

Ministry of Education and Science of the Russian Federation
Federal State-Funded Educational Institution
for Higher Professional Education
“Moscow State Linguistic University”



VESTNIK
of Moscow State Linguistic University

The year of foundation – 1940

Issue 19 (705)
LINGUISTICS

SEMIOTIC HETEROGENEITY
OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

PART I

Moscow
FSFEI HPE MSLU
2014

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Московский государственный лингвистический университет»

ВЕСТНИК
Московского государственного лингвистического
университета

Год основания издания – 1940

Выпуск 19 (705)
ЯЗЫКОЗНАНИЕ

СЕМИОТИЧЕСКАЯ ГЕТЕРОГЕННОСТЬ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЧАСТЬ I

Москва
ФГБОУ ВПО МГЛУ
2014

Печатается по решению Ученого совета
Московского государственного лингвистического университета

Главный редактор издания
доктор педагогических наук, профессор, академик РАО
И. И. Халева

Издание входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых публикуются основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук



Редакционная коллегия:

д-р филол. наук, доц. И. А. Гусейнова;
канд. филол. наук Н. А. Дудик
(*ответственный редактор*);
д-р филол. наук, проф. Т. В. Писанова;
канд. филол. наук, проф. Г. М. Фадеева;
К. О. Чистова (*ответственный секретарь*)

© ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2014

Издание зарегистрировано 10 октября 2014 г. Эл № ФС77-59634 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Учредитель: ФГБОУ ВПО МГЛУ

Над выпуском работали:

Редактор Е. М. Евдокимова
Компьютерная верстка Ю. Л. Герасимовой
Дизайн обложки А. Г. Проскуракова

ФГБОУ ВПО МГЛУ
Адрес редакции:
119034, Москва, ул. Остоженка, 38
Тел.: (499) 245 33 23
E-mail: ipk-mglu@rambler.ru

ОАО Агентство «Роспечать»
Подписной индекс – 18066
Подписано в печать 20.11.2014 г.
Объем 12,8 п. л. Формат 60x90/16
Сетевое электронное научное издание
Заказ № 1243

Перепечатка материалов Вестника МГЛУ
возможна при обязательном письменном согласовании с редакцией издания.
Ссылка на издание при перепечатке обязательна

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Городецкий Б. Ю., Петрова Ю. Н.</i> Семиотическое моделирование творческого потенциала языковых конструкций	9
<i>Гулзода Н. Д.</i> Некоторые эквиваленты русских фразеологизмов в поэме «Шахнаме»	19
<i>Долинский В. А.</i> Универсальный символ и ассоциативное поле	28
<i>Каражаева Э. И.</i> Лингвистические стратегии в политическом дискурсе (на примере предвыборных вербальных стратегий Барака Обамы и Джона Маккейна)	46
<i>Косиченко Е. Ф.</i> Стереотипизированный образ «простого американца» сквозь призму собственных имен (на материале романа Дж. Апдайка «Кролик вернулся»)	54
<i>Маслова О. В.</i> Зона личной автономии в коммуникативном поведении англичан и русских	64
<i>Негодова О. В.</i> Эффективность применения стереофильмов на занятиях иностранным языком (экспериментальные исследования)	75
<i>Нечаева В. С.</i> Когнитивный конфликт в институциональной коммуникации (на материале электронной деловой немецкоязычной переписки)	91
<i>Писанова Т. В.</i> Автопоэзис смыслов в романах Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара	102
<i>Потапова Р. К., Комалова Л. Р.</i> База данных русскоязычных текстов, содержащая единицы семантического поля «агрессия»	112
<i>Северина Е. А.</i> Фельетон как «гибридный» жанр публицистического дискурса (на материале немецкоязычной прессы)	122

<i>Сескутова И. К.</i>	
Семиотические аспекты англоязычной публицистики	135
<i>Сухоруков Е. А.</i>	
Соотношение понятий «фольклорная – литературная – авторская сказка» (на примере современных экологических авторских сказок)	144
<i>Тазетдинова Р. Р.</i>	
Психологические основы формирования языковой личности	152
<i>Титкова О. И.</i>	
Явление рекуррентности в корпоративном дискурсе	166
<i>Тырыгина В. А.</i>	
Жанр в перспективе трех семиотических измерений	176
<i>Шершукова О. А.</i>	
Выбор личного местоимения в португальском дискурсивном пространстве	188
<i>Сироджиддини Эмомали</i>	
Язык романа «Восе» Сотима Улугзода	198

CONTENTS

<i>Gorodetsky B. Y., Petrova Y. N.</i> Semiotic Modelling of the Creative Potential of Language Constructions	9
<i>Gulzoda N. D.</i> Some Equivalents of Russian Phraseological Units in the «Shahnameh»	19
<i>Dolinsky V. A.</i> The Universal Symbol and the Word Association Field	28
<i>Karazhayeva E. I.</i> Linguistic Strategies in Political Discourse (Verbal Strategies Used by Barack Obama and John McCain in their Electoral Campaigns)	46
<i>Kosichenko E. F.</i> The Stereotyped Image of a “Common American” in terms of Proper Names (a Study on Proper Names in «Rabbit Redux» by John Updike)	54
<i>Maslova O. V.</i> The Area of Personal Autonomy in English and Russian Communicative Behavior	64
<i>Negodova O. V.</i> Effective Use of Stereofilms in Language Learning (experimental research).....	75
<i>Nechayeva V. S.</i> Cognitive Conflict in Institutional Communication (German Electronic Business Correspondence).....	91
<i>Pisanova T. V.</i> Autopoiesis of Meanings in the Novels by G. Garcia Marquez and J. Cortazar	102
<i>Potapova R. K., Komalova L. R.</i> Database of Russian Texts Containing Units of the Semantic Field “Agression”	112
<i>Severina E. A.</i> The Feuilleton as a Hybrid Genre of Journalistic Discourse (Based on Press Reports in the German Language)	122

<i>Seskutova I. K.</i>	
The Semiotics of English Publicist Discourse	135
<i>Sukhorukov E. A.</i>	
A Correlation among «Folk – Literary – Author’s Fairy Tale» (Based on Contemporary Ecological Author’s Fairy Tales)	144
<i>Tazetdinova R. R.</i>	
A Psychological Framework for the Linguistic Personality	152
<i>Titkova O. I.</i>	
The Recurrence Phenomenon in the Corporate Discourse	166
<i>Tyryguina V. A.</i>	
Genre in the Perspective of Three Semiotic Dimensions	176
<i>Shershukova O. A.</i>	
The Choice of the Personal Pronoun in Portuguese Discourse Space	188
<i>Sirodjiddini Emomalii</i>	
The Language of the Novel «Vose’» by Sotim Ulugzada.....	198

УДК 81-139

Б. Ю. Городецкий, Ю. Н. Петрова

Городецкий Б. Ю., д-р филол. наук, зав. каф. лингвистической семантики МГЛУ; e-mail: byg@bk.ru

Петрова Ю. Н., канд. филол. наук, ст. научный сотрудник
ОАО «Научно-исследовательский конъюнктурный институт»;
e-mail:barsuk-khomyak@yandex.ru

СЕМИОТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ЯЗЫКОВЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Предметом исследования являются семиотические механизмы реализации конструкций с кумулятивным отрицанием в разнообразных сценариях практического поведения коммуникантов. Цель работы – осуществить сопоставительное моделирование тех прагмасемантических средств, которые обеспечивают эффективное решение коммуникантами их жизненно важных задач. В качестве методологической основы исследования выступает концепция органического соединения теории семантики и теории коммуникации.

Ключевые слова: семиотика; семиотические механизмы; кумулятивное отрицание; дискурс; текст; коммуникативная семантика; языковые конструкции; вербальная коммуникация.

Gorodetsky B. Y., Petrova Y. N.

Gorodetsky B. Y., Doctor of Philology;
Head of the Department of Linguistic Semantics; e-mail: byg@bk.ru

Petrova Y. N., Candidate of Philology (PhD); Senior Research Fellow,
the All-Russian Scientific Research Institute
for Economic Conjuncture OJSC (VNIKI); e-mail:barsuk-khomyak@yandex.ru

SEMIOTIC MODELLING OF THE CREATIVE POTENTIAL OF LANGUAGE CONSTRUCTIONS

The subject of the investigation is semiotic mechanisms for using constructions with cumulative negation under various scenarios of communicants' practical behaviour. The main purpose of the article is comparative modelling of the pragma-semantic means which allow communicants to effectively resolve vital matters. The conception of an organic combination of the semantic and communication theories is used as the methodological basis for the investigation.

Key words: semiotics; semiotic mechanisms; cumulative negation; discourse; text; communicative semantics; language constructions; verbal communication.

В статье рассматриваются семиотические возможности языковых конструкций как естественных и удобных единиц при моделировании вербальной коммуникации.

Концепция и методы исследования отработаны на материале конструкций с кумулятивным отрицанием, взятых в контексте употребления их в различных текстовых массивах в экспериментальных условиях [10]. При всем разнообразии полученных фактов интегральный принцип работы – это прагмасемантический подход к объяснению механизмов конструирования текста.

Такой подход органично вписывается в современные тенденции лингвистики – изучение прагмасемантических и семиотических механизмов, лежащих в основе функционирования различных языковых единиц и конструкций. Именно вербальное общение, или вербальная коммуникация, носит интегральный характер по отношению ко всем другим явлениям в сфере языкового поведения людей, сущность этой совместной семиотической деятельности сводится к семантическим процессам [7].

Прагматические факторы прежде всего связаны с понятием *дискурсивного пространства* (или типа «языковой игры» в смысле Л. Витгенштейна [4]). В статье используется материал двух дискурсивных пространств – устного речевого творчества детей дошкольного возраста и письменной коммуникации в официальном общении взрослых (в области законодательного творчества).

Материалом для исследования юридического стандартизированного языка послужили кодексы РФ, детской речи – опубликованные дневниковые записи (возрастной диапазон от нуля до семи лет) и собранные нами аудиозаписи диалогов матери и ребенка (возраст от одного года восьми месяцев до четырех лет).

Семиотическая гетерогенность изучаемых конструкций обеспечивает их творческие возможности применительно к языку в целом, однако в разных подъязыках они реализуются по-разному. К числу характерных примеров из вышеперечисленных дискурсивных пространств относятся следующие: *Это никакая не птичка!* (детская речь); *Никакие доказательства не имеют для суда заранее установленной силы* (законодательное творчество).

Семиотическое моделирование творческого потенциала различных языковых конструкций находит все более широкое применение при создании конструктивных прикладных лингвистических моделей. Для этого необходимо учитывать различные идейные источники (подходы). Во-первых, логические направления в философии

конструкций (как в плане выражения, так и в плане содержания), а именно – мы используем методы порождающих моделей языка. Эти методы позволяют эксплицировать порождающую силу изучаемых конструкций и их способность «разворачиваться» в процессе устной или письменной речи.

Полная семиотическая модель кумулятивного отрицания учитывает как базовую семантику (на уровне языковой памяти), так и прагматическую организацию смысла (на уровне коммуникативной ситуации). Естественно, в такой модели большую роль играет используемый метаязык. Он должен быть удобным для описания столь различных дискурсивных пространств.

В описании механизмов детской речи наиболее значимым оказывается прагмасемантический компонент модели: здесь исчисляются практические и коммуникативные намерения ребенка с помощью теории речевых актов.

Следует отметить, что метаязык для описания иллюкутивных сил на конкретном уровне в рамках конкретного дискурса только начинает разрабатываться, поэтому в данном исследовании мы ни в коем случае не претендуем на абсолютную правильность и точность формулировок.

Проанализировав высказывания, содержащие конструкции с кумулятивным отрицанием, в трех вышеперечисленных аспектах, мы выделили 20 типовых практических целей, 12 коммуникативных целей и 9 групп экспрессивной позиции. Приведем два примера (по одному из юридического стандартизированного языка и языка детской речи):

1. Никто из судей не вправе воздержаться от голосования.

Практическая цель: определить правила поведения определенного множества людей в определенной практической ситуации.

Коммуникативная цель: информирование о правах.

Экспрессивная позиция: отстраненное регулирование институционального поведения.

1. Нейтральный эмоциональный фон.

2. Уважение на социальной дистанции, вежливое поведение, вежливое отношение вышестоящего к нижестоящему на социальной дистанции.

3. Официальный стиль.

2. *Икак акить, тико исяит.*

(Никак не открыть, стекло мешает.)

Практическая цель: получить помощь взрослого.

Коммуникативная цель: констатация того факта, что какое-то дело не получается.

Экспрессивная позиция: возмущение, недовольство, обида.

1. Отрицательная эмоция.
2. Неуважение на персональной дистанции, невежливое поведение, невежливое отношение нижестоящего к вышестоящему на персональной дистанции.
3. Бытовой диалог (разговорный стиль).

Для подъязыка правовых актов наш материал позволил построить весьма разветвленную модель трансформационного типа. Она, как и следовало ожидать, характеризуется нечеткостью и включает вероятностные характеристики.

Порождающая модель состоит из двух основных компонентов – ядерного и трансформационного. В ядерном компоненте представлено порождение типовых конструкций, в трансформационном – процесс их развертывания.

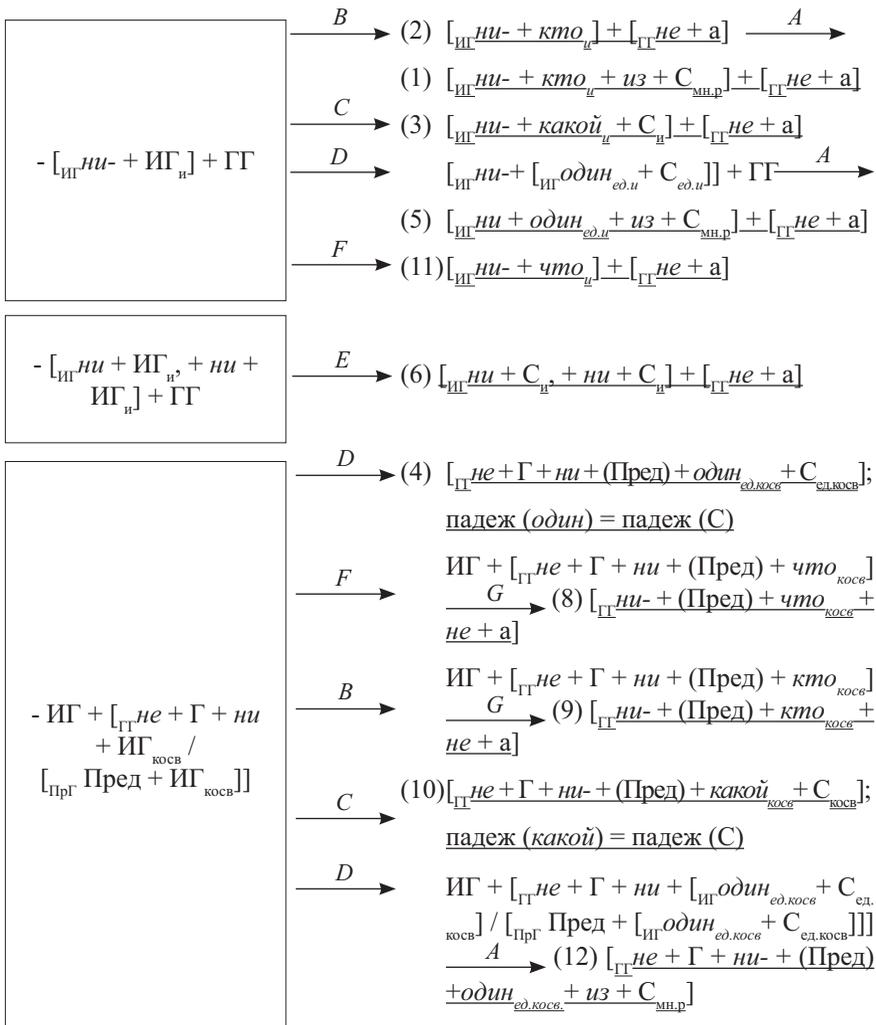
В исследовании мы не ставили цель – предложить готовую модель, полностью адаптированную для систем автоматического анализа и синтеза речи. Мы хотели бы отметить, что литература по различным аспектам формализации порождающих моделей огромна, это тысячи книг и статей – как последователей Хомского, так и его оппонентов (в частности, тех ученых, которые положили начало развитию так называемой порождающей семантики). У нас порождающая модель применяется для решения конкретных задач на различных этапах нашего исследования. Здесь мы следуем общему пониманию данного типа моделей: это просто способ компактного и одновременно системного описания некоторого множества лингвистических объектов.

Результаты моделирования основных аспектов коммуникативной организации смысла в высказываниях, содержащих кумулятивные отрицательные конструкции, были далее проинтерпретированы как с точки зрения принадлежности высказываний к определенному подъязыку, так и с точки зрения особенностей актуализации в них изучаемых конструкций.

Юридический подъязык и подъязык детской речи – это крайние точки в развитии системы иллокутивных сил, которые скрыты в конструкциях с кумулятивным отрицанием. Мы обратились к двум разным подъязыкам, поскольку в рамках одной работы невозможно рассмотреть все основные этапы развития иллокутивной семантики этих

конструкций как в онтогенезе, так и в филогенезе. Очевидно, что такое моделирование обнаружило бы культурно значимую эволюцию в развитии коммуникативной семантики по мере развития цивилизации и соответствующего ей дискурса. Естественно, что крайние точки в таком развитии не имеют пересечений в составе иллокутивных сил.

Порождающая модель конструкций с кумулятивным отрицанием в подъязыке правовых актов



$$\begin{array}{l}
 \text{- ИГ} + [\text{ИГ} \text{не} + \Gamma + \text{ни}] \\
 + \text{ИГ} \text{косв} / [\text{ИГ} \text{Пред} + \\
 \text{ИГ} \text{косв}], + \text{ни} + \text{ИГ} \text{косв} / \\
 [\text{ИГ} \text{Пред} + \text{ИГ} \text{косв}]
 \end{array}
 \xrightarrow{E}
 (7) \begin{array}{l}
 [\text{ИГ} \text{не} + \Gamma + \text{ни} + (\text{Пред}_1) + \text{С} \text{косв} + \text{ни} + \\
 (\text{Пред}_2) + \text{С} \text{косв}]; \\
 \text{Пред}_1 = \text{Пред}_2
 \end{array}$$

С левой стороны в прямоугольниках обозначены ядерные конструкции, из которых порождаются типовые конструкции с кумулятивным отрицанием в подъязыке правовых актов. Буквы над стрелками обозначают различные трансформации, применяемые для развертывания ядерных конструкций.

В порождающей модели типовых конструкций с кумулятивным отрицанием в подъязыке правовых актов использовались следующие трансформации:

А. Вставление предложной группы, содержащей предлог *из* и существительное в родительном падеже множественного числа:

порождение конструкции № 1 – $[\text{ИГ} \text{ни-} + \text{кто}_u + \text{из} + \text{С}_{\text{мн.р}}] + [\text{ИГ} \text{не} + \text{а}]$;
 конструкции № 5 – $[\text{ИГ} \text{ни} + \text{один}_{\text{ед.и}} + \text{из} + \text{С}_{\text{мн.р}}] + \text{ГГ}$;
 конструкции № 12 – $\text{ИГ} + [\text{ИГ} \text{не} + \Gamma + \text{ни-} + (\text{Пред}) + \text{один}_{\text{ед.косв}} + \text{из} + \text{С}_{\text{мн.р}}]$.

В. Вставление местоимения-существительного *кто*:

порождение конструкции № 2 – $[\text{ИГ} \text{ни-} + \text{кто}_u] + [\text{ИГ} \text{не} + \text{а}]$;
 конструкции № 9 – $\text{ИГ} + [\text{ИГ} \text{ни-} + (\text{Пред}) + \text{кто}_{\text{косв}} + \text{не} + \text{а}]$.

С. Вставление именной группы, содержащей существительное с зависимым от него местоимением-прилагательным *какой*:

порождение конструкции № 3 – $[\text{ИГ} \text{ни-} + \text{какой}_u + \text{С}_u] + [\text{ИГ} \text{не} + \text{а}]$;
 конструкции № 10 – $\text{ИГ} + [\text{ИГ} \text{не} + \Gamma + \text{ни-} + (\text{Пред}) + \text{какой}_{\text{косв}} + \text{С}_{\text{косв}}]$;
 падеж (*какой*) = падеж (С).

Д. Вставление именной группы, содержащей существительное с зависимым от него местоимением-числительным *один*:

порождение конструкции № 4 – $\text{ИГ} + [\text{ИГ} \text{не} + \Gamma + \text{ни} + (\text{Пред}) + \text{один}_{\text{ед.косв}} + \text{С}_{\text{ед.косв}}]$;
 падеж (*один*) = падеж (С);
 конструкции № 5 – $[\text{ИГ} \text{ни} + \text{один}_{\text{ед.и}} + \text{из} + \text{С}_{\text{мн.р}}] + \text{ГГ}$;
 конструкции № 12 – $\text{ИГ} + [\text{ИГ} \text{не} + \Gamma + \text{ни-} + (\text{Пред}) + \text{один}_{\text{ед.косв}} + \text{из} + \text{С}_{\text{мн.р}}]$.

Е. Вставление существительного с / без зависимых слов:

порождение конструкции № 6 – $[\text{ИГ} \text{ни} + \text{С}_u + \text{ни} + \text{С}_u] + \text{ГГ}$;

конструкции № 7 – ИГ + [_{ГГ}не + Г + ни + (Пред₁) + С_{косв}, + ни + (Пред₂) + С_{косв}];
Пред₁ = Пред₂.

F. Вставление местоимения-существительного *что*:

порождение конструкции № 8 – ИГ + [_{ГГ}ни- + (Пред) + *что*_{косв} + не + а];
конструкции № 11 – [_{ИГ}ни- + *что*_а] + ГГ.

G. Передвижение именной / предложной группы:

порождение конструкции № 8 – ИГ + [_{ГГ}ни- + (Пред) + *что*_{косв} + не + а];
конструкции № 9 – ИГ + [_{ГГ}ни- + (Пред) + *кто*_{косв} + не + а].

