие от статичных баннеров в прессе, ИР приобретает динамичность — смена одного текста другим последовательно, бегущей строкой или по частям. Специфика Интернета позволяет не выкладывать всю подробную информацию в баннер, а перенаправить читателя к дополнительным сведениям с по-

мощью гиперссылки на залинкованные страницы (линк от англ. link «ссылка», «связь», буквально гиперссылка), на которых размещаются все подробные сведения, включая цены, детали, адрес и проч.

В современной науке достаточно широко освещаются вопросы эффективного воздействия на адресата в конкретной ситуации общения, однако, материалом прагматических исследований редко становятся тексты ИР. Исследователь Е. С. Иванова в статье «Коммуникативно-прагматические аспекты текстов интернет-рекламы» [3, с. 91], опираясь на представление о теории речевых актов как о ключевом элементе лингвистической прагматики, рассматривает особенности функционирования в текстах ИР различных типов иллокутивных актов, особо рассматривая вопрос реализации коммуникативных стратегий и тактик. Автор пишет: «Необходимость выделения характерных особенностей рекламы в Сети обусловлена растущей популярностью и важностью Интернета как одного из наиболее интенсивно развивающихся и перспективных каналов коммуникации» [3, с. 92].

Интенсивность развития ИР подтверждают следующие исследователи (ниже), рассматривая новый формат ИР, распространяемый в рамках интерактивных каналов ИК. Этот формат — интерактивная реклама (inter — «между» и active — «деятельность, активность»), которая имеет цель «вовлечение потенциальной целевой аудитории в рекламный процесс в виде непосредственного творческого взаимодействия пользователя с рекламным сообщением при помощи определенного игрового инструментария» [4, с. 172].

И. А. Пантелеева, Г. Ю. Прокопьева описали интерактивную рекламу как модель взаимодействия рекламодателя с целевой аудиторией и указали ее особенности: «Интерактивная реклама представляет собой новый тип рекламной коммуникации, в которой целевая аудитория принимает непосредственное участие в форме игры». Авторы поясняют: «Интерактивная реклама как самостоятельный вид отличается существенной игрофикацией рекламных процессов и подразделяется на определенные виды с позиции подачи контента пользователям» [4, с. 173]. Благодаря игровому аспекту, пользователь приобретает в рекламном процессе творческую функцию — он «соавтор», обладающий возможностью писать сценарии рекламного сообщения (или элементы сценария).

Безусловным лидером отечественного рынка по установкам интерактивной рекламы, уточняют авторы, является компания Mail.ru, которая в значительной степени превосходит по количеству загружаемых материалов своих конкурентов (38 млн активных пользователей), однако лидерство по количеству установок игр в социальных сетях принадлежит сети «Одноклассники» — 493 млн установок. На втором месте находится сеть «ВКонтакте» — 398 млн установок [4, с. 174].

Назовём наиболее распространённые виды интерактивной рекламы (по материалам сайта «Инновационная лаборатория»): интерактивная витрина, стена, проекция на пол (стену, потолок), интерактивный промоутер, интерактивные барные стойки, билборды, столы, Shelf-TV дисплеи, дополненная реальность [5].

Действительно, в настоящее время реклама, на которую можно только смотреть, стремительно устаревает. На смену ей пришли совершенно новые интерактивные носители, которые абсолютно иначе влияют на чувство восприятия, поэтому текст в них представлен минимально — название бренда. Например, цифровая реклама фотоаппарта Nikon (<http://xage.ru/samyie-interesnyie-primeryi-interaktivnoj-reklamyi/>). См. рисунок 1.

«Молодежный портал — фото, гаджеты, дизайн, игры, авто, спорт, фильмы» так описывает данный рекламный продукт: «Интереснейшая реклама, которая изображает толпу фотографов, начинающих действовать, как только кто-то проходит мимо. На людей это действует безотказно — пройти мимо такой рекламы попросту нельзя. Представьте себе — вы проходите мимо, обдумывая что-то, и тут куча непонятно откуда взявшихся людей начинает вас фотографировать. Конечно, подобные действия привлекают внимание! Конечно, фотографии здесь — только изображение, которое срабатывает тогда, когда кто-то проходит мимо. Кстати, реклама эта посвящена фотоаппарату D700. На видеостене все «фотографы» снабжены именно этим девайсом. Кстати, рекламка расположена в Сеуле».