Примеры 12 типовых конструкций:

1. Никто из судей не вправе воздержаться от голосования.
2. Никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.
3. Никакие доказательства не имеют для арбитражного суда заранее установленной силы.
4. Новые виды расходов бюджетов до принятия законодательного акта не финансировались ни одним бюджетом.
5. Ни один из владельцев не предполагается виновным, если в установленном порядке не будет доказано иное.
6. Ни родители, ни лицо, у которого находится ребенок, не в состоянии обеспечить его надлежащее воспитание и развитие.
7. Поверенный не отвечает ни за его выбор, ни за ведение им дел.
8. Распоряжение не обусловлено ничем. → Чеком признается ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение чекодателя банку произвести платеж указанной в нем суммы чекодержателю.
9. Дело не может быть истребовано из суда никем. → Дело никем не может быть истребовано из суда.
10. Обстоятельства дела, которые в соответствии с законом должны быть подтверждены определенными средствами доказывания, не могут подтверждаться никакими другими доказательствами.
11. Ничто не может быть основанием для его умаления.
12. Лицо не было осуждено ни за одно из двух или более преступлений.

Результаты исследования позволяют расширять фонд продуктивных конструкций, обладающих высоким креативным потенциалом –

как в одном языке, так и в сопоставительно-типологическом аспекте. Эти знания необходимы также для моделирования анализа и синтеза речи в ракурсе онтологической лингвистики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Апресян В. Ю.* Семантическая структура слова и его взаимодействие с отрицанием // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. Вып. 9 (16). – М. : Изд-во РГГУ, 2010. – С. 13–19.
2. *Баранов А. Н.* Введение в прикладную лингвистику. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
3. *Богданова Н. В., Бродт И. С., Куканова В. В., Павлова О. В., Сапунова Е. М., Филиппова Н. С.* О «корпусе» текстов живой речи: принципы формирования и возможности описания // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. – Вып. 9. – М. : Изд-во РГГУ, 2008. – С. 57–61.
4. *Витгенштейн Л.* Логико-философский трактат : пер. с нем. – М. : Наука, 1958 (2009). – 133 с.
5. *Городецкий Б. Ю.* Лексико-статистическая инвентаризация комплекса подъязыков // Проблемы теоретической и экспериментальной лингвистики. – М. : Изд-во МГУ, 1977. – С. 55–74.
6. *Городецкий Б. Ю., Зевахина Т. С.* Метод моделирования структуры текстовых информационных потоков // Всесоюзное совещание по проблемам автоматизации информационных процессов в области общественных наук : метод. материалы. – Ч. II. – М. : Институт информации по общественным наукам, 1979. – С. 23–51.
7. *Городецкий Б. Ю.* Коммуникативные основы теории языка (от лингвистики структур – к лингвистике общения) // Методы современной коммуникации / под ред. В. Н. Переверзева. – Вып. 1. – М. : МГЛУ, 2003. – С. 84–95.
8. *Кибрик А. Е.* База естественного человеческого языка и ее основные параметры // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. – М. : Изд-во РГГУ, 2011. – С. 4–18.
9. *Кобозева И. М.* Теория речевых актов как один из вариантов теории речевой деятельности // Теория речевых актов / сост. и авт. вступ. ст. И. М. Кобозева и В. З. Демьянков ; отв. ред. Б. Ю. Городецкий. – М. : Прогресс, 1986. – С. 7–21. – (Вып. 17. Новое в зарубежной лингвистике).
10. *Петрова Ю. Н.* Коммуникативно-семантическое моделирование конструкций с кумулятивным отрицанием : дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 258 с.
11. *Петрова Ю. Н.* О принципах коммуникативного подхода к изучению семантического пространства языка // ЛингвоПрофи : материалы Междунар. науч. конф. студ., аспирантов и молодых ученых. – Владимир : ВГГУ, 2010. – С. 63–65.

12. *Петрова Ю. Н.* О метаязыке для описания коммуникативно-семантического значения конструкций с кумулятивным отрицанием // Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке : материалы Междунар. науч.-практ. конф. 22–23 мая 2010 г. – СПб. : ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2010. – С. 378–381.
13. *Титова Е. А.* Прагмасемантическое моделирование клишированных конструкций на материале фольклора и повседневной речи (русский и английский языки) : дипломная работа. – М., 2011. – 192 с.
14. *Халеева И. И.* Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчика). – М. : Высшая школа, 1989. – 238 с.
15. *Цейтлин С. Н.* Язык и ребенок: Лингвистика детской речи : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М. : Гуманитар. издат. центр ВЛАДОС, 2000. – 240 с.
16. *Kim Jong-Bok.* The Grammar of Negation: A Constraint-Based Approach. – Stanford : CSLI Publications, 2000. – 217 с.

УДК81'255:81'373

Н. Д. Гулзода

канд. филол. наук, директор Центра таджикского языка
и культуры МГЛУ; e-mail: gulzod49@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ ЭКВИВАЛЕНТЫ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ПОЭМЕ «ШАХНАМЕ»

В статье рассматриваются языковые проблемы в тексте поэмы Фирдоуси «Шахнаме», а именно – сходства и различия между фразеологизмами – пословицами и поговорками в таджикском и русском языках, а также возможности сохранения смысловых оттенков в процессе их перевода. Приводятся примеры сопоставительного характера.

Ключевые слова: фразеологизм; пословица; поговорка; перевод; русский язык; таджикский язык.

N. D. Gulzoda

Candidate of Philology (PhD); Director, the Centre for the Tajik Language
and Culture, MSLU; e-mail: gulzod49@mail.ru

SOME EQUIVALENTS OF RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS IN «THE SHAHNAMEH»

The article focuses on linguistic problems in the text of the epic poem *Shahnameh* by Ferdowsi, i. e. on the similarities and differences between Russian and Tajik phraseological units – proverbs and sayings, as well as on possible methods for reproducing shades of meaning of such units in translation. There are a lot of examples of comparative nature in the article.

Key words: phraseological unit; proverb; saying; translation; Russian; Tajik.

В далекие времена в Тусе жил некий поэт Абулкасым, который спустя столетие стал известен под именем Фирдоуси благодаря своему тридцатилетнему труду «Шахнаме».

Завершив тысячу лет назад свой труд, поэт осознавал, что не золото от временщика Махмуда будет для него настоящей наградой. Вот как заканчивается «Шахнаме»:

Намирам аз ин пас, ки ман зиндаам,
Ки тухми суханро парокандаам.
Бад-ин нома бас умрҳо бигзарад.
Бихонад, хар он кас, ки дорад
хирад [12].

Я не умру вовек! Жить буду снова
Во восходах мной посеянного слова!
И тот, кто свет ума и веры чтит,
Мой величавый подвиг восхвалит.

«Шахнаме» Фирдоуси («Книга царей») – это чудесный поэтический эпос, состоящий из 55–60 тыс. бейтов (двустихий) (а по некоторым данным, до 80 тыс.), в которых причудливо переплелись в извечной борьбе темы славы и позора, любви и ненависти, света и тьмы, дружбы и вражды, смерти и жизни, победы и поражения. Это повествование мудреца из Туса о легендарной династии Пишдадидов (Пешдодиен) и перипетиях истории Каянидов, уходящее вглубь истории Ирана через мифы и легенды [3].

Для создания поэмы в качестве источников автор использовал легенды о первых шахах Ирана, сказания о богатырях-героях, на которых опирался иранский трон в эпоху династии Ахеменидов (VI–IV вв. до н. э.), реальные события и легенды, связанные с пребыванием в Иране Александра Македонского.

Абулькасим Фирдоуси работал над своей поэмой 35 лет и закончил ее в 401 г. хиджры, т. е. в 1011 г.

О значимости и важности «Шахнаме» сказано уже немало. О месте этого произведения в мировой литературе по сей день много пишут, и, несомненно, изучение ее наследия будет продолжаться. Поэма «Шахнаме» подобна океану, в котором можно постоянно искать жемчужины, и каждый раз находить все лучше и лучше. Великий ученый таджикского народа Б. Гафуров, вспоминая о «Шахнаме», говорил: «Я помню, еще ребенком наблюдал, как простые крестьяне с любовью слушали чтеца “Шахнаме” в моем родном кишлаке в Таджикистане. Чтение “Шахнаме” проводилось в чайхане, в чайном доме, и всюду, где собирались люди и где находился чтец. И сейчас “Шахнаме”, или, как называют ее в народе, “Книга о Рустаме”, исключительно популярна среди широчайших народных масс. В Иране и в Афганистане Фирдоуси остается величайшим поэтом. Почти в каждом населенном пункте в Иране можно найти людей, которые зовутся «Шах-намахон» (т. е. чтец “Шахнаме”), с большим успехом декламирующие эту поэму. В этой связи я позволю себе процитировать строки, написанные выдающимся деятелем современной иранской культуры, профессором Саидом Нафиси в дни празднования тысячелетия со дня рождения Фирдоуси: “Он повсюду – этот певец Ирана. Всюду, где Гомер, Вергилий, Шекспир, Сервантес, Шиллер и Лермонтов, – всюду он рядом с ними. Тысячу лет назад, оставаясь в своем деревенском углу, в окрестностях Туса, он направился

на завоевание мира. Но среди всех стран, через которые он прошел, в ряде горячих встреч, которые ему были оказаны, есть страна, где он был понят лучше, чем где-либо, почти так же хорошо, как на своей родине ... Кто лучше русского уловит это состояние спокойного блаженства, это великолепие отречений, эту тишину мучений и захватывающую гиперболичность, присущую гению таких поэтов, как Рудаки, Дакики, Фирдоуси...»¹.

В «Шахнаме» окончательное торжество всегда на стороне добра. В этом плане интересен конец произведения: иранское государство рухнуло под сокрушительным ударом арабских войск, величие Ирана повергнуто в прах. Но идейный смысл «Шахнаме», все призывы автора, помыслы изображенных им героев направлены на прославление своей страны. И поскольку падение Ирана изображено ретроспективно, как факт, который имел место несколько веков назад, само произведение Фирдоуси служит предостережением от повторения прежних ошибок, приведших к поражению.

Это справедливые слова. Фирдоуси – слава и гордость всей мировой культуры – близок и дорог всем народам нашей планеты. Национальная гордость иранского народа, он является и великим поэтом таджиков, входящих в братскую семью Востока. Все народы, населяющие нашу страну, знают и любят гениального создателя образов Рустама, Сухраба, кузнеца Кавы, зачитываются волнующими эпизодами «Шахнаме». Любовь к Фирдоуси и его творчеству стала ярким проявлением дружественных и сердечных чувств к нашему южному соседу – иранскому народу, внесшему бесценный и неповторимый вклад в сокровищницу всемирной цивилизации [2].

Изучение языковых проблем в тексте «Шахнаме» откроет для нас другие положительные стороны неповторимого эпоса.

Как известно, таджикско-персидский язык является одним из уникальных языков мира, словарный состав которого в течение тысячелетий почти не изменился, лишь значительно обогатился. Поэтому каждому грамотному таджикскому читателю язык «Шахнаме» доступен и понятен.

«Шахнаме» Фирдоуси является героическим эпосом персоязычных народов, который от начала до конца состоит из многочисленных фразеологических единиц, метафорических выражений, иносказаний

¹ Цит. по: [2, с. 12].

и, конечно, пословиц и поговорок. Редко встречаются бейты без фразеологических оборотов или мысли, высказанные не в переносном значении. Превосходство поэзии Фирдоуси заключается еще и в том, что не могут сравниться с поэзией других классических поэтов его аллегории, выражения и лексические обороты. Некоторые из них в переносном значении характерны только для языка «Шахнаме». Еще в прошлом столетии, говоря «Об отношении языка «Шахнаме» к таджикскому языку», основоположник современной таджикской литературы Айни заметил: «Если нам в языке “Шахнаме” не учитывать такие слова, как: *мубад* (зороастрийский жрец), *пизишк* (врач; доктор), *ромишгар* (певец; музыкант), *даж / диж* (крепость), – которые остались от древнеперсидского языка..., то он понятен для масс таджикского населения...» [1].

В тексте «Шахнаме» довольно часто встречаются пословицы и поговорки. Например, русская пословица *беречь собственную шкуру* или *заботиться о собственной шкуре* в «Шахнаме» употреблена в следующей лексической конструкции:

Туро кехтарй кор бастан накӯст,
«Нигаҳ доштан бар тани хеш
пӯст» [5; ч. 2, с. 152].

Лучше бы тебе не знатным оказаться,
Чтобы о собственной шкуре
заботиться.

Или фраза (*не*) *хватать звезд с неба* использована в такой конструкции:

Ба бозӯ қавию ба тан зӯрманд,
«Ситора барорад зи чархи баланд»
[5; ч. 2, с. 253].

Могучий плечами и телом силен,
Хватает звезду с неба он.

Фраза *высказывать глубокие мысли в небольшом количестве слов*, была в центре внимания классиков, особенно поэтов. Появление русского оборота *чтобы словам было тесно, а мыслям – просторно* в русском языке связывают с поэзией Некрасова. Но до Некрасова мы встретим подобное выражение в «Шахнаме» [3]:

Дигар гуфт: «Равшан равон он касе,
Ки кӯтоҳ гӯяд, ба маънӣ басе»
[11; ч. 8, с. 166].

И еще сказал: «Просвещенный тот,
Кто, укорачивая речь, за мысль
берет».

Поэты во все времена были недовольны политикой той или иной государственной структуры. Поэтому мечтали об улучшении жизни

и быта народа. Они идеализировали дружбу представителей различных слоев населения, используя многочисленные выражения, которые дошли до наших дней как устойчивые речевые обороты и в дальнейшем стали употребляться в качестве пословиц и поговорок, например в отношении Султана Махмуда, который изначально был рабом, а не выходцем из династии царей, и не оценил тридцатилетнего труда поэта, с ненавистью говорится:

Зи нопокзода мадоред умед,
Ки зангӣ ба шустан нагардад сафед
[11, с. 63].

Не ждите от незаконнорожденного
добра,
Все равно, не отмыть мавра добела.

Или:

Чавонро бувад рӯзи пирӣ умед,
Нагардад сиях мӯйи гашта сафед
[4, с. 15].

Мечтая о старости, не ведает молодой,
Что смолью уж не станет волос
седой.

Мы часто находим в «Шахнаме» эквиваленты русских пословиц и поговорок и других фразеологических единиц, например *ложка дегтя в бочке меда*:

Бад-ӯ гуфт, к-ин чист, к-ангехтӣ,
«Ки бо шахд ханзал биомехтӣ»
[4, с. 444].

Что за глупость, ты натворил,
Что меда с ядом соединил?

Или *один в поле не воин*. В «Шахнаме» есть выражение *ба танхотан ӯ худ яке лашкар аст*, которое по значению схоже с русским *один в поле не воин*. На основе этого выражения можно образовать вариант *и один в поле воин*:

Ба танхотан ӯ худ яке лашкар аст,
Ҷахонгиру бедору кундовар аст
[12, с. 67 (8)].

Он и один стóит целого войска,
Покоритель мира, мудрый
и отважный воин.

Например, *или грудь в крестах, или голова в кустах*:

Чунин аст оини гардандадаҳр,
Гахе нӯш бор оварад, гоҳ захр
[12, с. 61, (2)].

Таков обычай вращающегося
небосвода,
Иногда дадут яда, иногда меда.

Сопоставим другие варианты данного бейта: когда Рустам спит, его Рахша уводят Саманганцы. Проснувшись, он не находит коня и, поднимая седло, говорит:

Хамин аст расми сарои дурушт,
Гахе зинсавору гахе зин ба пушт
[4, с. 368, (6)].

Чунин аст расми сарои фиреб,
Гахе бар фарозу гахе бар нишеб
[7, с. 202, (11)].

Чунин буд то буд гардонсипехр,
Гахе чанг захр асту гах нӯшу меҳр
[7, с. 202, (12)].

Бибошед, то ман дар ин размгоҳ,
Агар сар диҳам, гар ситонам кулоҳ
[9, с. 262, (4)].

Таков закон дворца, где правит зло:
То ты в седле, то на тебе седло.

Таков закон у этого обманчивого мира
То возвышает тебя, то насыпает
беду.

Таким был всегда этот вращающийся
мир:
Иногда ссоры и печаль, а иногда
любовь и пир.

Ждите, что я в этом бою,
Или побеждаю или умру.

В другом варианте встречается:

Яке кор дорам туро бимнок,
Агар тахт ёбӣ, агар тира хок
[12, с. 218, (11)].

Скажу все, что думаю я о тебе
Не важно, обретешь ли ты трон или
уйдешь в сыру землю.

В данном бейте таджикское выражение «агар тахт ёбӣ, агар тира хок» употреблено во втором лице и переводится на русский язык следующим образом: *если станешь повелителем или встретишь смерть*.

Из грязи да в князи – эта поговорка в «Шахнаме» имеет множество вариантов, отличающихся друг от друга своей конструкцией при сохранении одного и того же значения. Приведем несколько примеров:

Якero зи моҳ андарорӣ ба чоҳ,
Якero зи чоҳ андарорӣ ба моҳ
[12, с. 203, (2)].

Одного низвергаешь ты с луны
в темницу,
Другого из темницы возвышаешь
до луны.

Якero барориву шоҳӣ диҳӣ,
Якero ба дарё ба моҳӣ диҳӣ
[12, с. 203, (3)].

Одному почитаешь быть султаном,
Другому – в море кормом для рыб.

Якero барорӣ ба чархи баланд,
Якero кунӣ хору зору нажанд
[12, с. 203, (1)].

Одного поднимаешь до небосвода,
Другого подвергаешь унижению.

Выражение *не числом, а умом* популярно в русском языке, его эквиваленты в «Шахнаме» таковы:

Агар сад саворанду гар сад ҳазор,
Фузунии лашкар наояд ба кор
[5, с. 145].

Будь их хоть сто всадников, хоть
сто тысяч,
Не имеет значения число войска.

Пароканда лашкар наояд ба кор,
Дусад марди ҷангӣ беҳ аз сад ҳазор
[5, с. 163].

Бесполезно беспорядочное войско,
Двести хороших воинов лучше ста
тысяч плохих.

Важное значение в «Шахнаме» имеет употребление таджикско-персидских пословиц и поговорок, мы приведем их эквиваленты на русском языке:

Ғиристода гуфт: «Эй худованди
Рахш,
Ба дашт охуи ногирифта мабахш»
[7, с. 201].

Посланный сказал: «О, владыц Рахш,
Не дари непойманной газели».

Данная пословица в таджикском языке имеет другие варианты. Например:

бача дар шиками модар, номаш Музаффар (не родившегося мальчика называли Музаффаром);

хӯрдагиҳо пушаймон, нохӯрдаҳо дар армон (те, кто пробовали, раскаиваются, а те, которые нет, мечтают).

А в русском языке абсолютным эквивалентом данной пословицы является *делить шкуру неубитого медведя*.

У всех народов довольно много поговорок об умении сохранить тайну или не распространять тайну о том, что должен знать один человек и не должны знать другие. Это не оставило равнодушными поэтов. Вот как выражает Фирдоуси это значение:

Агар роз хоҳӣ, ки пинҳон бувад,
Чунон кун, ки пайванд бо ҷон бувад
[10, с. 200].

Если хочешь сохранить тайну,
сделай так,
Чтобы она срослась с твоей душой.

Или:

Сухан то нагуянд, пинхон бувад,
Чу гуфтанд, хар чо фаровон бувад
[10, с. 200].

Тайно то, что не высказано,
А сказали, оно станет широко
известным.

Данная пословица в русском языке встречается в разных конструкциях: *говорить по секрету, а выйдет по всему свету; знает кума – знает полсела; знала бы соседка, узнает и соседка; петух скажет курице, а она всей улице; что не должен знать враг, не говори другу.*

Тема «быть непобежденным, не подчиняться врагу, быть непокорным» в таджикско-персидской классической литературе является одной из тех, которой уделяли довольно большое внимание все классики, в том числе Фирдоуси:

Ба номи накӯ кушта гаштан ба чанг,
Беҳ аз зиндагонӣ ба айбу ба нанг
[6, с. 115].

Быть убитым в бою с добрым
именем лучше,
Чем жить в позоре и стыде.

Чунин гуфт мӯбад, ки мурдан ба
ном,
Беҳ аз зинда – душман бар
ӯ шодком [10, с. 116].

Мудрец сказал так: лучше умереть
со славой,
Чем жить в позоре на радость
врагу.

В русских пословицах это значение передается так: *жизнь на коленях позорнее смерти; лучше гибель, но со славой, чем бесславных дней позор; лучше смерть в бою, чем позор в строю; лучше умереть стоя, чем жить на коленях.*

В «Шахнаме» трудно найти двустигшие без фразеологической единицы или без пословицы и поговорки. В сравнении с другими произведениями по богатству языка поэма «Шахнаме» занимает заметное место. Великий Фирдоуси из любви и уважения к своему языку отдал все силы, чтобы его «Шахнаме» была без чужой лексики, особенно арабских слов. В очень большой по объему эпосе употреблена лишь одна тысяча заимствованных слов. Основу этой традиции заложил великий Рудаки, в стихах которого мы редко встречаем заимствованные слова. Умение употреблять фразеологические единицы, пословицы и поговорки в составе различных языковых структур говорит о том, что поэт, вне всякого сомнения, заслуживает высокого звания «мастера словесности», как о нем и говорят на Востоке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Айнӣ С. Образцы таджикской литературы. – М., 1926. – 130 с.
2. Гафуров Б. Г. Таджики. – Кн. I–II. – Душанбе : Ирфон, 2009. – 864 с.
3. Мулоқандов Э. Забон дар тӯли замон. – Душанбе : Ирфон, 1985. – С. 5–36.
4. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 1. – Душанбе : Адиб, 1987. – 480 с.
5. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 2. – Душанбе : Адиб, 1987. – 320 с.
6. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 3. – Душанбе : Адиб, 1988. – 528 с.
7. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 4. – Душанбе : Адиб, 1988. – 408 с.
8. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 5. – Душанбе : Адиб, 1989. – 496 с.
9. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 6. – Душанбе : Адиб, 1989. – 552 с.
10. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 7. – Душанбе : Адиб, 1989. – 656 с.
11. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 8. – Душанбе : Адиб, 1990. – 612 с.
12. Фирдавсӣ А. Шохнома. – Ҷ. 9. – Душанбе : Адиб, 1991. – 496 с.

УДК 81'22

В. А. Долинский

д-р филол. наук, проф. каф. прикладной и экспериментальной лингвистики
Института прикладной и математической лингвистики факультета
ГПН МГЛУ; e-mail: vdolinsky@yandex.ru

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ СИМВОЛ И АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ¹

Статья представляет универсальный символ как имя многоязычного концепта и как ядро семантического поля ассоциативно связанных слов. Имя «хлеб» рассматривается как древний артефакт, универсальный символ и как значимый элемент картины мира. В качестве приложения к статье приведены базы данных и иллюстрации.

Ключевые слова: концепт; символ; языковая картина мира; поле вербальных ассоциаций; хлеб.

Dolinsky V. A.

Doctor of Philology; Professor, the Department of Applied and Experimental Linguistics, the Faculty of the Humanities and Applied Sciences, MSU; e-mail: vdolinsky@yandex.ru

THE UNIVERSAL SYMBOL AND THE WORD ASSOCIATION FIELD

The paper presents a universal symbol as the name of a polylingual concept and as the core of a semantic field for a number of words linked by association. The noun *bread* is considered both as an ancient artefact, a universal symbol and as an element of the world view. The databases and illustrations are attached as an annexe to the article.

Key words: concept; universal symbol; world view; word association field; хлеб (bread).

Предмет и слово обретают целостность в символе, объединяющем единством смысла различающиеся языки. В. Гумбольдт писал:

«...слово проявляет себя как сущность совершенно особого свойства, сходная с произведением искусства, ибо в чувственной, заимствованной у природы форме оно выражает идею, лежащую вне всякой природы, однако только тогда, когда различия очевидны. Эта внеприродная идея и позволяет использовать предметы внешнего мира как материал для мышления и ощущений, она есть *неопределенность* предметов, при которой представление их не должно быть всякий раз ни исчерпывающим,

¹ Исследование выполнено при поддержке РФФИ. Проект № 14-06-00363. Научный руководитель проекта – проф. Р. К. Потапова.

ни раз и навсегда данным, поскольку оно способно на всё новые преобразования, – неопределенность, без которой была бы невозможна самодеятельность мышления, и чувственная живость как следствие действующей при использовании языка духовной силы. Мышление никогда не имеет дела с изолированным предметом и никогда не нуждается в нем во всей полноте его реального бытия. Оно только создает *связи, отношения, точки зрения* и соединяет их. Слово – теперь уже далеко не пустой субстрат, в который эти сущности могут быть помещены, а чувственная форма, которая своей поразительной простотой, несомненно, показывает, что обозначаемый предмет должен быть представлен только для нужд мышления, своим происхождением из самодеятельного акта духа вводит в границы воспринимающие духовные силы, своей способностью к изменению и аналогией с прочими элементами языка подводит к пониманию той *связности*, которую мышление стремится обнаружить во внешнем мире и сделать явственной в своих созданиях, и, наконец, своей переменчивостью призывает, не задерживаясь на одном месте, устремляться ко всё новым целям. Во всех этих отношениях далеко не безразличен конкретный вид этой чувственной формы, немислимой без того действия, которое она производит разнообразными способами, и есть все основания полагать, что слова различных языков, обозначающие даже самые конкретные предметы, не являются полными синонимами и что, когда произносят *ἵπλος*, *equus* и *Pferd* (*греч.*, *лат.*, *нем.* лошадь), имеют в виду не совсем одно и то же» [3, с. 305–306]. (Курсив наш. – В. Д.).

В качестве универсального символа экзистенциально значимое слово относится к ключевым культурным архетипам у разных народов, к важнейшим смысловым элементам языковой картины мира. Номинация *хлеб* как символ и концепт раскрывает свой смысл в следующих со- / противопоставлениях на ценностных шкалах биологического / социального / духовного:

1. Необходимое для жизни.
2. Производимое – потребляемое.
3. Культурно обусловленное – духовное.

Хлеб – важнейший продукт питания у всех народов, возделывающих зерновые культуры и освоивших хлебопекарное дело. В Древнем Египте было известно около 40 видов хлеба и других выпекаемых продуктов, и в формулах жертвоприношения по усопшим говорится о хлебе как основной пище в потустороннем мире. На Древнем Востоке хлеб не резали, а ломали, и *преломление хлеба* в переносном смысле обозначало «есть вместе», «принимать пищу», что вскоре

стали воспринимать и в духовном смысле как сакральное действие. Символами духовной пищи являются двенадцать хлебов в храме Ветхого завета. В Новом завете, когда говорится о чуде умножения хлебов, речь идет о 12 корзинах с рыбой и 12 – с хлебом. Поскольку человек жив *не хлебом единым* (т. е. лишь материальным), то *хлеб жизни* евхаристии вместе с вином становится пищей души (Евхаристия < греч. eucharistia – причащение, одно из семи христианских таинств). Как правило, фонд библеизмов в языках разных христианских народов в значительной мере совпадает по своей внутренней форме, различаясь лексической оболочкой. Ср. соответствия русскому выражению *хлеб насущный* (старославянскому по происхождению) в ряде языков:

укр. хліб насущний;

белорусск. хлеб надзённы;

словенск. vsakdanji kruh;

польск. chleb powszedni (*также*: привычное дело);

чешск. chleb vezdejsi или kazdodenni chleb;

англ. daily bread;

нем. täglich Brot и т. д.

Миссионерам часто было трудно передать смысл этого символа на языках других народов, употреблявших другие продукты питания. Так, в Китае основной пищей был рис; в Древней Америке – маис; у эскимосов проповедник должен был молиться о «насущном куске тюленьего жира». Процесс выращивания и обработки хлебных злаков, из которых готовили освященный хлеб, символизировал многотрудную человеческую жизнь, целью которой должно быть вознаграждение на небесах. Чудесным образом упавшая с неба пища в виде *манны* при переходе израильтян через пустыню была воспринята как образец евхаристического хлеба. По народному обычаю, свеженарезанный хлеб благословляли крестным знаменем.

Символический смысл хлеба иллюстрируют многие речения, восходящие к Писанию: «подносить кому-либо хлеб», «вкушать горький хлеб изгнания», «предлагать кому-либо хлеб, а давать камни» и т. д. Иисус проповедует о необходимости милосердия: «Есть ли между вами такой человек, который, когда сын его попросит у него хлеба, подал бы ему камень?» [Мф. 7, 9]. М. Ю. Лермонтов в стихотворении «Нищий» (1830), напоминая об Иисусовой проповеди, свидетельствует

о том, что мир несовершенен, все святое в нем забыто, а потому и любовь превращается в обман, несущий боль и страдания [5, с. 638]:

У врат обители святой
Стоял – просящий подаянья,
Бессильный, бледный и худой
От глада, жажды и страданья.
Куска лишь хлеба он просил,
И взор являл живую муку,
И кто-то камень положил
В его протянутую руку.

В сновидческой символике глубинной психологии хлеб имеет только положительное значение. Для человека хлеб в качестве всеобщего кушанья является «наиболее привычным и одновременно священным»: путь от пшеничного зерна, брошенного в борозду пашни, от зеленеющего поля, через работу жнеца, молотильщика, процесс помола, просеивания, приготовления теста, прохождение через жар печи и затем, наконец, общая раздача за семейным столом, – каждая стадия появления этой пищи полна символики и свидетельствует о пути человеческой культуры. С переходом человека эпохи неолита к оседлости, выкорчевыванием леса и культивированием продуктов полеводства привычный уклад жизни (охота и рыбная ловля) потерял свое значение. Здесь человек создал свой собственный мир и культурный ландшафт, а возможности накопления запасов зерна и муки позволили ему освободить время для осмысления обозримого и освоенного жизненного пространства своего микрокосмоса и сознательно воспринимаемой культуры. Выработанный здесь хлеб обозначает жизненную пищу, и «все жизненно важные ценности, которые нас питают, могут быть вложены в наши руки в виде хлеба. Кто получает этот хлеб, тот обретает положительную ценность, которую ему не позволено растрчивать впустую» [1, с. 287].

Под названием «хлеб» известны разного вида пищевые продукты, приготовленные из зерновой муки некоторых злаков и служащие важнейшей составной частью народного продовольствия. Главнейшие хлебные злаки: пшеница, рожь, ячмень, кукуруза, рис, просо, овес, сорго, дурра. Кроме злаков, роль хлебных растений принадлежит и некоторым другим культурам, например: маниоке (кассаве), нескольким видам пальм, хлебному дереву (*Artocarpus*), арророуту

и др. У древних египтян, евреев, греков и римлян был распространен хлеб из ячменя. И в настоящее время ячменный хлеб употребляется в южной Германии, Швейцарии и Греции; хлеб из овсяной муки – в Шотландии и Швеции; из кукурузы – в Венгрии, Румынии, Северной и Южной Америке. В Индии, Китае и некоторых других странах роль хлебного растения отводится рису. Хлеб из дурры употребляется в Египте. В Африке и Азии лепешки из сорго служат у туземного населения хлебом. В современных культурных странах под наименованием «хлеб» известны пищевые продукты исключительно из пшеницы и ржи, причем в течение последнего века в Западной Европе ржаной хлеб вытесняется пшеничным, который легче усваивается человеческим организмом. Ржаной хлеб потребляется главным образом в России и отчасти – в Германии.

В языковой картине мира слово «хлеб» предстает как единство предмета и имени, экзистенциально значимая ценность, древний архетип культуры. Хлеб – это производимый и телесно воспринимаемый предмет, и физиологическая потребность, и душевно близкая и духовно насыщенная реальность. Понятие хлеба как главной пищи в индоевропейской культуре связано с представлением о «распорядителе благ», «хозяине». В германском руническом есть слово *wita(n) da-halaiban*, означающее буквально «хранящий хлеб, мякиш», т. е. «корку на хлебе». По свидетельству Ю. С. Степанова, по сходной модели построено англо-саксонское *hlāf-weard*, буквально «хранитель хлеба, хлебохранитель», т. е. «хозяин», преобразовавшееся со временем в *lord* «лорд» и «Господь Бог» [8]. Параллельно с этим англо-саксонское *hlāf-dīge*, буквально «хлеботворительница, хлебомесительница» означало «хозяйку дома» и в дальнейшем *lady* «леди». Подобно тому, как *англо-сакс.* «хозяин» означает «хранитель», а следовательно, «распорядитель хлеба, пищи», так и славянское обозначение *бога* означает буквально *податель благ*.

Концептуально *хлеб* противопоставлен *голоду*: и как пищевой продукт, который насыщает организм, освобождая от мыслей о самосохранении и позволяя поиск в сфере духа, и как духовная значимость (хлеб духовный – духовный голод).

Абрахам Гарольд Маслоу (1908–1970), американский мыслитель, основатель гуманистической психологии, так описывает сущность хлеба для человека, его место в иерархии человеческих потребностей:

Человеку, измученному голодом, раем покажется такое место, где можно до отвала наесться. Ему кажется, что если бы он мог не думать о хлебе насущном, то он был бы совершенно счастлив и не пожелал бы ничего другого. Саму жизнь он мыслит в терминах еды, все остальное, не имеющее отношения к предмету его вожделений, воспринимается им как несущественное, второстепенное. Он считает бессмыслицей такие вещи, как любовь, свобода, братство, уважение; его философия предельно проста и выражается притчей: «Любовью сыт не будешь». О голодном нельзя сказать: «Не хлебом единым жив человек», потому что голодный человек живет именно хлебом и только хлебом...

В большинстве известных нам культур хронический чрезвычайный голод является скорее редкостью, нежели закономерностью. Во всяком случае сказанное справедливо для Соединенных Штатов Америки. Если мы слышим от среднего американца «я голоден», то мы понимаем, что он, скорее, испытывает аппетит, нежели голод. Настоящий голод он может испытать только в каких-то крайних, чрезвычайных обстоятельствах, не больше двух-трех раз за всю свою жизнь...

Перефразируя уже упомянутую поговорку, можно сказать, что человек и действительно живет одним лишь хлебом, но только тогда, когда у него нет этого хлеба. Но что происходит с его желаниями, когда у него *вдоволь* хлеба, когда он сыт, когда его желудок не требует пищи?

А происходит вот что – у человека *тут же обнаруживаются другие (более высокие) потребности*, и уже эти потребности овладевают его сознанием, занимая место физического голода. Стоит ему удовлетворить эти потребности, их место тут же занимают новые (еще более высокие) потребности, и так далее до бесконечности. Именно это я и имею в виду, когда заявляю, что человеческие потребности организованы иерархически...

Если физиологические потребности постоянно и регулярно удовлетворяются, ... то эти потребности перестают активно воздействовать на поведение человека. Они переходят в разряд потенциальных ... Удовлетворенная страсть перестает быть страстью. Энергией обладает лишь неудовлетворенное желание, неудовлетворенная потребность. Например, удовлетворенная потребность в еде, утоленный голод уже не играет никакой роли в текущей динамике поведения индивидуума [6, с. 80–81].

За всю историю человечество не могло обеспечить себя хлебом в достаточном количестве, люди никогда не ели его вдоволь. Уровнем сытости (зажиточности, обеспеченности) измеряется различие между бедными и богатыми странами и социальными группами. В то время как в Африке свирепствует голод, британцы за год выбрасывают

продуктов на 10 млрд фунтов. Пищевые отходы состоят (до 20 %) из нетронутых продуктов, которые лежат в холодильниках до истечения сроков хранения, а потом выбрасываются.

Концепт *хлеб* может рассматриваться и в другом смысловом аспекте: *хлеб производимый* противопоставлен *хлебу потребляемому*. В хлебе «замешен» труд и пот производителя и повседневная пища потребителя. «И выслал его Господь Бог из сада Едемского, чтобы возделывал землю» [Быт. 3, 22] и сказал Адаму: «...в поте лица твоего будешь есть хлеб, доколе не возвратишься в землю, из которой ты взят, ибо прах ты и в прах возвратишься» [Быт. 3, 19].

Вековая мечта о справедливом социальном устройстве порождена не завистью голодных, а стыдом сытых. Производство хлеба во многих странах остается дотационным. Пословица «Кто не работает, тот не ест» («No mill, no meal») ассоциируется с публицистикой первых лет советской власти и обычно цитируется как форма осуждения ту-неядства, безделья. Этот принцип был позаимствован большевиками из Нового завета, из слов апостола Павла: «Если кто не хочет работать, тот пусть и не ест». Во втором послании к христианской общине Фессалоник апостол увещевает христиан держаться в стороне от тех, кто поступает «бесчинно и не по преданию, которое вы приняли от нас» [Фес. 3, 6]. И он приводит в качестве примера себя: даже он, избранный Богом апостол, кормится трудом своих рук:

«Ибо мы не бесчинствовали у вас, ни у кого не ели хлеба даром, но занимались трудом и работою ночь и день, чтобы не обременить кого из вас, – не потому, чтобы мы не имели власти, но чтобы себя самих дать вам в образец для подражания нам. Ибо когда мы были у вас, то предписывали вам: если кто не хочет работать, тот пусть и не ест» [2 Фес. 7–10].

Один из способов регулирования снабжения населения в условиях нехватки продовольствия – карточки. Это явление сопутствовало кризисным периодам в развитии различных государств в разные эпохи. Карточки и талоны были известны еще в Древнем Риме. Словом «тессера» обозначались ордера на получение городским плебсом определенного количества зерна, масла или вина. Хлебные раздачи (фрументации) впервые были введены Гаем Гракхом (II в. до н. э.), для этого использовались тессеры, представлявшие собой бронзовые либо свинцовые монетовидные жетоны. Карточки на хлеб (а затем

и на мыло, мясо, сахар) вводились во времена Великой Французской революции. В период Первой мировой войны нормирование продовольствия было введено в ряде воюющих европейских государств, а также в США. Во время Второй мировой войны нормированное распределение продуктов питания было установлено во всех европейских странах, в США, Канаде, Новой Зеландии, Австралии, Японии, Индии, Турции, Алжире, Тунисе и др. В США и сейчас действуют федеральные программы социальной благотворительности, в рамках которых выпускаются деньги-талоны для малообеспеченных граждан.

Герман Гессе (1882–1962), лауреат Нобелевской премии по литературе (1946), в статье «О слове “хлеб”» (1959) писал:

«Все наши языки довольно преклонного возраста, однако их словарный запас претерпевает непрерывные изменения. Слова заболевают, умирают и навсегда исчезают из языка, и в любой момент в любом языке к старым словам могут прибавиться новые. Но с этим обновлением дело обстоит точно так же, как с любым прогрессом вообще: мы можем с восхищением удивляться способности языка изобретать обозначения для новых явлений и предметов, новых жизненных обстоятельств, новых общественных функций и потребностей человека, однако при ближайшем рассмотрении мы замечаем, что из ста якобы новых слов девяносто девять являются всего лишь механическими комбинациями на основе старого словарного запаса, что они вообще никакие не настоящие и подлинные слова, а только наименования, паллиативы – костыли на случай необходимости. Количество новых слов, составивших прирост в наших языках за последние два столетия, поражает совершенно невероятным числом, достойным удивления, но по весомости и выразительности, языковой субстанции, красоте и истинности содержания золота в них оно ничтожно мало и бедно, это мнимое богатство, своего рода инфляционный обман.

Взяв в руки любую страницу любой газеты, мы наткнемся на десятки таких слов, которых совсем недавно вовсе еще не было в языке, и неведомо, будут ли они существовать завтра и послезавтра. Подобные слова, без всякой предвзятости собранные на газетной полосе, звучат примерно так: дочернее общество – выплата дивидендов – изменение рентабельности – атомная бомба – экзистенциализм. Это сложные, длинные и претенциозные слова, словосочетания и выражения, и у всех у них один и тот же недостаток – им *не хватает объемности*, они, правда, несут в себе информацию, но не обладают чарующей силой выразительности настоящих слов, они не пришли к нам «снизу», от земли, из народа,

а появились «сверху», из редакционных кабинетов, фабричных контор, чиновничьих канцелярий.

Вековые, настоящие, матерые, тяжелые, как самородок, добротные и полноценные слова – это: отец, мать, прародители, земля, дерево, гора, долина. Каждое из них одинаково понятно и пастушонку, и профессору, и члену правительства, каждое взывает не только к нашему разуму, но и к нашим чувствам, поднимая в душе *волну воспоминаний, представлений и ощущений*, каждое из них подразумевает нечто вечное, незаменимое, без чего невозможно жить.

К таким душевным, значимо весомым словам относится и слово «хлеб». Стоит только произнести его и впустить в себя заключенный в его звуки смысл, как уже все наши жизненные силы – как плоти, так и души – слышат его зов и оживают. Желудок, рот, нос, язык, зубы, руки – всё приходит в движение, а в душе пробуждаются *сотни воспоминаний*, в памяти *всплывает* обеденный стол под родительским кровом, вокруг него – всё дорогие и родные с детства лица, отец или мать отрезают от целого каравая куски, соизмеряя их величину и толщину с возрастом и прожорливостью того, кому они предназначаются, в чашках пенится, благоухая, теплое утреннее молоко. Или *нахлынет*, сладостно щекоча нервы, *воспоминание*, как ранним утром, когда за окном еще наполовину ночь, до вас доносились запахи от булочника – теплые, сытные, волнующие и умиротворяющие, возбуждающие голод и наполовину утоляющие его. Вы как сейчас видите старую служанку, накрывающую на стол, она ставит посредине на скатерть толстую круглую деревянную тарелку и кладет на нее хлеб – тяжелый каравай; выпуклый верх слабо поблескивает темно-коричневой корочкой, а обсыпанное мукой плоское дно матовое; рядом она кладет огромный нож с широким лезвием и короткой рукояткой из кряжистого дерева.

А затем, перебрав всю историю человечества, мы обязательно *вспомним* тысячи эпизодов и картин, где хлеб играет важную роль, на память придут слова великих поэтов и многие изречения из Библии, и повсюду у хлеба наравне с прозаичным повседневным значением, вбирающим в себя понятие *сытность*, будет еще другое, более возвышенное, возносящееся до той самой притчи господней во время последней вечери; и вот нам уже не совладать с *потоком захлестнувших нас ассоциаций и воспоминаний*, хлынувших с сотен полотен великих мастеров и других творений, где нашли свое художественное выражение людская благодарность и благоговение перед хлебом, вплоть до мистических заклинаний в «Страстях по Матфею» Иоганна Себастьяна Баха: «Примите, ядите: сие есть тело мое».

Вместо небольшого умозрительного эссе о слове «хлеб» можно было бы написать книгу.

Народ – создатель и хранитель языка – нашел для хлеба ласковые и полные признательности слова, из которых мне достаточно привести только два, чтобы вновь *вызвать* в душе рой *созвучных воспоминаний*. В народе принято называть хлеб «хлебушком», а итальянцы и тессинцы, когда хотят высказать похвалу и по-настоящему восславить человеческую доброту, говорят: *buono come il pane* <Добрый, как хлеб (*итал.*)> [2, с. 585–587]. (Курсив наш. – В. Д.).

Воспоминания, представления, ощущения, вызываемые словом *хлеб*, знакомые каждому по личному опыту, могут быть получены также экспериментальным путем – в свободном ассоциативном эксперименте. Данные двух таких экспериментальных массивов, ассоциации на стимульные слова ХЛЕБ и BREAD, полученные от испытуемых русских [4], американцев [10], а также еще шести национальностей [7] (на стимулы, эквивалентные слову *хлеб*) приведены в таблице 1 (см. Приложение). Группы испытуемых сопоставимы по объему (1000) и социальной принадлежности (студенты).