К новым формам ИР также относятся офферы — рекламные сообщения спонсоров, готовых поощрить те или иные действия пользователей. Уточним значение слова: «Оффер, — а, м. (геймеры) — атакующий игрок, ведущий за собой других» (Словарь молодежного слэнга. <http://www.mathsolution.ru/slang/7244>). Этимология: «Оффер от лат. offertus — предложенный; англ. offer письменное или устное предложение одной стороны (оферентом) вступить в договорные отношения с другим лицом (акцептантом). Оффер: рекламное сообщение спонсора, готового поощрить те или иные действия пользователей, продать товар. В переводе с английского слово offer означает «выгодное предложение». Например: Оффер — это то, что увеличивает продажи («Бизнес-словарь». <http://vslovare.ru/slovo/biznes-slovar/oferta/>).

Оффер — это реклама, в основе своей имеющая модель CPA (click per action), т. е. «оплату за действие» [6]. Оплата за действие подразумевает, что заказчику нужны не клики или показы, а именно действия пользователей — регистрации, публикации, голосования и покупки. Офферы дают возможность заказчику провести своего пользователя «за руку» по маршруту, задуманному самим рекламодателем, стимулируя пользователя выполнять именно те задачи, которые нужны рекламодателю.

В офферах возможны любые виды таргетинга (англ. target — «цель» — рекламный механизм) — пол, возраст, география, социальные сети и конкретные приложения. Маркетологи, «продвигающие» данный рекламный продукт, уверены, что офферы — это «работа с самой большой и самой активной аудиторией. На играх уже выросло целое поколение. В будущем количество воспитанных на играх людей будет только увеличиваться. Дело не в том, что эти люди знают и играют в игры, а в том, что большинство из них действительно ЛЮБЯТ игры. Игры — это уже состоявшееся настоящее и за ними будущее».

Стоит отметить, что перечисленные виды ИР редко становятся предметом исследования учёных-лингвистов



Рис. 1. Интерактивная реклама от Nikon

в силу слабой представленности текстовой части, исключения составляют немногочисленные статьи о прагматике текста ИР (выше). Однако, данная форма ИК не может быть обойдена вниманием лингвистов, обеспокоенных этической стороной вопроса: там, где вследствие невысокой стоимости и открытости ресурсов возможность размещения рекламы становится общедоступной, а информация при этом не проходит процедуры должного контроля (в Интернете), возможны серьезные нарушения этики рекламной коммуникации.

Приведём пример из переписки «прошкольников» — пользователей сайта «Прошколу.ру» (<http://www.proshkolu.ru/user/lyda22222/blog/518259/>). Тема: «Одолела реклама».

*«Одолела меня реклама на моем ЛЮБИМОМ ноутбук! Помогите, добрыми советами. Что-то блокирующее вроде бы установила, но она (реклама) лезет ото всюду!»*

*«Чтобы открыть нужную страницу, открывается страница Loading, ее закрываю и возвращаюсь на ту, что мне нужна. Для меня это проблема! Что это такое и с чем «ее едят» — не знаю. Если можно, пошагово помогите!»*

*«Настройте свой браузер. Я пользуюсь Оперой, реклама хорошо блокируется расширением ...» (название удалено).*

*«Я тоже пользуюсь Оперой. Дня три назад мне убрали китайскую рекламу или как мне объяснили — своеобразная китайская антивирусная программа, и откуда ни возьмись стала появляться другая реклама. В Опере я настроила АБР, но помогает чуть-чуть... А сейчас еще выяснилось, что в Одноклассниках не могу открыть Сообщения. Наверное, как-то все связано!»*

*«Поставьте .... (название удалено). Всего 200р. на 2 устройства — комп и телефон. Очень удобно! Страница чиста как девственница!»*

*«Людмила Николаевна, пусть этот спец вернёт всё на свои места».*

*«Да, что-то надо придумывать...»*

*«Как удалить появляющуюся рекламу в браузере при запуске компьютера?»*

*«Мне кажется — смириться...» (авторский стиль, орфография и пунктуация сохранены).*

Данный пример иллюстрирует «народную борьбу» с агрессией ИР.