Ассоциативные поля стимулов ХЛЕБ и BREAD, представленные в статистических распределениях по убыванию частот ассоциатов, различаются по степени гомогенности: крайней гомогенностью (однородностью) у американцев и высокой гетерогенностью (предельной широтой ассортимента) у русских. Так, в американском массиве частота F_1 самого популярного ассоциата равна 610, т. е. 61 % испытуемых отвечает на стимул единой стереотипной реакцией. В русском массиве частота F_1 равна 104, т. е. только один из десяти испытуемых дал самый популярный ответ. Объем группы уникальных («одноразовых») ассоциатов – 30 (BREAD) и 155 (ХЛЕБ). Ассортимент L (разнообразии ассоциатов) в американском массиве – 69, соответственно, в русском массиве – 226, т. е. средняя частота реакции в массивах равна, соответственно, 14 и 4.

Первая по частоте (*primary*; с рангом 1) реакция у американцев – *butter* – в ассоциативном поле русских занимает 15-й ранг – *масло*. Самая популярная ассоциация у русских – *черный* – у американцев не отмечена вовсе.

Хлеб – универсальный символ. Э. Фромм писал:

«Универсальный символ – единственный, в котором соотношение между символом и тем, что он выражает, не случайно, а внутренне присуще. Оно коренится в ощущении родства между эмоцией или

мыслью, с одной стороны, и чувственным опытом – с другой. Он может быть назван универсальным, потому что он разделяется всеми людьми, в противоположность не только случайному символу, который по самой своей природе – исключительно личный, но также условному символу, который ограничен группой людей, разделяющих одни и те же условия. Универсальный символ коренится в свойствах нашего тела, наших чувств и наших умов, общих для всех людей и потому не ограниченных отдельными личностями или группами. По существу, язык универсального символа – это единственный общий язык, развитый человеческим родом, язык, который он забыл прежде, чем преуспел в развитии универсального условного языка» [9, с. 17].

«No more woof» («Больше нет лая») – это название новейшего устройства (Швеция), вмонтированного в ошейники собак и кошек, служащего для распознавания интенциональных смыслов, переживаемых животным, и «перевода» их на язык интернациональный (английский). Первые «слова», вошедшие в «общебиологический» словарь языка домашних животных: *радость*, *боль*, *я голоден*. Голод – общее слово всех языков, хотя его нет в словаре семантических примитивов А. Вежбицкой. Тот факт, что слово *голод* вошло в число трех первых «слов» языка «братьев наших меньших» – серьезный довод в пользу гипотезы об априорном существовании универсальных смыслов, выходящих за рамки человеческих языков.

В заключение приведем ряд высказываний, относящихся к номинации *хлеб*:

Человек никогда не довольствуется куском черствого хлеба, если имеет возможность получить кусок пирога (*Д. И. Писарев*).

Земля же ... обрабатывается этими же доведенными до крайней нужды людьми для того, чтобы хлеб с нее продавался за границу и владельцы земли могли бы покупать себе шляпы, трости, коляски, бронзы и т. п. (*Л. Н. Толстой*).

Как бы ни были скромны наша еда и наша постель, мы все еще Ротшильды по сравнению с тем, кто спит под мостом и у кого так часто нет даже куска черствого хлеба (*П. А. Кропоткин*).

Мы должны будем все более принимать стандартизованные безвредные и бессодержательные продукты, которые, подобно белому хлебу, изготавливаются скорее из-за их рыночных свойств, чем из-за их ценности как продуктов питания (*Н. Винер*).

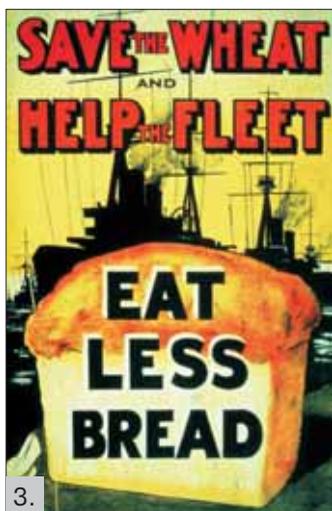
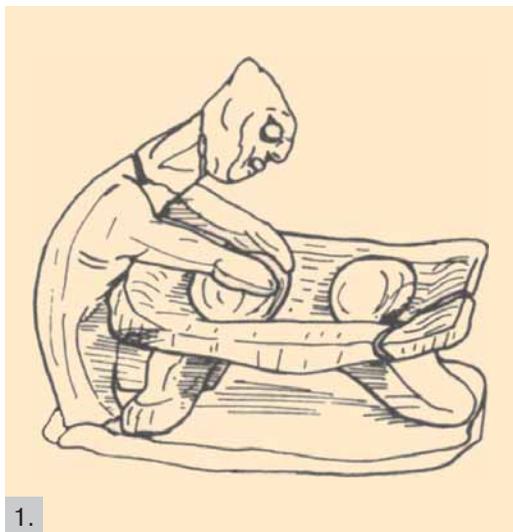
Приложение

БАЗЫ ДАННЫХ И ИЛЛЮСТРАЦИИ

Таблица 1

Сопоставление самых частых ассоциативных ответов на слово-стимул ХЛЕБ по восьми экспериментальным группам [4; 7; 10]

Американцы	Немцы	Французы	Поляки
масло пища есть вода белый	есть масло каравай пища голод	вино белый есть голод хлебный мякиш	насущенный ржаной масло черствый свежий
Русские	Казахи	Киргизы	Узбеки
черный белый мягкий ржаной черствый насущенный	масло вода мука сахар есть таган	белый пшеница масло домашний чай сахар	голодный чай вода сахар есть



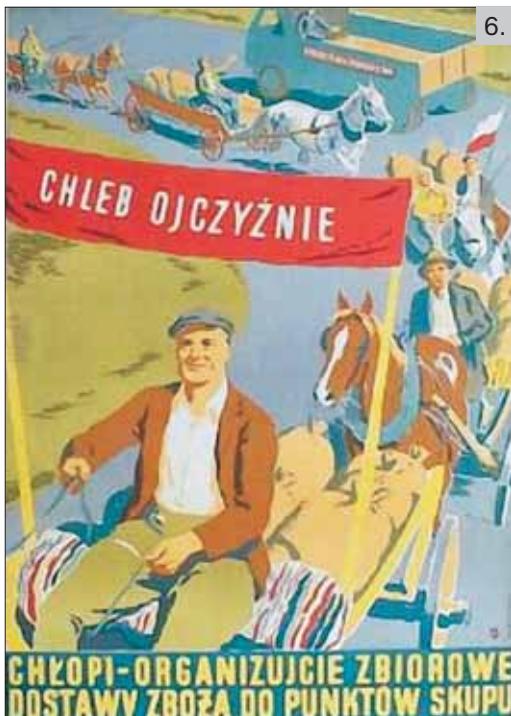
1. Вымешивание теста для хлебов. Финикийская глиняная статуэтка (Ахзив, X в. до н. э.)
2. Плакат (Великобритания, 1917) «Сохраните пшеницу и помогите флоту. Ешьте меньше хлеба»
3. Барельеф (Германия, 1940) «Хлеб для всех»



4. Плакат (США, 1942)
«Домашний хлеб побеждает в войне»



5. Плакат (ГДР, 1952)
«За хлеб и свободу!»

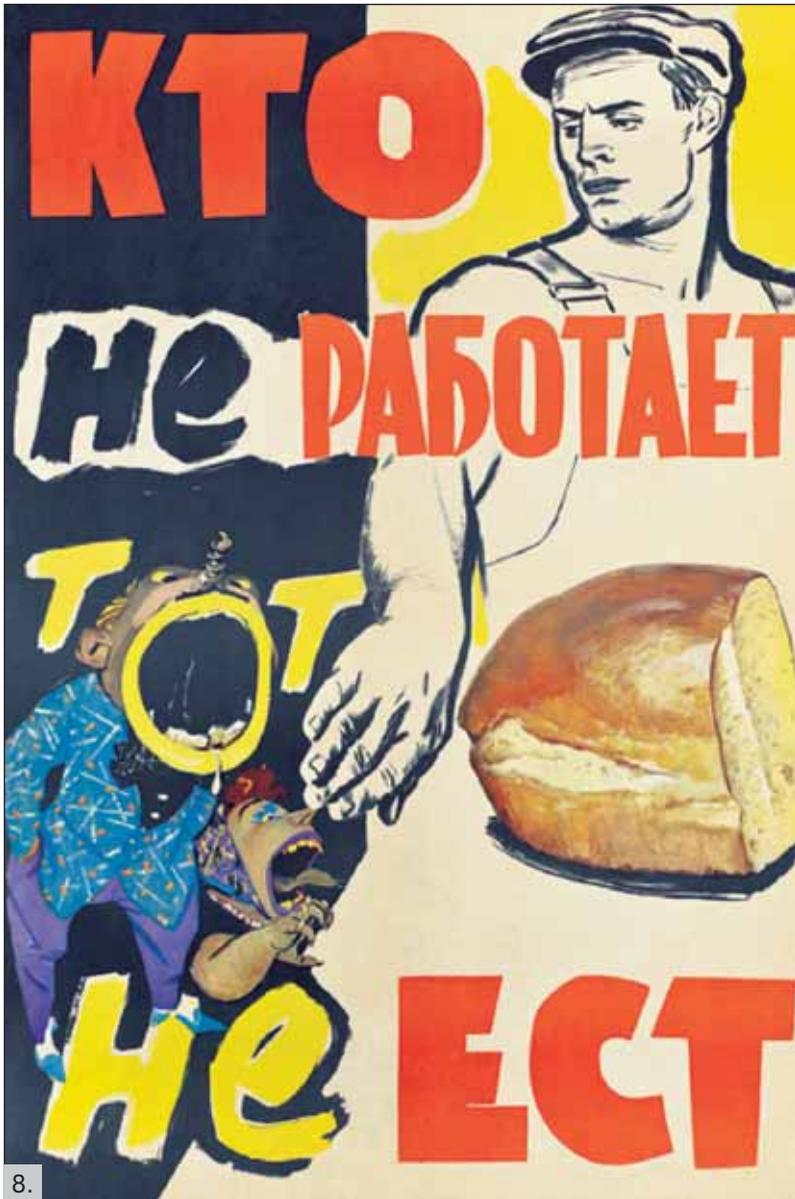


6. Плакат (Польша, 1954)
«Хлеб – Отчизне! Крестьяне,
организуйте коллективную поставку
зерна к пунктам закупки»

7. Плакат (1977)



7.



8. Плакат (1960)



9. Плакат (2005)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бидерманн Г.* Энциклопедия символов : пер с нем. – М. : Республика, 1996. – 335 с.
2. *Гессе Г.* Избранное. – М. : Радуга, 1984. – 592 с.
3. *Гумбольдт В.* Избранные труды по языкознанию. – М. : Прогресс, 1984. – 400 с.
4. *Долинский В. А.* Моделирование вербальных ассоциативных полей в квантитативной лингвистике : дис. ... д-ра филол. наук : в 2 т. / Т. 2. Приложение. Словарь «Вербальные ассоциации московских студентов». – М., 2012. – 585 с.
5. *Лермонтов М. Ю.* Полное собрание сочинений : в 2 т. – СПб. : Изд. Н. И. Холмушина, 1912. – 1024 с.
6. *Маслоу А. Г.* Мотивация и личность. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
7. Словарь ассоциативных норм русского языка / под ред. А. А. Леонтьева. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1977. – 192 с.
8. *Степанов Ю. С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
9. *Фромм Э.* Забытый язык. – Ангарск, 1994. – 164 с.
10. *Jenkins J. J.* The Minnesota Word Association Norms // Norms of Word Association. – N.Y. & L. : Academic Press, 1970. – P. 1–38.

УДК 81'42

Э. И. Каражаева

аспирант каф. общего и сравнительного языкознания МГЛУ;
e-mail: reselmira@mail.ru

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(на примере предвыборных вербальных стратегий
Барака Обамы и Джона Маккейна)**

Цель статьи – объяснение механизма воздействия предвыборных текстов Барака Обамы и Джона Маккейна с точки зрения заложенного в них коммуникативного заряда. В процессе исследования были выделены контент-фреймы, демонстрирующие наличие сознательно используемых манипулятивных технологий, а также индивидуальную манеру и степень эффективности применяемых стратегий в речах претендентов на пост президента США, и определены общие и специфические характеристики вербальных стратегий и способы их реализации.

Ключевые слова: стратегия; политический дискурс; контент-фрейм; слот; манипулятивные технологии; коммуникативный заряд.

Karazhayeva E. I.

Post-Graduate Student, the Department of General Linguistics
and Comparative Philology, MSLU; e-mail: reselmira@mail.ru

**LINGUISTIC STRATEGIES IN POLITICAL DISCOURSE
(Verbal Strategies Used by Barack Obama and John McCain
in their Electoral Campaigns)**

The purpose of the article is to explain how Barack Obama and John McCain's election speeches exert an influence over the public in terms of the communicative impulse contained in them. When undertaking the research, the author drew out certain content frames showing that there are manipulative techniques intentionally used by the speaker as well as an individual manner and a degree of effectiveness of the speech strategies employed by presidential candidates. Common and distinguishing characteristics of the verbal strategies and ways of their implementation were also studied.

Key words: strategy; political discourse; content frame; slot; manipulative techniques; communicative impulse.

Специфика политического дискурса заключается в единстве семантических, синтаксических и прагматических характеристик, направленных на достижение определенных целей. Многочисленные

исследования языка политики [5; 4; 1] свидетельствуют о том, что весь лексико-грамматический состав политического дискурса ориентирован на реализацию его главной цели – перераспределение и утверждение власти. Семантическая неопределенность, полисемия, сложность или неоднозначность значений политической лексики позволяют политикам как субъектам дискурсной практики манипулировать смыслом высказываний, активно используя лексику эмоционально-возвышенного характера с коммуникативным зарядом.

Основная цель исследования – объяснение механизма воздействия предвыборных текстов Барака Обамы и Джона Маккейна с точки зрения заложенного в них коммуникативного заряда.

Речь политика может иметь успех, если она созвучна массовому сознанию. Кроме того, учитывая ситуацию общения в конкурентной среде, политику необходимо, с одной стороны, создать собственный позитивный имидж, с другой – дискредитировать политического оппонента [3].

Процедура исследования проходила в два этапа: I этап – выделение всех более или менее значимых тематических конструктов, систематизированных в виде контент-фреймов [4], во всей совокупности речей Обамы и Маккейна отдельно, II этап – определение общих и специфических характеристик в их вербальных стратегиях.

При выборке контент-фреймов имелись в виду как собственно вербальные стратегии авторов речей, так и способы их реализации. На материале анализа 14 речей Обамы и Маккейна были выделены контент-фреймы, демонстрирующие наличие сознательно используемых манипулятивных технологий, а также индивидуальную манеру и степень эффективности применяемых речевых стратегий в текстах каждого из претендентов на пост президента США.

В речах Б. Обамы вычленено четыре *контент-фрейма* («Я», «Мой оппонент», «Change», «Мы – одна семья»), тогда как в текстах речей Дж. Маккейна выделено всего два *контент-фрейма* («Я» и «Мой оппонент»). Выделенные контент-фреймы обладают неоднородной внутренней структурой, состоящей из определенного набора слотов.

Контент-фреймы, выделенные при анализе речей Б. Обамы в контексте составляющих их слотов: *контент-фрейм «Я»* (слоты: «Моя политика», «Мои идеалы», «Моя американская мечта»).

В рамках данного контент-фрейма изучались высказывания в речах Б. Обамы, которые раскрывают его как сложную, многогранную личность, политика с большим потенциалом, личность, достойную быть президентом такой страны, как США. Б. Обама в своих речах позиционирует себя, прежде всего, как носитель американских демократических ценностей, в которые он свято верит и которые обещает реализовать. Метафорический автоимидж Б. Обамы – это романтический, безупречный рыцарь-демократ из мифов американского массового сознания; рыцарь, несущий позитивные перемены. Именно эта глобальная речевая стратегия, как мы считаем, позволила победить в предвыборной гонке. Причина его успеха заключается в апелляции к массовому сознанию, фундаментальным свойством которого, как известно, является мифологичность, обращенная к глубинным слоям, к «архетипам бессознательного». Политический дискурс в данном случае – это инструмент коллективного программирования. Очевидно, что речи Б. Обамы написаны спичрайтерами, которые полностью осознают значимость мифов для массового сознания и апеллируют ко всем без исключения слоям полиэтнокультурного американского общества. Внимательное их изучение позволяет выявить ряд мифов, эффективно «задействованных» Б. Обамой для манипуляции массовым сознанием. Среди них мифы о равноправии и справедливости, стремлении нации к единению, законности, семейных ценностях, активной гражданской позиции, и собственно американский романтический миф «America – Land of Promise», гордость за свою страну, образ Америки как лидера мира, а также – миссионерство, имеющее своей целью распространение американского образа жизни.

Слот «Моя политика» характеризует курс Б. Обамы как политику завтрашнего дня, в центре которой – новые подходы и акценты, адекватные меры по борьбе с кризисом. Одновременно он создал образ смелого, но не безрассудного потенциального президента, способного решать как экономические проблемы, так и вести эффективную и взвешенную внешнюю политику. Интересно, что при этом он очень мало говорит на языке конкретных цифр и мероприятий (прием слайдинга). Гипнотическое воздействие его риторики достигается посредством выбора слов и словосочетаний, которые в определенном ритме, в контексте изящных метафор, повторяются как заклинание. Очень мало конкретной информации о его достижениях на посту сенатора

от штата Иллинойс (тактика избегания), возможно потому, что позитивных результатов его работы недостаточно.

Слот «Мои идеалы» своим содержанием также ориентирован на массовое сознание, так как идеалы, декларируемые Обамой, максимально совпадают с чаяниями самых широких слоев аудитории и затрагивают релевантные мифы. Как бы становясь в один ряд с простыми американцами, он от их имени осуждает грязные политические игрища, намекая на то, что для него политика не бизнес, а священная миссия.

Слот «Моя американская мечта» представлен в речах Обамы весьма рельефно, что естественно, учитывая, с одной стороны, его происхождение, с другой – общую атмосферу доверительного разговора с аудиторией, которую Обама стремился создать при каждой встрече с избирателями. Делясь с аудиторией персональной информацией, он как бы делал и делает своих слушателей соучастниками своей судьбы, намекая на то, что, если они его изберут своим президентом, это будет не только осуществлением его, Обамы, мечты, но и свидетельством того, что в Америке любой гражданин, независимо от каких-либо особенностей, может подняться на самый верх из глубин безвестности и бедности.

Where else could a young man who grew up herding goats in Kenya get the chance to... marry a white girl from Kansas...? Where else could they have a child who would one day have the chance to run for the highest office in the greatest nation the world has ever known? Where else, but in the United States of America?

Следует пояснить, что по информации, распространенной в Сети, Обама – выходец из весьма состоятельного и влиятельного клана в Кении. Таким образом здесь налицо манипулятивные технологии, так как возвести сына Кенийского пастуха на трон президента Америки – задача куда более сложная, и следовательно, победа над своими предрассудками намного более грандиозная для американских избирателей. Понятно, что подобная интрига позволяет слушателю увидеть в себе борца за справедливость и представить Америку в величественном образе мирового лидера и покровителя всех народов. Кто же из слушателей откажется поучаствовать в битве между Добром и Злом, имея в качестве победоносного оружия всего лишь свой голос на выборах!

Контент-фрейм «Мой оппонент» (слоты: «Мой оппонент как личность» и «Политика оппонента. Неэффективность действий и планов»).

Основное содержание данного контент-фрейма сосредоточено вокруг мысли о тесной связи Маккейна с политикой своего друга Буша, доказавшей свою несостоятельность.

Слот «Мой оппонент как личность» создает стойкую ассоциацию «Маккейн – носитель политики вчерашнего дня». При этом Обама не позволил себе прямо критиковать Маккейна как личность, а полемизировал с ним исключительно как с идеологическим и политическим преемником Буша. И хотя любые критические замечания о конкретных (моральных, этических и др.) качествах личности Маккейна отсутствовали, у аудитории возник имплицитно созданный негативный образ.

Слот «Политика оппонента. Неэффективность действий и планов» содержит косвенную критику в адрес Дж. Маккейна, который характеризуется как человек «мелких планов» (*small plans*), способный достойно ответить вызовам сегодняшнего дня.

Контент-фрейм «Change» включает слоты: «Преобразования необходимы и возможны», «Векторы перемен, которые я обещаю».

Данный контент-фрейм, пожалуй, самый весомый в речах Обамы. Слоган «Change» проходит рефреном в каждой его речи и является своеобразным «контейнером» для системы мифов массового сознания. Отсюда выбор слов, задевающих релевантные струны в сознании масс: «truth», «dreams», «hopes», «love», «peace», «freedom».

Слот «Преобразования необходимы и возможны» по объему превышает практически все остальные. В нем констатируется факт необходимости и возможности перемен, а также содержится указание на то, что время перемен настало, и на то, что именно он, Обама, и есть символ этих перемен. Примечательна форма подачи этих мыслей: во-первых, они неизменно повторяются, как заклинание, в разных вариациях, во-вторых, благодаря повторам тщательно подобранной лексики создается эффект фольклорно-балладного стиля, что придает им еще большую силу эмоционального воздействия.

Слот «Векторы перемен, которые я обещаю» содержит большое количество маркеров, свидетельствующих о существующих в массовом сознании мифах. В целом, вырисовывается радужная картина будущего, существование которой возможно лишь при условии, что

будет избран именно Б. Обама. В то же время общий стиль несколько завуалированной и туманной недоговоренности присутствует и здесь (во всех изученных нами высказываниях было обнаружено всего две цифры).

Контент-фрейм «Мы – одна семья». В речах Обамы рисуется идеальный метафорический образ американского народа – единой семьи, которая вместе решает проблемы, добивается благоденствия и процветания, что вызывает положительные ассоциации с Обамой как членом этой дружной семьи, вселяет надежду, отвечает самым сокровенным чаяниям и обладает огромной притягательной силой. При этом он предлагает слушателям информацию личного характера, рассказывая о своей семье, некоторых своих проблемах, затруднениях, создает впечатление своей открытости, доступности.

Контент-анализ предвыборных речей Джона Маккейна позволяет выявить всего две тематические составляющие:

- **контент-фрейм «Я»** (слоты «Моя политика», «Мои идеалы» и «Американская мечта»)
- **контент-фрейм «Мой оппонент»** (слоты «Мой оппонент как личность» и «Политика оппонента. Неэффективность действий и планов»).

Анализ речей Маккейна позволяет нам увидеть совершенно иной подход к предвыборной агитации, хотя есть и точки пересечения. Джон Маккейн также затрагивает почти все вопросы, освещаемые в речах Обамы, однако он апеллирует к другим культурным феноменам массового сознания, предлагая менее романтические лозунги. Упомянув те же «болевы точки», Маккейн обращает внимание на совершенно другие грани, активно обсуждая финансовые и иные вопросы, оперируя цифрами, что могло бы иметь успех у публики, если бы не было Обамы с его более масштабным и впечатляющим шоу. Показательно, что говоря о войне на Ближнем Востоке, Маккейн сетует не на то, что она уносит жизни американских парней (о чем постоянно и вместе со всеми горюет Обама), а на то, что эти войны очень дорого обходятся Америке. При этом не исключено, что Маккейн, так же как и Обама, имел в виду жизни солдат, однако на общем фоне цифр и расчетов, а главное, вне контекста легенды о родственных семейных отношениях с аудиторией, эти высказывания истолковываются аудиторией скорее как недовольство Маккейна финансовыми потерями.

Контент-фреймы смысловой структуры предвыборных речей Маккейна можно охарактеризовать как в большой степени противоположные соответствующим контент-фреймам речей Обамы, хотя рубрикация слотов совпадает. Маккейн, в отличие от тонкой игры Обамы, использует метод прямолинейной характеристики, критикуя взгляды и личность своего политического противника и рекламируя себя как человека и политика. Маккейн также пользуется достаточно большим количеством риторических приемов, но лозунги, которые он предлагает, не столь харизматичны, ибо из всего калейдоскопа мифов массового сознания он фокусируется на сугубо материальном процветании (*I'm running to create more wealth*) и воинствующем стремлении к победе над врагами, разумеется, под его мудрым руководством в качестве главнокомандующего (*I'm running to be Commander-in-Chief*).

Важная часть речей Маккейна – высказывания, в которых он дистанцируется от крайне непопулярного президента Дж. Буша, что не украшает Маккейна как друга и члена команды.

Свою политику Дж. Маккейн называет новым курсом, смелым планом действий, воплотить который сможет только такой отважный и бесстрашный игрок, как он сам. Ключевой лозунг Маккейна, по-видимому, можно было бы сформулировать одним словом «fight». Об этом свидетельствует весь набор ассоциаций, неизменно присутствующих в речах этого политика (*I'm an American. And I choose to fight... What America needs in this hour is a fighter*).

Он не демонстрирует уважение к аудитории и в том отношении, что пытается безапелляционно диктовать ей, что делать и даже думать о нем самом и о его политическом оппоненте. Он, в отличие от Обамы, не доверяет своему слушателю, не позволяет ему почувствовать себя в контексте потенциально исполнимой романтической мечты.

Таким образом, тексты Б. Обамы, в отличие от текстов речей Маккейна, характеризуют его как искусного оратора-манипулятора массовым сознанием. Он создает красивую легенду о себе, вовлекает своих слушателей в интересную интригу, когда у избирателя создается впечатление, что он действительно может решать что-либо в судьбе страны и мира, он дарит аудитории чувство победы, вообще виртуозно играет на всей гамме чувств избирателя, не давая ему опомниться. Он побеждает до выборов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Джиоева А. А.* Фундаментальные основы языка политики: Продвинутый курс английского языка. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2014. – 480 с.
2. Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь справочник / отв. ред. М. И. Панов, Л. Е. Тумина. – М. : КРПА Олимп, 2005. – 960 с.
3. *Dijk T. A. van.* Cognitive and Conversational Strategies in the Expression of Ethnic Prejudice // Text. – Vol. 3–4. – Amsterdam : Mouton Publishers, 1983. – P. 375–404.
4. *Fairclough N.* Critical Discourse Analysis. – London : Longman, 1995. – P. 421–468.
5. *Wodak R.* Disorders of Discourse. – London : Longman, 1996. – 200 p.

УДК 81'22

Е. Ф. Косиченко

канд. филол. наук, доц., проф. каф. второго иностранного языка МГЛУ;
e-mail: ekosichenko@gmail.com

СТЕРЕОТИПИЗИРОВАННЫЙ ОБРАЗ «ПРОСТОГО АМЕРИКАНЦА» СКВОЗЬ ПРИЗМУ СОБСТВЕННЫХ ИМЕН

(на материале романа Дж. Апдайка «Кролик вернулся»)

В статье представлена точка зрения на роль художественной литературы в формировании стереотипов, а также на участие собственных имен в данных процессах. На материале романа Дж. Апдайка «Кролик вернулся» показано, что использованные в тексте произведения онимы, с одной стороны, позволяют автору создать типизированный образ «простого» американца, а с другой – ложатся в основу культурных стереотипов.

Ключевые слова: стереотип; имя собственное; художественный текст; типизированный образ; знания.

Kosichenko E. F.

Candidate of Philology (PhD); Associate Professor; Professor, the Department of English as a Second Foreign Language, MSLU; e-mail: ekosichenko@gmail.com

THE STEREOTYPED IMAGE OF A “COMMON AMERICAN” IN TERMS OF PROPER NAMES

(a Study on Proper Names in *Rabbit Redux* by John Updike)

The article looks into the problem of national stereotypes and archetypes in literature. The analysis of the proper names used in the book *Rabbit Redux* by John Updike reveals their role in creating the image of a “common American” and, consequently, forming cultural preconceptions in the mind of a foreign reader.

Key words: stereotype; proper names; fictional texts; literary type; knowledge.

Термин «стереотип» прочно укрепился в лингвистике и смежных дисциплинах с тех пор, как У. Липпман назвал *стереотипом* упорядоченную, довольно последовательную картину мира, позволяющую человеку адаптироваться к культурным ценностям и служащую защитой привычного для него образа жизни (ordered, more or less consistent, highly charged with the feelings picture of the world, to which we are adapted, we know the way round, and behind its defenses we can continue to feel ourselves safe in the position we occupy) [9].

Несмотря на то, что практически любое обращение к стереотипу начинается с этого определения, существует множество других

дефиниций и толкований, и часто использование термина «стереотип» сопровождается разного рода уточнениями, указывающими на конкретный аспект, в котором данные явления рассматриваются. В частности, Н. В. Уфимцева дифференцирует этнические стереотипы (недоступные саморефлексии «наивного» члена этноса) и культурные стереотипы (доступные саморефлексии) [8], В. В. Красных описывает стереотипы-представления, стереотипы-образы, стереотипы поведения, стереотипы-ситуации [2], И. Г. Ольшанский говорит о стереотипах поведения и целеполагания, восприятия и понимания [5]. При всем разнообразии исследовательских позиций, можно, тем не менее, говорить о единстве взглядов на такие существенные характеристики стереотипа, как его способность выступать «результатом отражения в сознании личности типового фрагмента реального мира» [2, с. 231], определять «единство и целостность культуры» [5, с. 35], а также отражать изменения в «коллективных убеждениях» [6, с. 72]. Таким образом, важными чертами стереотипа следует признать его образность, социальный характер и культурную детерминированность.

Нас стереотипы интересуют в их взаимоувязке с понятием «знания», что позволяет рассматривать их в двух аспектах: как источник «готовых знаний» – весьма ограниченную по объему, определенным образом структурированную и коннотированную информацию, которая обязательна для усвоения человеком в процессе социализации; и как выводное знание, получаемое в результате поверхностного и часто предубежденного знакомства с некоторыми явлениями. Поскольку стереотипы формируются под влиянием разного рода познавательных процессов (наблюдений, общения, чтения и т. д.), они могут рассматриваться как средства категоризации мира и человеческого опыта на бытовом уровне. Понимание категоризации как способа «придать миру упорядоченный характер, систематизировать как-то наблюдаемое и увидеть в нем сходство одних явлений в противовес различию других» [3, с. 96], позволяет толковать стереотип как заданную или сформированную модель мировосприятия и поведения. В целом, в своем понимании стереотипа мы идем за О. К. Ирисхановой, называющей стереотипом некий максимально обобщенный нежесткий набор базовых категориальных свойств группы объектов, которые обобщают опыт и складываются произвольно и не всегда осознанно, но могут и навязываться обществом [1].

Таким образом, в данной статье речь пойдет о двух видах стереотипов – заданных моделях поведения (в том числе и речевого), типичных для членов одной культуры, и стереотипах восприятия, формирующихся в результате знакомства с другой культурой. Задачей является показать, что принадлежность к культуре, знание существующих в ней моделей поведения влияет на авторский выбор средств создания художественных образов, а также продемонстрировать, что прочтение литературного произведения иностранного автора приводит к формированию или закреплению стереотипов восприятия в сознании читателя.

Средством вербализации стереотипов могут выступать различные языковые средства, в том числе и собственные имена, которые активно участвуют в познавательных процессах и являются здесь объектом анализа. Материалом для данного исследования послужил роман Д. Апдайка «Кролик вернулся», в котором имена собственные служат, помимо прочего, средством создания обобщенного образа представителя американской культуры середины прошлого века, своего рода типажа, обладающего совокупностью определенных признаков. Для литературного произведения такая типизация необходима, поскольку благодаря ей персонаж становится узнаваемым, а его поступки и мысли понятны читателю. Если поведение и образ мыслей персонажа выходят за пределы принятых в культуре норм, художественный образ может показаться читателю надуманным, неестественным. Здесь уместно процитировать Д. С. Лихачева, писавшего, что «литература не только все шире и глубже изображает действительность, но она и приближает средства изображения к самому изображаемому» [4, с. 481–483].

В то время как для соотечественников автора литературного произведения такая типизация – важное условие правдивости описанных событий, для представителя другой культуры – это источник знаний о жизни и нормах поведения в иной лингвокультуре. Не вдаваясь во все тонкости соотношения понятий «типизация» и «стереотипизация» как способов категоризации действительности, проведем между ними условную грань и будем в данном контексте называть типизацией авторский прием создания художественного образа. Типизация в этом смысле – *намеренное* усечение и обобщение глубоких и обширных знаний писателем своего народа. Стереотипизация – процесс *непроизвольный* и является результатом непродолжительного и часто весьма

поверхностного знакомства человека с чужой для него культурой. Безусловно, прочтение литературного произведения на иностранном языке расширяет знания читателя и приобщает его к иной культуре, однако в связи с тем, что получаемая информация ограничена по объему и, кроме того, воспринимается сквозь призму культурного опыта читателя, формирование стереотипов практически неизбежно.

И еще одно замечание теоретического характера. Мы придерживаемся той точки зрения, что в произведениях художественной литературы собственные имена несут большую смысловую нагрузку и выбираются автором в соответствии с его интенцией, выступая средством создания образа литературного героя. Поскольку автор принадлежит к некоторой культуре, выбор средств именования персонажей не только подчинен глобальному замыслу произведения, но и отражает тенденции в жизни конкретного общества. Как писал Ю. С. Степанов, имя собственное «указывает на нечто более общее, чем сам индивид, – на семью, род и традицию, сущности вполне реальные и несравненно более протяженные во времени и в пространстве, чем индивид» [7, с. 185]. Что касается компонентов так называемого ономастического фона, то и они используются в тексте неслучайно, а играют важную роль в создании пространственно-временной структуры текста, его жанровой организации, а также являются дополнительным средством создания художественного образа.

Роман Д. Апдайка «Кролик вернулся» [10] описывает ряд событий из жизни «простого» американца конца 60-х гг. прошлого века Гарри Ангстрема (Harry Angstrom) по прозвищу Кролик (Rabbit). Известно, что Соединенные Штаты заселялись выходцами из разных стран, которые жили поселениями, поэтому каждый штат имеет свою специфику. Действие романа «Кролик вернулся» разворачивается в штате Пенсильвания, население которого разнородно с этнической точки зрения, но более чем на 20 % состоит из так называемых немцев, к которым по традиции относят также шведов и голландцев – первых поселенцев штата. У американцев существует понятие «Pennsylvanian Dutch», которое относится ко всем иммигрантам, прибывшим в США в конце XVII – начале XVIII вв. из района современной юго-западной Германии. Главный герой романа Гарри Ангстрем и его отец Эрл Ангстрем (Earl Angstrom) носят фамилию скандинавского происхождения, что свидетельствует о глубоких пенсильванских корнях,

а этническое разнообразие штата воссоздается при помощи других имен, как шотландское *Buchanan*, южно-немецкое *Fosnacht*, греческое *Stavros*, шведское *Springer*, нижненемецкое *Hammacher*, англо-саксонское *Farnsworth* и др.

Избранный автором прием именованья персонажей передает местный колорит и, вероятно, создает ощущение правдивости повествования у американского читателя. Для представителя иной культуры этническое разнообразие фамильных онимов выступает источником знаний, которые, с одной стороны, идут вразрез со стереотипным представлением о том, что американец должен быть Смитом или Джонсом, а с другой – соответствуют его культурным ожиданиям, укрепляя восприятие Америки как прибежища для выходцев из разных стран.

Выбор прозвища *Кролик* для наречения главного героя книги Гарри Ангстрема основан на стереотипном восприятии человека с маленьким носом и несколько приподнятой губой, и, возможно, продиктован ассоциацией с понятием «заячья губа» – *англ. harelip*. Интересно, что основания для выбора прозвища могут смутить, например, немцев, в языке которых данное заболевание имеет название «Lippen-Kiefer» – дословно «челюстная губа»:

The small nose and the slightly lifted upper lip that once made the nickname Rabbit fit... [10, p. 3].

В первом эпизоде главный герой повествования Гарри Ангстрем и его отец Эрл Ангстрем встречаются после работы за кружкой пива для серьезного разговора, который начинается с болезни матери Гарри, потом переходит в область политики и далее затрагивает семейную жизнь Гарри. Как многие «простые» американцы Эрл Ангстрем, коренной пенсильванец, является любителем пива и просит бармена подать ему кружку пива известной американской марки:

“Make it a Schlitz,” Earl tells the bartender [10, p. 4].

Действительно, пивная компания Schlitz была в свое время самым крупным производителем пива в мире, и в Америке широко известен рекламный слоган: «When you're out of Schlitz, you're out of beer». Использование названия данной торговой марки в романе дополняет образ американского обывателя, делает его узнаваемым и вместе с тем служит источником еще одного стереотипа об американцах.

Собственные имена играют важную роль также и во временной организации анализируемого текста. В книге нет прямого указания на время действия, однако темпоральная отнесенность выражена через упоминание исторически значимого события – запуска пилотируемого космического корабля серии «Аполлон» с астронавтами Н. Армстронгом, Э. Олдрином и М. Коллинзом на борту. Данный прием позволяет точно установить время действия – 16 июля 1969 г.

The bar television is running, with the sound turned off. For the twentieth time that day the rocket blasts off... [10, p. 6].

Референция к данному событию мировой значимости не только эксплицирует временную отнесенность романа, но и в первую очередь создает образ Америки как мощного государства, а через него и образ простого американца, на чем следует остановиться подробнее.

Как уже отмечалось, начавшись с болезни матери Гарри, разговор перешел в русло политики, что также типично для «простого» человека, особенно жителя Пенсильвании, где политическая борьба исторически оставалась достаточно острой, а в 1960-х гг. усилилась активизацией профсоюзного движения и борьбой рабочих за свои права. Из приведенного ниже отрывка видны политические предпочтения Эрла Ангстрема, которые эксплицируются также через использование собственных имен:

They called **LBJ** every name in the book but believe me he did a lot of good for the little man. Wherever he went wrong, it was his big heart betrayed him. These pretty boys in the sky right now, **Nixon** will hog the credit but it was the Democrats put'em there, it's been the same story ever since I can remember, ever since Wilson – the Republicans don't do a thing for the little man [10, p. 9]. – *Они по-всякому ругали Джонсона, но, поверь, он много сделал для простого человека. И если уж его заносило, то это только по простоте душевной. Возьми хоть этих симпатичных ребят, которые сейчас болтаются в небе, ведь лавры достанутся Никсону, а запустили их туда демократы. Сколько помню, всегда одно и то же, со времен Вилсона республиканцы и пальцем не пошевелили ради простого человека.*

Отрывок требует определенных пояснений. В частности, LBJ – прозвище 36-го президента США Линдона Бейнса Джонсона (Lyndon Baines Johnson), демократа, поддерживавшего космическую программу НАСА (NASSA) по запуску спутников «Аполлон». Именно в период его президентства велась подготовка к высадке людей на

луне, которая осуществилась в тот год, когда к власти пришел республиканец Никсон.

В рассуждениях старшего Ангстрема посредством имен *Джонсон* и *Никсон* актуализируется оппозиция «свой – чужой», имеющая важное значение в жизни американцев, и проявляющаяся в традиционном для них делении мира на красный (республиканцы) и синий (демократы) цвета. В этом отношении интересны слова Эрла Ангстрема «Democrats put 'em there», свидетельствующие о том, что в сознании американца личность президента ассоциируется, скорее, с партией, нежели с целым государством. Для представителя другой культуры данное речевое поведение персонажа укрепляет существующее стереотипное представление об Америке как о стране с развитой демократией.

В сущности, созданию имиджа Америки как «оплота демократии» способствует стереотипное восприятие среднего американца как настоящего патриота, искренне верующего в величие Америки. Данный стереотип складывается, в основном, на основе знаний, полученных из голливудских фильмов, речей высокопоставленных чиновников, особенно в период предвыборных кампаний. Приведенный ниже отрывок показателен в этом отношении, поскольку в нем представлен человек, искренне верящий во все ценности и идеалы своей страны. Авторская ирония, как представляется, только укрепляет данный стереотип восприятия:

Pop stands whittled by the great American glare, squinting in the manna of blessings that come down from the government, shuffling from side to side in nervous happiness that his day's work is done, that a beer is inside him, that Armstrong is above him, that the U.S. is the crown and stupefaction of human history [10, p. 10]. – Отец стоял, как будто овеянный великим светом Америки, прищурившись от потока благодати, исходящего от правительства, радостно возбужденно покачиваясь из стороны в сторону от того, что дневная работа была сделана, внутри него было пиво, а над ним был Армстронг, и того, что США представлялись ему венцом творения и самым ошеломляющим явлением в истории.

С точки зрения влияния собственных имен на формирование этнических стереотипов, важную роль в данном отрывке играет имя *Нил Армстронг* – символ достижений Америки в области освоения космоса. Вместе с тем посредством использования данного имени проходит мысль, что патриотизм не мешает «просто» американцу

испытывать неодобрение относительно затратных программ государства. Критическое отношение выражено как посредством слов старшего Ангстрема «these pretty boys in the sky right now», так и в отрывке, содержащем мнение младшего Ангстрема по этому поводу:

The six o'clock news is all about space, all about emptiness ... They keep mentioning Columbus but as far as Rabbit can see it's the exact opposite: Columbus flew blind and hit something, these guys see exactly where they're aiming and it's a big round nothing [10, p. 19]. – *Шестичасовые новости целиком посвящены космосу, пустоте... Они то и дело упоминают Колумба, но, насколько Кролик понимает, все с точностью до наоборот: Колумб не видел, куда направлялся и попал в цель, а эти ребята точно знают куда целятся, но попадают в большое ничто.*

Важную роль в данном отрывке играет имя *Колумб*, обращение к которому в теленовостях абсолютно предсказуемо, поскольку понятие «первопроходец», которое данное имя вербализует, применимо и к высадке человека на луну. С другой стороны, для Гарри Ангстрема имя *Колумб* противопоставлено тем, кого он иронично называет «these guys». Критическое отношение Гарри к космической программе Америки обусловлено явным неодобрением того, что представляется ему расточительством. В приведенном ниже отрывке доля презрения к «ребятам на луне» эксплицирована через использование имени *Кеннеди*:

Kennedy's face killed half-dollars, took them out of circulation and they've never come back. The metal got sent to the moon [10, p. 9]. – *Кеннеди положил конец полудолларовым монетам, изъяс их из обращения, и они так и не вернулись. Металл же был отправлен на луну.*

Речь идет о 50-центовых монетах США, которые впервые были отчеканены 1 декабря 1794 г. В 1965 г. Линдон Джонсон отменил серебряный стандарт, что вызвало быстрый выход из обращения отчеканенных ранее серебряных монет, в том числе и 50 центов с изображением Кеннеди 1964 г.

Суммируя изложенное, отметим, что собственные имена занимают важное место в типизации образа «простого американца». Так, используемые автором романа «Кролик вернулся» фамильные онимы *Buchanan, Fossnacht, Stavros, Springer, Hammacher, Farnsworth* отражают этническое разнообразие штата Пенсильвания, создают местный колорит, а имя *Ангстрем* является своего рода прототипом коренного жителя штата. Собственное имя *Schlitz* является средством создания

образа «простого американца», любящего все американское. Имена: *Джонсон, Никсон, Кеннеди* – показывают, что для американца история его страны существует как череда сменяющих друг друга президентов, и все значимые события ассоциируются с периодом правления конкретного человека. С другой стороны, имена первых лиц государства привлекаются также для создания оппозиции «свой – чужой», важной для американской демократии. Имя *Нил Армстронг* выполняет в тексте присущую ему роль символа Америки, с одной стороны, но отражает нарастающее беспокойство в американском обществе конца 1960-х – с другой. Имя *Колумб* – символ Америки – одновременно отождествляется с именем *Армстронг* и противопоставляется ему, за счет чего усугубляется контраст между тем, что «простой» американец считает истинными ценностями и тем, к чему относится с подозрением.