Вопросами «чистоты» текстов ИР и их влияния на речь занимаются эколоингвисты, в частности, красноярские учёные А. П. Сковородников и Г. А. Копнина [7], которые утверждают, что «речь может наносить вред не только адресату, но и окружающей среде». Экология речи не только изучает вербальные тексты и речевую коммуникацию в аспекте их воздействия на адресата, но и разрабатывает пути и способы совершенствования речевой практики. Экология коммуникации призвана обеспечить умение «избегать коммуникативных сбоев, провалов, различного рода травм», поиск средств по их ликвидации, а также должна научить общающихся использовать терапевтические ресурсы Слова [8].

В настоящий момент в научном сообществе в рамках эколоингвистики обсуждаются вопросы нетикета (веб-этикета). «Сетевой этикет (нетикет) отличается от традиционного, в котором постепенно вырабатывались и продолжают вырабатываться свои нормы и правила общения. Интернет-коммуникация, активно развивающаяся в последние два десятилетия, пока еще находится на стадии становления норм, в частности — этических. Какими будут нормы и правила этого сетевого этикета зависит не только от существующих норм языка, но и от самих пользователей сети и от тех, кто в силу профессии, может влиять на формирование речи» [10].

Итак, ИР, в том числе интерактивная реклама, — наиболее интенсивно развивающийся канал коммуникации, представленный в ИК новейшими формами, уникальными по силе воздействия. Именно последний факт вызывает обеспокоенность со стороны эколоингвистов, социологов и простых пользователей, не желающих попадаться в ловушки интернет-маркетологов.

#### Литература:

1. Википедия — свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 30.01.2016).
2. Пирогова, Ю. К., Паршин П. Б., Баранов А. Н. и др. Рекламный текст: семиотика и лингвистика/Под ред. Ю. К. Пироговой, П. Б. Паршина. М., 2000. URL: [http://communication\\_psychology.academic.ru/](http://communication_psychology.academic.ru/) (дата обращения: 23.01.2016).
3. Иванова, Е. С. Коммуникативно-прагматические аспекты текстов интернет-рекламы/Филология. с. 91—98. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-pragmaticheskie-aspekty-tekstov-internet-reklamy> (дата обращения: 15.12.2015).
4. Пантелеева, И. А., Прокопьева Г. Ю. Интерактивные технологии в рекламе: особенности построения рекламной коммуникации в интернет-сегменте/Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2014. 3 (144). с. 172—178.
5. Инновационная лаборатория. URL: <http://ipremierlc.ru/galereya/chto-takoe-interaktivnaya-reklama.html>. (дата обращения: 14.12.2015).
6. URL: <http://planbmedia.com/what-are-offers/> (дата обращения: 01.02.2016).



7. Сковородников, А.П. О предмете эколлингвистики применительно к состоянию современного русского языка/А.П. Сковородников // Экология языка и коммуникативная практика, 2013. № 1. — С. 194–222. — URL: <http://ecoling.sfu-kras.ru/wp-content/uploads/2013/12/Skovorodnikov.pdf> (дата обращения: 28.12.2013).
8. Копнина, Г.А. Экология языка и экология речи как разделы эколлингвистики/Г.А. Копнина // Экология языка и коммуникативная практика, 2014. № 2. — с. 78–89.
9. Шаховский, В.И., Н.Г. Солодовникова. Терапевтическая функция языка как проблема эколлингвистики. URL: [http://tverlingua.ru/archive/015/content\\_15.htm](http://tverlingua.ru/archive/015/content_15.htm) (дата обращения: 15.11.2015).
10. Якунина, М.Л. К вопросу о лингвозэкологии и лингвоэтике: влияние интернет-коммуникации на современную речь (на материале переписки школьников (социальная сеть «ВКонтакте») и взрослых на сайте «Черёмушки19.ру») URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25142712> (дата обращения: 30.01.2016).

*Научное издание*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ

II Международная научная конференция  
Краснодар 2016 г.

*Материалы печатаются в авторской редакции*

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *П.Я. Бурьянов*

Подписано в печать 24.02.2016. Формат 60х90 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>.

Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 9,92. Уч.-изд. л. 6,71. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»  
420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.