В целом, проведенный анализ позволяет говорить о том, что в широком смысле «простой американец» – это человек, искренне верящий в величие Америки, уважительно относящийся к идеалам демократии, ценящий стабильность, при этом осторожный и часто неодобрительно настроенный по отношению к амбициозным программам государства. Важное место в ценностной картине мира американца занимает оппозиция «свой – чужой», определяющая не только его взгляды на представителей других культур (что не рассматривалось в данной статье), но также лежащая в основе его восприятия своей культуры, несущей явно выраженный отпечаток двухпартийной политической системы, исторически сложившейся в США в середине XIX в.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Ирисханова О. К.* Стереотипы, эталоны и другие социокультурные модели в дискурсе // Дискурс как социальная деятельность: приоритеты и перспективы. – Ч. 1. – М. : ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2012. – С. 173–184. – (Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та; вып. 5 (638). Сер. Языкознание).
2. *Красных В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
3. *Кубрякова Е. С.* Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира // РАН. Ин-т языкознания. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
4. *Лихачев Д. С.* Историческая поэтика русской литературы. – СПб. : Алетейя, 1997. – 508 с.

5. *Ольшанский И. Г.* Лингвокультурология в конце XX в.: итоги, тенденции, перспективы // Лингвистические исследования в конце XX в. : сб. обзоров исследований. – М., 2000. – С. 26–55.
6. *Прохоров Ю. Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – 3-е изд., стереотип. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 224 с.
7. *Степанов Ю. С.* Язык и Метод. К современной философии языка. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 784 с.
8. *Уфимцева Н. В.* Этнические и культурные стереотипы: Кросс-культурное исследование. – 1995. – Т. 54. – № 3. – URL : <http://feb-web.ru/feb/izvest/1995/03/953-055.htm>
9. *Lippmann W.* Public Opinion. 1921. – URL : <http://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/2429/2487430/pdfs/lippmann.pdf>
10. *Updike J.* Rabbit Redux. – N.Y. : Fawcett Books : The Random House Publishing Group, 1991. – 353 p.

УДК 81'42

О. В. Маслова

ст. преподаватель каф. иностранных языков Первого Московского Государственного медицинского университета им. И. М. Сеченова;
e-mail: olgamaslovaдени2011@yandex.ru

ЗОНА ЛИЧНОЙ АВТОНОМИИ В КОММУНИКАТИВНОМ ПОВЕДЕНИИ АНГЛИЧАН¹ И РУССКИХ

В статье дано сопоставительное описание национального коммуникативного поведения в британской и русской лингвокультурах. Особое внимание уделяется стратегиям кооперативного общения, направленного на поддержание взаимоотношений коммуникантами, главным фактором которого выступает позиция адресата: готовность принять предлагаемую модель поведения, оценка предмета речи и поведения адресанта.

Ключевые слова: национальное коммуникативное поведение; личная автономия.

Maslova O. V.

Senior Lecturer, the Department of Foreign Languages, I. M. Sechenov First Moscow State Medical University; e-mail: olgamaslovaдени2011@yandex.ru

THE AREA OF PERSONAL AUTONOMY IN ENGLISH AND RUSSIAN COMMUNICATIVE BEHAVIOR

The article presents a comparative description of national communicative behaviour in British and Russian linguistic cultures. Much attention is paid to the strategies of cooperative communication directed to maintaining relationships by the communicants, the main factor of which is the addressee's position – readiness to keep the dialogue, an estimation of the object of speech and the addresser's behaviour.

Key words: national communicative behaviour; personal autonomy.

В условиях расширения межкультурных контактов одна из главных задач в современной лингвистике состоит в сопоставлении

¹ В опросе принимали участие представители различных национально-культурных сообществ, которые долгое время проживают на территории Великобритании и официально являются ее гражданами. На основании данных социокультурных факторов мы рассматриваем представителей различных этносоциумов как носителей британской культуры и образа жизни. Это положение справедливо и для интерпретации результатов опроса, проводимого среди русскоязычных респондентов.

социокультурных норм и правил, регулирующих речевое общение в разных этнических обществах. В этом отношении исследователи выделяют два фактора, обуславливающих речевое общение:

- 1) этническая ментальность представителей определенной культуры (знания и оценка окружающего мира, представления о правилах поведения и т. п.);
- 2) язык, отражающий культуру.

При описании речевого общения в контексте этнической культуры один из российских исследователей И. А. Стернин оперирует термином «национальное коммуникативное поведение», определяемое как «совокупность норм и традиций общения определенной лингвокультурной общности» [4]. При этом под термином «лингвокультурная общность» указанный автор понимает «совокупность людей, объединенных общим языком и общей (как в историческом, так и в актуальном планах) культурой ... фрагмент национальной культуры, отвечающий за коммуникативное поведение нации» [4]. Вслед за И. А. Стерниным в качестве базового оценочного критерия коммуникативного поведения мы будем использовать правила, регулирующие общение представителей определенной лингвокультуры в социуме.

Опираясь на результаты проведенного нами опроса, рассмотрим характерные черты коммуникативного поведения русских и англичан. Опрос проводился с использованием двух методов:

- 1) интервьюирования, в котором участвовали 58 человек (35 русских и 23 англичанина);
- 2) анкетирования, включающего 78 участников (50 русских и 28 англичан).

Вопросы интервью касались формы поведения представителей двух указанных лингвокультур в общебытовых сферах коммуникации: в рамках горизонтальных (со знакомыми, малознакомыми и незнакомыми людьми) и вертикальных (начальника и подчиненного и т. п.) взаимоотношений коммуникантов. В свою очередь, использованный нами метод анкетирования предполагал выбор информантами модели поведения в ряде предложенных конфликтных ситуаций.

По мнению большинства исследователей (Д. Паксман, К. Фокс, Т. В. Лариной), основополагающим принципом, регулирующим коммуникативное поведение англичан, является личная сфера коммуниканта, именуемая специальным термином «privacy» [8; 7; 1]. В ряде

использованных нами словарей: в Новом Большом англо-русском словаре под ред. Ю. Д. Апресяна, 1993; В. К. Мюллера, 2005, а также на сайте электронного переводчика translate.yandex.ru выделяются следующие эквиваленты названной лексической единицы в русском языке, описывающие этнокультурные черты англичан: «уединение» [3; 2; 6], «личное дело», «частное дело» [2], «частная жизнь» [3; 6], «личная жизнь», «неприкосновенность частной жизни» [6]. Так, один из британских исследователей Д. Паксман отмечает следующие этнокультурные ценности англичан, в основе которых лежит неприкосновенность частной жизни отдельного лица: *independence* – независимость, *autonomy* – автономия, *isolation* – изоляция [8]. Другой британский исследователь – К. Фокс, описывающий коммуникативное поведение англичан, расценивает феномен *privacy* как невмешательство коммуникантом в личное дело собеседника, что, по мнению указанного автора, предполагает ненавязывание адресантом своих личных проблем, переживаний и т. п., составляющих негативные эмоции, адресату, *ср.*:

We are taught to mind our own business, not to pry, to keep ourselves to ourselves, not to make a scene or a fuss or draw attention to ourselves. – *Нас учат заниматься своим делом и не интересоваться чужими делами, держать все личное при себе, не устраивать сцену или скандал и не привлекать к себе внимание других* [7].

В свою очередь, российский лингвист Т. В. Ларина анализирует понятие «частное», присущее британской лингвокультуре, в терминах «дистантность» или «автономия личности» [1], взятых указанным автором за основу при описании коммуникативного поведения англичан. По мнению данного исследователя, обозначаемая черта коммуникативного поведения представляет собой «стратегии вежливости, направленные на реализацию одной гиперстратегии – уменьшение воздействия на адресата, демонстрация уважения к его личной независимости» [1]. Таким образом, основу коммуникативного поведения англичан составляет личная автономия адресата, которая включает в себя: личную сферу (оценочное отношение к предмету речи, интересы, представления о правилах поведения и т. п.) и эмоциональное состояние адресата. Подобный фактор, регулирующий межличностные взаимоотношения, подтверждается выделенными нами примерами коммуникативного поведения англичан, в сравнении

с русскими, одним из которых является форма, выражающая замечание. В таких ситуациях, нарушающих личную автономию другого, как: 1) нарушение ночного покоя; 2) курение в транспорте или 3) если один из пассажиров Вас толкнул, – большинство опрошенных (65 %) отметили вопросительную форму, выражающую замечание, что подчеркивает заинтересованность адресанта в готовности адресата принять предлагаемую модель поведения, ср.:

Would you mind turning the volume down (or not making too much noise at night)? – *Вы не могли бы сделать звук потише (или не очень шуметь по ночам)?*

Would you mind not smoking? – *Вы не будете против, если я попрошу Вас не курить?*

Would you mind not travelling on my toes? – *Вы не будете против, если я попрошу Вас не наступать мне на ноги?*

Would you be so kind not to smoke? – *Будьте так любезны – не курите.*

Другим выделенным нами примером, иллюстрирующим форму замечания в британской лингвокультуре, является акт извинения, сопровождаемый предупреждением адресата о причиненном им неудобстве адресанту, которое выражается в субъективной форме (17 % опрошенных), ср.:

Excuse me, I think you're standing on my toe (Извините, Вы наступили мне на ногу) – типичная форма общения в транспорте. По нашим наблюдениям, подобную форму коммуникативного поведения указали информанты, принадлежащие к этнокультурным социумам северной части Великобритании (ирландской и шотландской этнокультурам). Один из информантов названной категории, представитель ирландской этнокультуры в возрасте 55 лет, считает, что в пределах нормы – высказывать замечания в более резкой форме, в частности о нарушении ночного покоя, на что указывает упомянутая им форма речевого поведения, приведенная ниже, – оценочное суждение: *You are making too much noise (Вы слишком шумите)*. В данной ситуации ряд других опрошенных, которые в целом составляют 83 %, предпочитают жаловаться в правоохранительные органы. При этом ряд информантов указанной категории (два представителя ямайской этнокультуры, один – английской) выбирают подобную модель поведения с целью предупреждения «обидчика» о посягательстве на частную жизнь другого.

Типичными формами замечания у русских, наблюдаемыми нами в названных выше ситуациях, являются следующие:

- 1) просьба, выраженная в неопределенно-личной форме (выделенная 68 % опрошенных): «Просьба не включать музыку после 22:00 или слушать музыку в наушниках» и т. п. или в императивной форме (отмеченная 23 % опрошенных): «Уважайте, пожалуйста, соседей»; «Не курите, пожалуйста» и т. п.;
- 2) предложение (выделенное 45 % опрошенных): «Вы не могли бы покурить в тамбуре?»;
- 3) предупреждение адресата о причиненном им неудобстве адресату (выделенное 23 % опрошенных), например: «Вы наступили мне на ногу»;
- 4) возмущение, подчеркивающее свойственную русским коммуникативную черту – эмоциональность.

Примером последнего вышеупомянутого типа поведения является следующая форма общения, наблюдаемая одним из информантов в транспорте: «По ногам, как по паркету!».

По результатам нашего анализа, при более тесном знакомстве (с близкими друзьями, родственниками и т. п.) вместо акта замечания все участники нашего интервью, представляющие британскую лингвокультуру, предпочитают дать совет, который, в свою очередь, выражается в трех следующих формах, смягчающих оценочное суждение, высказываемое адресату:

- 1) совет объективной направленности, подчеркивающий заинтересованность адресанта в намерении адресата принять предлагаемую модель поведения, ср.:

You could probably try to ring up and apologize. – *Вероятно, следует попытаться позвонить и извиниться.*

You could probably do with your haircut. – *Вероятно, стоит подстричься.*

May be, you could have your hair shorter? – *Может быть, стоит стричь волосы покороче?*

- 2) совет субъективной направленности, подчеркивающий оценку адресанта к объекту высказывания, ср.:

I'm not sure your suit fits you. – *Я не уверен, что костюм тебе идет.*

I'd prefer your old sweater. – *Я бы предпочел твой старый свитер.*

It's not to my taste. – *Это не в моем вкусе и т. п.*

3) комплимент, сопровождаемый советом, ср.:

I like your sweater. But you could wear it with a skirt. – *Мне нравится твой свитер. Но его можно носить с юбкой.*

It looks OK. But, may be, it would be better if you asked my opinion. – *Это выглядит замечательно. Но, вероятно, было бы лучше, если бы ты интересовалась моим мнением и т. п.*

Как показывают наши наблюдения, в подобных ситуациях русские склонны в более прямолинейной форме выражать оценочное суждение, относящееся к адресату, примерами которого выступают такие выделенные нами формы общения, как:

- 1) категоричное замечание, ср.: «Этот цвет волос тебе не идет»; «Твой старый свитер мне нравится больше» и т. п.;
- 2) требование, ср.: «Тебе нужно пойти и извиниться» и т. п.

Результаты исследования показали, что в коммуникативной культуре англичан личная независимость соблюдается не только по отношению к адресату, но и адресанту, что, по нашим наблюдениям, взаимосвязано с защитой личных прав индивидуума. Подобная форма взаимоотношений представителей британской лингвокультуры подтверждается следующей ситуацией: «Вы находитесь в ресторане, ждете официанта более 30 минут. Это Вас раздражает» («You are at the restaurant. You have been waiting for a waiter for more than 30 minutes. It annoys you»). В данном контексте большинство британских информантов предпочитают жаловаться: 97 % – персоналу, 76 % – менеджеру. В свою очередь, большинство русских (68 %) выбирают нейтральную позицию: перейти в другой ресторан.

По нашим наблюдениям, личная автономия англичан также проявляется в ограниченности набора тем, выбранных для общения, соответствующего разным коммуникативным ситуациям, выделенным в нашем интервью, таким как: 1) с незнакомыми; 2) малознакомыми и 3) близкознакомыми. По результатам анализа, в британской лингвокультуре табуированными темами для общения как с незнакомыми, так и малознакомыми людьми являются следующие: 1) политика; 2) религия; 3) сексуальная ориентация; 4) семейное положение; 5) личная жизнь (наличие жениха или невесты, друга или подруги, семейные планы и т. п.) и 6) финансовое положение. В отношении ряда вышеупомянутых тем, таких как религия, семейное положение или

личный образ жизни – исключение составляют следующие ситуации, указывающие на: 1) место; 2) цель коммуникации; 3) возрастную категорию адресата (ровесник, старше или младше адресанта) и 4) половую принадлежность коммуникантов. Так, по мнению одного из информантов, представителя ирландской этнокультуры, в возрасте 55 лет, религия является одной из тем для дискуссии в кругу лиц, выполняющих профессиональную задачу: политическую или религиозную пропаганду, решение межрелигиозных (или межэтнических) конфликтов и т. д. Ряд других опрошенных (один представитель шотландской этнокультуры – 47 лет, один – ирландской этнокультуры – 40 лет и три представителя английской этнокультуры в возрасте 32, 35 и 38 лет) считают приемлемыми темы, касающиеся: 1) семейного положения и 2) образа жизни – для общения с незнакомыми людьми при наличии таких факторов, как: 1) разница в возрасте или 2) примерно одинаковый возраст и 3) половая принадлежность коммуникантов. Помимо перечисленных выше тем, ряд информантов затронули другие темы, неприемлемые для общения с незнакомыми людьми в британской лингвокультуре, такие как: 1) возраст, отмеченный девятью представителями английской этнокультуры, двумя – шотландской этнокультуры, двумя – ирландской этнокультуры и одним – ямайской этнокультуры; 2) внешность, упомянутая пятью представителями английской этнокультуры, двумя – ямайской этнокультуры и одним – румынской этнокультуры и 3) место жительства, отмеченное тремя представителями английской этнокультуры. По мнению большинства опрошенных (89 %), для инициирования диалога с двумя вышеперечисленными категориями собеседников (незнакомыми и малознакомыми) представители британской лингвокультуры обычно выбирают две главные темы стереотипного характера: 1) погода и 2) транспорт. В отношении выбора последующих тем для поддержания межличностной коммуникации в названных ситуациях, нами были получены следующие ответы:

- 1) вкусы и увлечения (89 %);
- 2) семья и дети (44 %);
- 3) место проведения отдыха (39 %);
- 4) домашние животные (39 %);
- 5) работа (род занятий) (22 %);
- 6) спорт (9 %);

- 7) «легкие» новости (сплетни о знаменитостях) (9 %);
- 8) театр (4 %);
- 9) откуда родом собеседники (4 %).

Согласно данным результатам, самые распространенные темы для общения в британской лингвокультуре, выделенные всеми категориями наших информантов, – это вкусы и увлечения, составляющие круг интересов коммуникантов. Ряд других тем, указанных большим количеством опрошенных, различаются по таким выделенным нами критериям, как: 1) возрастная категория и 2) место жительства коммуникантов. Как показывают наши наблюдения, представители старшего поколения (34, 46–57 лет) выбирают темы, касающиеся домашнего быта: 1) семья и дети и 2) домашние животные. В свою очередь, представители молодого поколения в возрасте от 26 до 42 лет предпочитают следующие темы: 1) место отдыха и 2) род занятий. По замечанию ряда информантов (одного представителя ямайской и одного – ирландской этнокультур), две вышеупомянутые темы, в большей мере иллюстрирующие личную сферу коммуникантов – 1) семья и дети и 2) род занятий, – являются наиболее распространенными в северной части Великобритании: в Ирландии, Шотландии и северных городах Англии. Подобный критерий различия в тематике общения представителей британской лингвокультуры позволяет нам увидеть разницу в основе образа жизни в северной и южной частях Великобритании (в частности, в Лондоне), что, в свою очередь, влияет на форму коммуникации жителей разных географических мест. Так, по нашим наблюдениям, одной из характерных сторон жизни в Лондоне являются бизнес и карьера, что способствует росту конкуренции в данных сферах. Этим фактом ряд информантов (два представителя английской и один – ирландской этнокультур) объясняют нежелание большинства англичан, проживающих в Лондоне, называть род своих занятий при поверхностном знакомстве с адресатом. Ряд других информантов (два представителя ямайской этнокультуры) объясняют данную форму поведения ростом преступности в Лондоне. Основываясь на полученных нами результатах, можем сделать вывод, что во взаимоотношениях англичан с незнакомыми и малознакомыми коммуникантами понятие «личное» варьирует в зависимости от таких факторов, как: 1) цель коммуникации; 2) возрастная категория; 3) половая принадлежность; 4) образ жизни коммуниканта.

По результатам нашего исследования, русские в большинстве своем (нами было выделено 65 % опрошенных), в большей мере склонны посвящать других в свою личную жизнь, независимо от типа адресата, при наличии общего в личной жизни: интересов, мировоззрения, рода занятий, переживаний и т. п., а также готовности адресата поддержать диалог. При этом 45 % опрошенных считают, что нормально делиться личными проблемами с незнакомым собеседником, 55 % – нет. К первой названной категории относятся представители зрелого (от 35 до 40 лет) и среднего возраста (от 40 до 50 лет); в свою очередь, ко второй – представители более молодого (от 23 до 32 лет) и старшего возраста (от 50 до 64 лет).

На межличностном уровне (в общении с близкими друзьями) – как в коммуникативной культуре англичан, так и русских, допускается проникновение в личную сферу другого, что подтверждается следующими результатами нашего опроса. Так, на вопрос: «Можно ли входить в гости к соседям без приглашения?» («Can one visit neighbours without invitation in England?») – все участники нашего опроса, представляющие две названные лингвокультуры, ответили: «Да», при условии, что соседи являются близкими друзьями. На вопрос: «Можно ли в Англии делиться с близкими друзьями своими личными проблемами?» («Can one share his or her personal problems with close friends in England?») большинство представителей британской лингвокультуры (89 %) также дали положительный ответ, предполагающий намерение адресанта получить эмоциональную поддержку со стороны адресата. При этом в названном выше контексте ряд информантов (два представителя ирландской и один – ямайской этнокультуры) считают допустимыми такие вышеупомянутые темы личного характера, как: 1) политика; 2) религия, в целях обмена мнениями коммуникантов. Как правило подобная модель поведения также присутствует в коммуникативной культуре русских.

Наши наблюдения доказывают, что англичане склонны сохранить личную автономию другого как в горизонтальных, так и вертикальных взаимоотношениях (в частности, между начальником и подчиненным), в отличие от русских, которые в большей мере соблюдают асимметричность взаимоотношений на данном уровне. Так, на вопрос: «Какую роль должен играть начальник по отношению к подчиненным? Лидера или консультанта?» («What role should a manager

play to his or her subordinates? A leader or consultant?») все опрошенные, представляющие британскую лингвокультуру, предпочитают две названные роли: 1) в роли лидера начальник распределяет обязанности и обеспечивает заданием подчиненных; 2) в роли консультанта он выполняет такие функции, как обучение, помощь при выполнении задания и эмоциональная поддержка подчиненных.

В свою очередь, большинство русских информантов (87 %) считают, что начальник всегда авторитарен. При этом, по их мнению, подчиненный вправе выразить свою точку зрения, но решающее слово за начальником. К подобной категории относятся представители более старшего поколения (от 40 до 65 лет). Однако представители молодого поколения, в возрасте от 18 до 35 лет, придерживаются более либеральной формы межстатусных взаимоотношений. На вышеуказанный вопрос 87 % информантов данной категории ответили, что подчиненный имеет право возразить начальнику; остальные 23 % считают, что начальник должен играть роль консультанта, согласовывая свое мнение с мнением подчиненного. Подобные модели поведения указывают на такую коммуникативную черту русских, как чувство авторитета в вертикальных взаимоотношениях, что предполагает право представителя более высокого статуса на вмешательство в личную сферу представителя более низкого статуса.

Проведенный нами анализ позволяет сделать вывод, что в коммуникативном поведении англичан зона личной автономии определяется уровнем знакомства коммуникантов: чем ниже уровень знакомства, тем в большей мере представители данной лингвокультуры склонны соблюдать дистанцию в межличностных отношениях (ненавязывание адресантом своей модели поведения или оценочного отношения адресату, невмешательство в его личную сферу, а также заинтересованность адресата в намерении адресанта). В коммуникативном поведении русских указанный феномен обуславливается следующими факторами: 1) эмоциональным состоянием адресата (готовность поддержать диалог); 2) оценочным отношением адресанта (доволен / недоволен) к поведению адресата; 3) наличием общего в личной сфере коммуникантов (интересов, мировоззрения, переживаний и т. п.) и 4) уровнем взаимоотношений коммуникантов (право представителя высшего статуса на вмешательство в личную жизнь представителя низшего статуса). Следует также отметить, что на всех уровнях

взаимоотношений (как горизонтальных, так и вертикальных) англичане соблюдают бóльшую дистанцию по сравнению с русскими, которые склонны к поддержанию межличностных контактов с любой категорией собеседника (со знакомыми, малознакомыми и незнакомыми коммуникантами). В связи с этим, в отличие от англичан, в коммуникативной культуре русских допускаются такие формы поведения, как совет, предупреждение и т. п., нарушающие личную автономию адресата на всех уровнях знакомства коммуникантов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Ларина Т. В.* Категории вежливости и стиль коммуникации. – М. : Языки славянских культур, 2009. – 512 с.
2. *Мюллер В. К.* Большой англо-русский словарь. – М. : Цитадель-трейд ; РИПОЛ КЛАССИК, 2005. – 831 с.
3. Новый Большой англо-русский словарь : в 3 т. / Ю. Д. Апресян, Э. М. Медникова, А. В. Петрова и др. ; под общ. рук. Ю. Д. Апресяна. – М. : Русский язык, 1993. – 832 с.
4. *Прохоров Ю. Е., Стернин И. А.* Русские: коммуникативное поведение. – М. : ФЛИНТА ; Наука, 2007. – 328 с.
5. *Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А.* Очерк английского коммуникативного поведения. – Воронеж : Истоки, 2003. – 185 с.
6. Яндекс. Перевод [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.translate.yandex.ru
7. *Fox K.* Watching the English. The Hidden Rules of English Behavior. – London : HODDER & STOUGHTON, 2004. – 157 p.
8. *Rampton J.* The English: A Portrait of a People. – London : Penguin, 1999. – 309 p.

УДК 004.946, 372.881.111.22

О. В. Негодова

ст. преподаватель каф. лингвистики и профессиональной коммуникации в области экономики ИПЭУ МГЛУ, младший научный сотрудник лаборатории трехмерного виртуального моделирования МГЛУ; e-mail: 5252523@rambler.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СТЕРЕОФИЛЬМОВ НА ЗАНЯТИЯХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА (экспериментальные исследования)

Статья посвящена проблеме сравнения усвоения визуального и вербального материала на базе просмотра моно- и стереофильмов, а также проблеме выявления влияния стереоэффекта на произвольное запоминание. Изучение данных проблем проводилось на базе экспериментальных исследований в лаборатории трехмерного виртуального моделирования МГЛУ. В статье описан ход проведения данных экспериментальных исследований и приведены результаты экспериментов.

Ключевые слова: трехмерное моделирование (3D); двухмерное моделирование (2D); моноскопическое изображение; стереоскопическое изображение; моноэффект; стереоэффект; произвольное запоминание; метод обучения в сотрудничестве; вторичная языковая личность; обучение языку.

Negodova O. V.

Senior Lecturer, the Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of Economics, ILEIM, MSLU; Junior Research Fellow, the Laboratory of Three-Dimensional Virtual Simulation, MSLU; e-mail: 5252523@rambler.ru

EFFECTIVE USE OF STEREOFILMS IN LANGUAGE LEARNING (experimental research)

The article describes comparison of visual and verbal learning based on viewing mono and stereo films as well as a stereo effect produced on the person's involuntary memorizing. The problems indicated above were examined on the basis of the experimental studies held at the Research Laboratory of three-dimensional virtual simulation at MSLU. The article reveals the process of carrying out the present experimental studies as a whole and reports the results of these tests.

Key words: 3D modelling; 2D modelling; monoscopic image; stereoscopic print; mono effect; stereo effect; involuntary memorizing; collaborative learning; secondary linguistic personality; language education.

Экспериментальное исследование № 1

Сравнительный анализ усвоения лексического и визуального материала на базе просмотра учебных фильмов в двухмерной (2D)¹ и трехмерной графике (3D)²

На сегодняшний день трехмерное моделирование все чаще применяется в различных сферах человеческой деятельности: реклама, телевидение, архитектура, кинематограф и т. д. Кроме того, трехмерное моделирование имеет потенциал для применения в области обучения иностранным языкам. Оно может являться эффективным средством формирования вторичной языковой личности.

Предметом нашего исследования является сравнительный анализ усвоения учащимися вербальной и визуальной информации после демонстрации им учебных фильмов «Путешествие из Берлина в Бремен» и «Прибытие в Бремен на конференцию», снятых в 2009 г. в лаборатории трехмерного виртуального моделирования для учащихся II–III курсов, в двухмерном и трехмерном формате.

В исследовании мы ставим следующие цели:

1. Определить эффективность усвоения учебного материала на основе фильмов в 3D.
2. Провести сравнительный анализ усвоения вербального и визуального материала в результате просмотра учебных фильмов в 2D и в 3D.

Гипотеза. Основным отличием двухмерной графики от трехмерной является полное отсутствие у двухмерных объектов координаты глубины. Именно глубина позволяет воспринимать трехмерное

¹ 2D (от *англ.* 2D – 2-dimensional – двухмерный) – моноскопическое изображение экранных сцен, созданных в двухмерном пространстве только за счет законов геометрической перспективы (за счет изменения масштаба изображаемых объектов пропорционально их удаленности и с учетом частичного «заграждения» одних объектов другими). Источник: http://provoloch.ru/3Dterms_r.htm

² 3D (от *англ.* 3D – 3-dimensional – трехмерный) – стереоскопическое изображение трехмерных сцен, т. е. отображение на экране совместно двух разных ракурсов отображаемой сцены. Трехмерные изображения созданы средствами компьютерной графики в трехмерном пространстве, обладающим тремя измерениями: высотой, шириной и глубиной. Источник: http://provoloch.ru/3Dterms_r.htm

изображение наиболее полноценно, максимально задействуя чувственные органы восприятия.

Наша гипотеза строится на возможности трехмерного компьютерного моделирования создавать абсолютно правдоподобные, реальные экранные образы. Экранная ситуация, смоделированная в трехмерной графике, дает возможность зрителю достичь эффекта присутствия, эффекта реальности. Таким образом, зритель / учащийся становится участником действия на экране, оказывается вовлеченным в него.

В исследовании мы предполагаем, что события, пусть даже экранные, которые человек пережил непосредственно и частью которых был, он запоминает лучше.

«Непроизвольное запоминание осуществляется как бы само собой, без преднамеренного желания что-то запомнить. Оно определяется не установками или целями, а особенностями объектов и отношением человека к ним. Так обычно запоминается то, что произвело яркое впечатление, вызвало сильные и глубокие переживания. Непроизвольное запоминание может быть эффективным, если оно включено в активную умственную деятельность. Например, артист в ряде случаев не заучивает специально текст роли, а запоминает его в ходе репетиций, главная цель которых заключается не в том, чтобы усвоить слова, а в том, чтобы вжиться в образ» [3].

Вовлеченность в созданную при помощи трехмерной графики ситуацию на экране производит более яркое впечатление, усиливает глубину переживаний. Таким образом, переживая непосредственно события на экране, зритель / учащийся непроизвольно запоминает больший объем информации, чем при просмотре фильма в 2D-формате.

Для объяснения различия в восприятии картины в двухмерном и трехмерном форматах необходимо обратиться к терминологии.

Согласно словарю 3 ДС терминологии «моноскопическое отображение или изображение в двухмерном формате (2D) дает возможность зрителю воспринимать обоими глазами изображение на экране только в одном ракурсе, обладающим только двумя пространственными категориями: высотой и шириной. Восприятие человеком только одного ракурса отображаемой сцены называют монокулярным зрением. Монокулярное зрение не позволяет человеку воспринимать изображение в полном объеме из-за отсутствия категории глубины. Таким образом, представление об объеме изображения может сформироваться

у человека исключительно по опыту объемного восприятия этих изображений в реальном мире» [4].

Согласно тому же источнику, стереоскопическое отображение или изображение в трехмерном формате предьявляет зрителю одновременно два разных ракурса (левый и правый) отображаемой сцены, позволяющих видеть трехмерную сцену в ее истинном объеме, так как стереоизображение обладает также форматом глубины. Такое слитное восприятие двух ракурсов как единого объемного изображения называют также бинокулярным зрением [4].

Бинокулярное зрение позволяет воспринимать зрелищные эффекты, которые присущи 3D-изображению, например эффект «погружения» в наблюдаемую сцену или эффект выхода объектов сцены «из экрана» вперед к зрителю [4].

Исходя из данных определений, можно сделать вывод о том, что ощущение глубины при просмотре моноизображений, т. е. с помощью монокулярного зрения, у человека складывается только на основе его личных представлений об объеме предметов, видимых на экране, т. е. на основе его исторического опыта о представлении изображаемых на экране предметов, в то время как с помощью бинокулярных признаков человек физически ощущает глубину и трехмерность стереоизображений.

О том, что «по монокулярным признакам мы имеем психологическое представление о глубине или объеме наблюдаемого объекта или его изображения, а бинокулярные признаки дают нам непосредственное физическое ощущение трехмерности реального объекта», – писал А. С. Мелкумов в своем пособии «Стереоскопический кинематограф» [2].

Таким образом, взяв изначально за основу наше предположение о том, что пережитое непосредственно человек запоминает лучше, чем просто увиденное на экране, мы провели экспериментальное исследование по сравнению усвоения одного и того же учебного материала, показанного участникам эксперимента в 2D- и 3D-форматах.

Эксперимент № 1 был проведен в рамках школы Педагогического мастерства МГЛУ. Участниками нашего первого эксперимента явились преподаватели МГЛУ факультетов немецкого языка, второго иностранного языка, ИПЭУ, ИМО и СПН, свободно владеющие немецким языком.

Для проведения эксперимента нами была использована одна из методик социально ориентированного обучения **Cooperative Learning** (или так называемого метода обучения в сотрудничестве), а именно – **Я–ТЫ–МЫ метод** (Think-Pair-Share).

Выбор методики социально ориентированного обучения **Cooperative Learning** объясняется возможностью, во-первых, создать максимально эффективную работу в группах, во-вторых, добиться поставленных в эксперименте лингводидактических целей в результате просмотра учебных фильмов в 3D, т. е. овладения иностранным языком в результате обучения при работе в малых учебных группах. В-третьих, методика **Cooperative Learning** создает элемент отвлечения участников эксперимента от сосредоточения непосредственно на самом исследовании и ходе его проведения.

Участники эксперимента были разделены случайным образом с помощью карточек с цифрами 2 и 3, которые они вытягивали, на две группы. Первая группа, участники которой вытянули карточку с цифрой 2, смотрели фильм в 2D, вторая – смотрела тот же эпизод в 3D.

Для демонстрации участникам эксперимента нами был выбран эпизод из фильма «Путешествие из Берлина в Бремен», описывающий прибытие и регистрацию главного героя в отеле. Продолжительность эпизода составила 1 час 40 мин. Выбор объясняется тем, что в данном фрагменте содержится достаточное количество фоновой информации, которая позволяет зрителю / участнику «вжиться» в разыгрываемую на экране ситуацию. Кроме того, в эпизоде отображена ситуация общения служащего отеля с главным героем, содержащая активный лексический материал по теме «Отель».

Метод Я–ТЫ–МЫ (Cooperative Learning) базируется на трех фазах: в первой фазе участники эксперимента работают самостоятельно. Во второй фазе они обсуждают и сравнивают свои результаты. В третьей – представляют свои результаты всей группе.

Первая фаза. При первичном ознакомительном просмотре эпизода фильма в 2D участникам первой группы (восемь человек) не было предложено никаких предпросмотровых заданий. Это сделано намеренно, чтобы у участников эксперимента не было возможности сконцентрировать внимание на каком-то одном фрагменте эпизода.

После просмотра участники первой группы получили стикеры зеленого и розового цвета (это могут быть просто цветные листы бумаги).

Первое задание этой фазы эксперимента заключалось в том, чтобы участники записали на стикере зеленого цвета 5–7 лексических единиц по теме «Отель», услышанных ими в диалоге между служащим отеля и главным героем. На выполнение этого задания дается три минуты.

Второе задание участников первой группы заключалось в том, что на стикерах розового цвета нужно было записать все лексические единицы (любые слова / выражения), которые участники слышали или увидели на экране, но не относящиеся к теме «Отель». Другими словами все то, что можно было бы назвать лексическим фоном эпизода. При этом важно то, что это могут быть любые слова (предметы, характеристики предметов и персонажей и т. д.), не обязательно услышанные в диалоге, а просто то, что отложилось в памяти лучше всего. На это задание также было дано три минуты.

Вторая фаза. Затем участники первой группы были снова разделены на подгруппы методом случайного выбора: участникам эксперимента было предложено вытянуть одну из разноцветных карточек. Количество карточек определялось количеством участников первой группы.

Участники, вытянувшие карточки *зеленого цвета* (три человека), получили задание собрать все стикеры зеленого цвета с лексикой по теме «Отель», наклеить их на один лист бумаги и систематизировать в единый список.

Участники, вытянувшие карточки *синего цвета* (три человека), получили задание собрать все стикеры розового цвета с так называемой фоновой лексикой, наклеить их на один лист бумаги и систематизировать в единый список.

Участник, вытянувший карточку *красного цвета* (один человек), следит за временем выполнения задания «зеленой» группы (пять минут), а затем представляет составленный список всей группе.

Участник, вытянувший карточку *желтого цвета* (один человек), следит за временем выполнения задания «синей» группы (пять минут), а затем представляет составленный список всей группе.

Затем были приглашены участники эксперимента из второй группы. Им было предложено выполнить все те же самые задания после просмотра ими того же эпизода в 3D-формате.

Третья фаза эксперимента заключалась в презентации полученного группами материала, представленного ниже в виде таблиц:

Таблица 1

**Списки слов, составленные участниками первой группы,
смотревшей эпизод в 2D**

«Отель»	Фоновая лексика
1. das Hotelzimmer (№ 237)	1. Wie komme ich zu...? (zur Konferenz, zur Universität Bremen)
2. bestellen	2. Herzlichen Dank!
3. reservieren	3. Guten Tag!
4. Herzlich willkommen!	4. den Weg beschreiben
5. ein Einzelzimmer mit Bad / Dusche	5. der Anhänger
6. der Zimmerschlüssel / Schlüsselkarte / die Magnetkarte	6. die Konferenz
7. ausfüllen	7. stattfinden
8. der Stock	8. die Unterlagen
9. die Rezeption	9. der Anzug
10. das Bad	11. sich anmelden
12. sich anmelden	13. im Computer überprüfen
14. der Aufzug	15. der Plan
16. Kann ich Ihnen helfen?	17. blauer Himmel
	18. die Stadt
	19. die Glasfassade
	20. der Eingang

Таблица 2

**Списки слов, составленные участниками первой группы,
смотревшей эпизод в 3D**

«Отель»	Фоновая лексика
1. sich als Konferenzteilnehmer anmelden	1. Stehlampen auf dem Gelände
2. die Anmeldung	2. Bremen-Universität
3. das Einzelzimmer (mit Badezimmer / mit Bad)	3. vierstöckiges Gebäude
4. Herzlich willkommen!	4. blaues Zimmer
5. im Computer überprüfen	5. die Theke

«Отель»	Фоновая лексика
6. das Hotel	6. ein robuster Mann
7. der Koffer	7. die Konferenz
8. das Formular	8. der Konferenzteilnehmer
9. ein Zweibettzimmer	9. gutes Wetter
10. ein Zimmer reservieren / buchen	10. grünes Gras
11. die Schlüsselkarte / ein Schlüssel	11. Atlantic-Hotel
12. 2 Übernachtungen	12. die Straße
13. ein Angestellter	13. der Anzug
14. der Gast	14. die Konferenzunterlagen
15. j-n erwarten	15. die Konferenz findet statt
16. den Namen nennen	16. O. Koroljev
17. Atlantic	17. der Plan / die Karte / der Stadtplan
	18. wie man zur Konferenz kommt
	19. der Koffer
	20. sich bewegen
	21. müde Augen
	22. freundlich
	23. der Angestellte
	24. der Hotelbesucher, der Gast
	25. im Computer überprüfen
	26. orange Wände
	27. Glaswände

Результат эксперимента № 1

Первое, что можно отметить, проведя сравнительный анализ лексического материала, отобранного обеими группами, – это численное превосходство лексических единиц, отмеченных по темам «Отель» и «Фоновая лексика» участниками второй группы (3D). По теме «Отель» участники группы 2D зафиксировали 12 лексических единиц, участники второй группы 3D – 17. Что касается фоновой лексики, то группа 2D представила 16 лексических единиц, группа 3D – 27.

На рисунке 1 приводится гистограмма количественного соотношения лексических единиц, зафиксированных группами, смотревшими эпизод в 2D и 3D.



Рис. 1. Количественное соотношение лексических единиц, зафиксированных группами, смотревшими эпизод в 2D- и 3D-форматах

Как уже было отмечено выше, участниками первого эксперимента являлись преподаватели нашего вуза, свободно владеющие немецким языком, что, как показал наш второй эксперимент, оказалось важным фактором, влияющим на чистоту самого эксперимента. Участники эксперимента, владеющие языком свободно, обладают необходимыми лингвистическими компетенциями для того, чтобы суметь выделить и описать на иностранном языке ту самую «фоновую информацию» (лексику, не относящуюся к теме «Отель»).

Экспериментальное исследование лаборатории трехмерного виртуального моделирования № 2

Уровень влияния стереоэффекта на произвольное запоминание

Гипотеза. В основе второго исследования – проблема произвольного запоминания учащимися как вербального, так и визуального учебного материала.

Помимо намеренного запоминания необходимого учебного лексического материала на основе учебных стереофильмов, учащиеся произвольно запоминают также фоновый вербальный и визуальный материал, что повышает качество запоминания материала в целом, а также повышает эффективность его усвоения.

Ход эксперимента. Участники эксперимента с помощью жребия (карточки с цифрами 2 и 3) делятся на две группы. Первая группа, участники которой вытянули карточку с цифрой 3, смотрели фильм в 3D, вторая группа смотрела тот же эпизод в 2D.

Для демонстрации был выбран эпизод из фильма «Путешествие из Берлина в Бремен» продолжительностью восемь минут. В данном отрывке демонстрируется большое количество визуального и вербального материала по темам «Путешествие», «Покупка билета».

При первичном, ознакомительном, просмотре отрывка фильма в 3D-формате участники первой группы не получают никакого задания. Перед повторным показом отрывка учащимся дается следующее задание: постарайтесь наиболее точно зафиксировать / воспроизвести диалог главного героя с кассиром на вокзале.

После показа эпизода учащимся дается время, для того чтобы письменно воспроизвести услышанный на экране диалог. Если позволяет время, можно попросить разыграть этот диалог.

Затем студенты получают список вопросов (приводится ниже), на которые им предлагается ответить либо на немецком языке, либо, если еще не хватает словарного запаса, на русском. Эти вопросы не относятся к теме «Покупка билета», они направлены на то, чтобы выявить степень так называемого непроизвольного запоминания у учащихся в результате просмотра фильма в 3D- и 2D-форматах. Другими словами, выявить уровень влияния стереоэффекта на непроизвольное запоминание.

1. Опишите подробно, как был одет главный герой.
2. Какая была погода и какое время года в просмотренном эпизоде?
3. Опишите внешность / одежду кассира (например, прическа).
4. Опишите чемодан главного героя?
5. Опишите мусорные баки в аэропорту. Сколько их было? Какие надписи были на них?
6. Какого цвета были вывески в аэропорту Берлина Шёнефельд?
7. Монетку какого достоинства опустил главный герой в тележку? Какого цвета была ручка тележки?

«...В зарубежной психологии непроизвольное запоминание понималось как случайное запечатление объектов, которые, по выражению Майерса Шеллоу, входили в пределы внимания, когда оно было направлено на какие-то другие объекты. Такое понимание определило

методический принцип большинства исследований, состоявший в том, чтобы максимально изолировать определенные объекты от деятельности испытуемых, вызываемой инструкцией, оставляя эти объекты только в поле восприятия, т. е. только в качестве фоновых раздражителей...» [1].

Таким образом, внимание учащихся концентрируется на запоминании и воспроизведении диалога между главным героем и кассиром на вокзале. Запоминание фоновой информации, показанной в эпизоде, происходит непроизвольно, случайным образом, что было решающим фактором в нашем эксперименте, поскольку это позволяло выявить разницу в непроизвольном запоминании вербального и визуального материала при просмотре фильмов в 2D- и 3D-формате.

Все ответы участников эксперимента в обеих группах были перенесены нами в таблицу.

Таблица 3

**Пример ответа учащихся группы 3D на вопрос № 3:
«Опишите внешность кассира на вокзале»¹**

<p>Молодая женщина (1) в бордовой (1) водолазке (1), пиджаке / форме / костюме (1) болотно-зеленого цвета (1), почти без макияжа (1), волосы русые (1), собраны в пучок или хвост (1)</p> <p>Максимальное количество баллов за ответ 8 Всего 120 баллов</p>	
<p>1. Молодая женщина, темноволосая, волосы собраны в хвост. Одета была в форменную одежду темно-синего цвета</p>	<p>1. 3 балла, 2 неправильных ответа</p>
<p>2. Униформа. Черный пиджак, белая блузка, черный галстук (платок)</p>	<p>2. 3 балла, 5 неправильных ответов</p>
<p>3. Молодая женщина с русыми собранными в хвост волосами</p>	<p>3. 3 балла</p>
<p>4. Кассир была в белой рубашке, светлые волосы убраны назад</p>	<p>4. 2 балла, 2 неправильных ответа</p>
<p>5. Собранные русые волосы, довольно худая, костюм, зеленая водолазка, темный пиджак</p>	<p>5. 5 баллов, 1 неправильный ответ</p>

¹ Желтым цветом отмечены неправильные ответы.

6. Поднятые вверх волосы, практически нет косметики, серый пиджак, водолазка зеленого оттенка	6. 4 балла, 2 неправильных ответа
7. Молодая девушка, русые волосы были собраны в пучок, черный костюм	7. 4 балла, 1 неправильный ответ
8. Волосы собраны в пучок, женщина лет 35, одета в темный костюм, белая или светлая рубашка	8. 3 балла, 3 неправильных ответа
9. Темная кофточка, бордовый пиджак, светлые волосы убраны	9. 3 балла, 3 неправильных ответа
10. Кассир была в костюме с собранными волосами	10.2 балла
11. Белая рубашка , волосы собраны в хвост, макияж	11. 1 балл, 3 неправильных ответа
12. Рабочая форма, светлые волосы	12.2 балла
13. Пиджак серый и белая блузка , волосы собраны	13.2 балла, 3 неправильных ответа
14. Костюм (темная кофта и бордовый пиджак), пучок, без очков	14. 3 балла, 3 неправильных ответа
15. Волосы собраны в пучок, одета в униформу работников вокзала	15.2 балла
Всего: 42 балла, 28 неправильных ответов 35 % правильных ответов	

Критерии оценки. Мы проанализировали ответы учащихся на каждый вопрос и на основе этого анализа составили наиболее полный ответ на каждый вопрос. Каждый ответ отмечен определенным количеством баллов. Например, полный ответ, составленный на основе ответов учащихся, на вопрос:

Монетку какого достоинства опустил главный герой в тележку? Какого цвета была ручка тележки? Получился следующим: 2 евро (1), синего цвета (1).

МАКСИМАЛЬНО возможное количество баллов за этот ответ – два.

Исходя из общего количества участников данного эксперимента (15 человек), общее количество баллов по данному вопросу составит 30.



2

Рис. 2. Рис. 3. Фрагменты из фильма: главный герой опускает монетку достоинством в два евро в тележку



3

На рисунке 4 – диаграмма процентного соотношения ответов участников эксперимента на данные вопросы. Синим цветом выделены ответы участников эксперимента, смотревших фильм в 2D, красным, соответственно, в 3D-формате.

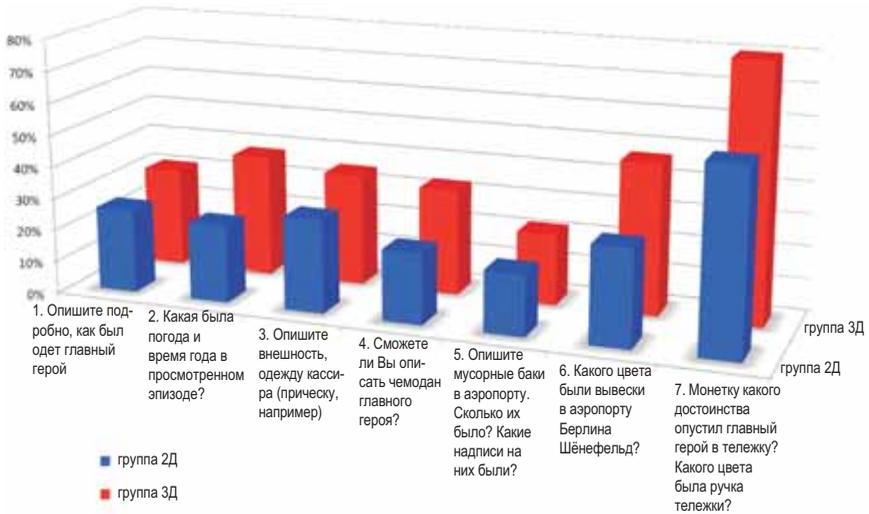


Рис. 4. Процентное соотношение ответов участников эксперимента, смотревших фильм в 2D- и 3D-форматах

В таблице 4 приводятся сводные результаты второго эксперимента. В ней наглядно показано количественное и процентное соотношение баллов, полученных участниками эксперимента, смотревшими эпизод в 2D и 3D.

Сводная таблица результатов эксперимента

Вопросы	Количество баллов, набранных участниками, просмотревших эпизод в 3D-формате		Количество баллов, набранных участниками, просмотревших эпизод в 2D-формате	
	в баллах	в %	в баллах	в %
<p>1. Опишите подробно, как был одет главный герой.</p> <p><i>Куртка (1) болотного цвета (1) с капошоном (1), черный (1) свитер (1), светлые / синие / светло-синие (1) джинсы (1) и черные (1) ботинки (1), без головного убора (1)</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 10</p> <p>Всего баллов: 150</p>	46	31	39	26
	Эффективность 3D выше на 5%			
<p>2. Какая была погода и какое время года в просмотренном эпизоде?</p> <p><i>Ноябрь (1), поздняя (1) осень (1), прохладно / холодно (1), без осадков (1), ясно / солнечно (1)</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 6</p> <p>Всего баллов: 90</p>	34	38	22	24
	Эффективность 3D выше на 14 %			
<p>3. Опишите внешность / одежду кассира (прическа, например).</p> <p><i>Молодая женщина (1) в бордовой (1) водолазке (1), пиджаке / форме / костюме (1) болотно-зеленого цвета (1), почти без макияжа (1), волосы русые / светлые (1), собраны в пучок или хвост (1).</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 8</p> <p>Всего баллов: 120</p>	42	35	35	29
	Эффективность 3D выше на 6 %			

<p>4. Сможете ли Вы описать чемодан главного героя?</p> <p><i>Темно-зеленый / болотного цвета (1), с красными / коричневыми полосками (1), тканевый (1), на колесиках (1), небольшой (1), выдвигающая ручка-трость / палка (1)</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 6</p> <p>Всего баллов: 90</p>	30	33	20	22	Эффективность 3D выше на 11 %
<p>5. Опишите мусорные баки в аэропорту. Сколько их было? Какие надписи на них были?</p> <p><i>4 бака (1) цилиндрической формы (1): синий (1) для бумаги (1), зеленый (1) для стекла (1), желтый (1) для перерабатываемых отходов (1), черный (1) для бытовых отходов (1)</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 10</p> <p>Всего баллов: 150</p>	33	22	29	19	
<p>6. Какого цвета были вывески в аэропорту Берлина Шёнефельд?</p> <p><i>Синие надписи на желтом фоне</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 2</p> <p>Всего баллов: 30</p>	14	47	9	30	Эффективность 3D выше на 17 %
<p>7. Монетку какого достоинства опустил главный герой в тележку? Какого цвета была ручка тележки?</p> <p><i>2 евро, синего цвета</i></p> <p>Максимальное количество баллов за ответ: 2</p> <p>Всего баллов: 30</p>	24	80	17	57	

Общее количество баллов за восемь вопросов составило 720. Количество баллов, набранных участниками, смотревшими эпизод в 3D, – 235, что составило 33 %. Количество баллов, набранных участниками, смотревшими эпизод в 2D, – 185, что составило 26 %.

Исходя из полученных нами в ходе проведения данного экспериментального исследования данных, эффективность усвоения

вербальной и визуальной информации в 3D-формате в целом выше на 7 %, в отдельных случаях стереоэффект повышает эффективность усвоения материала на 23 %.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Зинченко П. И.* Непроизвольное запоминание. – М. : Изд-во Академии педагогических наук РСФСР, 1961. – URL : <http://psychlib.ru/mgppu/znz-1961/ZNZ-001.HTM>
2. *Мелкумов А. С.* Стереоскопический кинематограф : учеб. пособие. – М. : ВГИК, 2013. – 14 с.
3. Психологическая безопасность / Соломин В. П., Шатровой О. В., Михайлов Л. А., Маликова Т. В. – URL : http://bookap.info/psywar/solomin_psihologicheskaya_bezopasnost/gl21.shtm
4. Терминология 3 ДС. – URL : http://provoloch.ru/3Dterms_r.htm#A3

УДК 81'42

В. С. Нечаева

аспирант каф. лексикологии и стилистики немецкого языка МГЛУ;
e-mail: valeria_p@inbox.ru

**КОГНИТИВНЫЙ КОНФЛИКТ
В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(на материале электронной деловой
немецкоязычной переписки)**

Статья посвящена деловому общению, реализуемому посредством электронной переписки между сотрудниками внутри организации. Наличие нормативных ограничений институциональной среды и одновременное стремление к использованию бытовой коммуникации в профессиональной сфере порождают противоречие между эмоциональным восприятием и интеллектуальной обработкой информации. Это несоответствие может проявляться в виде когнитивного конфликта.

Ключевые слова: институциональная среда; оценка; эмоции; коммуникативная норма; вторичная устность; спонтанность; когнитивный конфликт; деловое общение.

Nechayeva V. S.

Postgraduate Student, the Department of German Lexicology
and Stylistics, MSLU; e-mail: valeria_p@inbox.ru

**COGNITIVE CONFLICT IN INSTITUTIONAL COMMUNICATION
(German Electronic Business Correspondence)**

This article deals with business communication provided by using electronic correspondence among staff members within the doors of an organization. The presence of normative restrictions in the institutional area and the simultaneous tendency to use everyday communication in the professional sphere cause a contradiction between the emotional sense and the intellectual information processing. This discrepancy may appear in the form of a cognitive conflict.

Key words: institutional area; valuation; emotions; communicative norm; secondary orality; spontaneity; cognitive conflict; business communication.

Современные ученые (Е. П. Захарова, 1999; В. А. Богданова, 2001; Л. С. Бейлинсон, 2009; А. А. Бурькин, 2000; Л. Г. Лисицкая, 2009; Е. Ю. Скороходова, 2008; Ю. Н. Петрова, 2008; О. П. Ермакова, Е. А. Земская, 1993; Т. И. Семенова, 2012; Kl.-D. Baumann, 2005 и др.), занимающиеся проблемами коммуникации, отмечают, что речевое

событие категориально и символически маркировано нормой, принятой в национально-языковом сообществе, регулируемой посредством институтов, ритуалов, обычаев, способов человеческой деятельности. Это обстоятельство позволяет считать дискурсивный процесс конвенционализированным, содержащим социально-культурологические параметры, которые служат основой дискурсивной модели вербального поведения в институционально обусловленной коммуникативной ситуации. В качестве таких параметров выступают социальный контекст, формы речевой коммуникации, «интенциональные» типы разговорной речи и др.

Коммуникация, осуществляемая в виде электронного делового письма, реализуется в профессиональной среде, часто внутри отдельного учреждения. Этот факт придает жанру электронного делового письма институциональный характер и может рассматриваться как форма реализации профессионально ориентированной разновидности общения. Внутренняя деловая коммуникация включает взаимодействие между сотрудниками отдельной организации, их интеракцию и координацию работы [19]. Она осуществляется в формате деловых встреч, интервью, презентаций, конференций, внутренних рассылок информационных брошюр, писем и напоминаний. Используя ее ресурсы, члены правления поддерживают связь друг с другом, с сотрудниками, принимая решения и обсуждая вопросы предприятия. Внутриорганизационное общение способствует созданию производственной атмосферы, что оказывает положительное влияние на продуктивность организации. Примерами внутренней деловой коммуникации могут служить газеты и журналы, выпускаемые сотрудниками, корпоративное радио или телевидение, производственные собрания, обмен сообщениями в интранете, внутренней частной сети организации, а также личное общение между коллегами. Эффективное общение, выстраиваемое в виде сетевых и иерархических связей, способствуют установлению ролевых взаимодействий и распределению ответственности между работниками. Оно служит распространению корпоративной культуры, ее целей и ценностей среди сотрудников предприятия. Коммуникация внутри предприятия транслирует информацию о событиях и решениях, которые касаются работы всех отделов. Особую роль играет хорошо отлаженное внутрикорпоративное взаимодействие в период кризиса, когда необходимо не только

подчинение каждого сотрудника указаниям «сверху» и выполнение инструкции, но и способность действовать самостоятельно, учитывая общую ситуацию и выгоду всей фирмы. Таким образом, внутренняя коммуникация связывает все отделы компании, формируя чувство общности у всех членов организации.

В институциональной среде участники коммуникации используют ограниченный набор образцов поведения. При этом образец поведения зависит от статусного распределения социальных ролей. Следует напомнить, что Сеть (горизонтальные отношения) отражает специализированные функции работников, при этом сотрудники взаимодействуют друг с другом посредством диалога в рабочем режиме. Иерархия представляет функции контроля и принятия решений. В этом случае менеджмент компании ставит своей основной задачей направить коммуникативные стратегии задействованных на предприятии людей на получение желаемого результата согласно поставленным руководством целям. Подобная структура придает организации стабильность и устойчивость к внешним воздействиям. Итак, для внутренней коммуникации характерно взаимодействие по двум осям: по горизонтали для формирования между сотрудниками сетевых отношений; по вертикали для установления иерархических отношений, осуществляемых между начальником или руководителем и подчиненными.

Институциональное общение предполагает наличие электронной переписки между сотрудниками предприятия и носит регламентированный характер. Это регламентирование, которое выражается, прежде всего, в «нормативной функции» [1, с. 13], являющейся важнейшей для консолидации соответствующего института, понимания его репрезентантами своей значимости в обществе. Не менее значима «парольная функция» [1, с. 16], выражаемая в специальных дискурсивных знаках, назначение которых заключается в разграничении круга сотрудников соответствующего института и его клиентов / партнеров. Предполагается, что партнер понимает факт взаимодействия со специалистом высокого класса. Участники дискурса в этом случае прибегают к использованию терминологии (например: ...*wir müssen auch mit unseren Kunden die Salden abstimmen. Anbei eine Kopie unserer Saldenbestätigungen...*), сокращений, понятных только участникам общения (например: *Könnt ihr uns bitte einenopen zuschicken danke!*), устойчивых выражений, содержащих эмоциональный компонент и придающих общению

неформальный характер (например: “*Ich muss aber noch auf Rückmeldung warten, da im Moment nur 1 Zimmer frei wäre... evtl. Bekommen wir aber 2 – also **Daumen drücken!***”) и пр. Это так называемая социорепрезентативная функция [2], учитывающая социальные и коммуникативные аспекты языка, что позволяет слушающим или читающим относить себя или другое лицо к определенному языковому коллективу. Вслед за Л. Ю. Бейлинсон, мы полагаем, что социорепрезентативная функция соотносится с парольной функцией. Употребление характерных дискурсивных знаков позволяет классифицировать участников общения по социокультурным параметрам, таким как «свой – чужой» или «специалист – неспециалист» и др. Институциональность «транслирует нормы и стандарты статусно-ролевого поведения, закрепляет бинарные отношения норма / ненорма, позитивное / негативное, допустимое / недопустимое, благо / зло, каноническое / еретическое и т. п. в моральных императивах, ритуалах, традициях, писанных и неписанных кодексах поведения, правовых актах» [1, с. 14]. В этом проявляется нормативная функция, во многом определяющая структуру, стиль и выбор языковых средств для создания речевого произведения в рамках институциональности.

Принято считать, что корпоративная культура носит индивидуальный характер и является основополагающей для образования некой системы норм и конвенций деловой переписки в отдельно взятой организации, ср. нем:

Mit Organisationskultur werden grundlegende Werte, Normen und Annahmen in der Organisation bezeichnet, die von den Mitgliedern geteilt oder gemeinsam vertreten werden bzw. ein “Muster gemeinsamer Grundprämissen, das die Gruppe bei der Bewältigung ihrer Probleme externer Anpassung und interner Integration erlernt hat, das sich bewährt hat und somit als bindend gilt; und das daher an neue Mitglieder als rational und emotional korrekter Ansatz für den Umgang mit diesen Problemen weitergeben wird” (SCHEIN 1995: 25) [18, с. 92].

Анализ электронного делового письма показывает, что его сложно строго причислить к «аддитивному» институциональному дискурсу [6]. Напомним, что под аддитивностью дискурса в предметно-специальной литературе понимается «последовательное и суммарное (композиционное) приращение знаний со стороны реципиента, а соотношение языковых знаков (комплексов) и информации выстраивается

по принципам «больше формы для большего объема передаваемого содержания» и «определенность знака для точности прочтения информации». В подобных текстах велика роль клишированных выражений, терминов и терминосистем, а повествование следует принципу иконической последовательности» [6, с. 94]. Это объясняется тем, что деловое общение реализуется также на повседневном уровне и в этом случае имеет оттенок бытового характера. Вслед за В. И. Карасиком мы считаем, что «полное устранение личностного начала в институциональном общении превращает участников такого общения в манекенов. Неслучайно нормы общения слуг и хозяев во многих сообществах требовали от слуг бесстрастного выражения лица. Аналогичное значение имеет светская улыбка на официальном приеме или сосредоточенный серьезный вид на производственном совещании» [7, с. 4].

Таким образом, мы наблюдаем некое несоответствие или столкновение двух противоположных процессов реализации социальной, в том числе деловой коммуникации. Однако «эта неприятная и бесполезная беспорядочность сразу же исчезает, если отводится подобающее место как внешней, так и внутренней стороне вещей» [13, с. 197]. Вследствие интеллектуальной обработки внутренней речи индивида той или иной ситуации или мысли дается нейтральная, положительная или отрицательная характеристика, иными словами, оценка.

В данном контексте нам представляется необходимым кратко остановиться на категории оценки, ее структуре и содержании. Напомним, что оценка носит внутриязыковой характер и всегда имеет отношение к отдельному индивиду или языковой группе. Итак, оценка «представляет собой мыслительную операцию, в процессе которой объект оценки определяется как ценность (имеет положительное значение с точки зрения оценивающего субъекта), как антиценность (имеет отрицательное значение), как неценность (не имеет ни положительного, ни отрицательного значения, безразличен для субъекта). Результатом данной логической операции может быть оценочное высказывание – высказывание, дающее оценочную квалификацию того или иного явления» [4]. Оценке в логическом представлении соответствует комплекс элементов – субъект, объект, характер и основание оценки, семантика которых формирует модальную рамку оценки – ценностное отношение говорящего; эта модальная рамка накладывается на высказывание [3].

Оценочное суждение тесно связано с эмоциональными переживаниями индивида. Изучение этих строго нефиксируемых явлений – эмоции и оценки является одним из приоритетных направлений современной лингвистики (Городникова М. Д., 1985, 2004; Шаховский В. И., 1987, 1996; Баженова И. С., 2003; Черемисина И. В., 1995; Писанова Т. В., 1997; Томская М. В., 2000 и др.). Эти феномены связаны с познавательными процессами и регуляцией социального поведения людей. «Принадлежность эмоций и оценок к внутреннему миру человека, недоступность прямому наблюдению приводит к смешению, а иногда и отождествлению эмотивности и оценочности» [10, с. 1]. М. В. Томская полагает: «Оценки являются составляющими как рациональной аргументации, так и стимуляции эмоций» [9, с. 161]. Эмоции, являясь неотъемлемой частью когнитивных процессов, находящихся в дальнейшем свое выражение в коммуникативном акте, накладывают на него определенный отпечаток. Таким образом, оценка и эмоции представляют собой когнитивные сущности, формирующие основания для возникновения *когнитивного конфликта*.

Являясь разновидностью внутриличностных конфликтов, он реализуется часто посредством столкновения материальных, социальных, духовных ценностей, статусных ролей, идей, норм, принципов и др. [14]. Согласно идеям, изложенным в когнитивной психологии (К. Левин, 2000; С. Мерлин, 1970; Ф. Хайдер, 1958; Т. Ньюкомб, 1953; Д. Миллер, 1944; Д. Брунер, 1977; У. Найссер, 1981; У. Клэпп, 1988 и др.), человек стремится к непротиворечивости, согласованности своей внутренней системы представлений, убеждений, ценностей и т. д. и испытывает дискомфорт в случае возникающих противоречий, несогласований. Иными словами, в сознании человека происходит некое противоречие, которое можно определить как *когнитивный конфликт* между эмоциональной и рациональной составляющей. Напомним, что в отечественной психологии данный термин впервые применен Н. И. Фрыгиной [12], а в западноевропейской когнитивной лингвистике данные взгляды разделяет М. Шварц-Фризель [20].

В профессиональном общении внутри организации существуют определенные конвенции оформления взаимодействия между сотрудниками. Они не всегда могут совпадать с отношением индивида к той или иной коммуникативной ситуации с учетом соответствующих коммуникативных целей. Подобное противоречие может проявляться

на когнитивном уровне в виде такого явления, как *когнитивный диссонанс* [11]. Последний переходит в когнитивный конфликт, который объективируется в высказываниях коммуниканта на различных языковых уровнях: лексическом, синтаксическом, грамматическом, а также в виде невербальных средств языковой выразительности. Подавляя субъективную, т. е. эмоциональную, оценку происходящего, индивид стремится к предписанным корпоративной культурой правилам институционального общения. Однако это не всегда удается тому или иному сотруднику организации, поскольку существует множество факторов, которые изменяют форму оформления деловой переписки. Они являются катализатором взаимовлияния эмоционального и рационального компонентов оценки, что провоцирует порождение когнитивного конфликта.

Одной из важных особенностей когнитивного конфликта является присутствие в нем как объективного, так и субъективного компонентов, взаимодействующих друг с другом. Это объясняется тем, что он предполагает наличие ценностного отношения между субъектом и объектом. При этом субъективный компонент связан с положительным или отрицательным отношением участников коммуникации к предмету обсуждения. Объективный компонент, напротив, соотносится со свойствами предмета обсуждения.

В зависимости от эмотивного компонента можно разграничить эмоциональный и рациональный компоненты когнитивного конфликта. Первый предполагает непосредственную реакцию на объект, характеризуется экспрессивностью и обычно выражается междометием (например: *Och, oje* и пр.) или аффективным словом (например: *eine Super Leistung*). Рациональный компонент часто опирается на социальные стереотипы и выражается оценочным суждением. Однако при разных формах оценок соотношение рационального и эмоционального меняется, и не всегда эти два фактора строго дифференцируются [8]. Так, трудно разграничить рациональное и эмоциональное в высказываниях типа: *Ich habe natürlich bereits Nachforschung eingeleitet, aber wer weiß, wie lange es dauern wird...* и т. п. При этом мы полагаем, что интерпретация подобных примеров зависит, как минимум, от следующих факторов: а) исходного письма, на которое поступила данная реакция адресата; б) специфики социокультурного взаимодействия в рамках электронной деловой переписки; в) деловой ситуации. В данном

конкретном примере нам представляется, что избыточность наречий (см. *natürlich bereits*), равно как и многоточие в конце предложения, свидетельствуют об эмоциональной составляющей, которая регулируется нормами, диктуемыми институциональной средой (см. *Nachforschung einleiten / Wer weiß...*). Смешение клишированного выражения с бытовой лексикой свидетельствует, на наш взгляд, о преодолении когнитивного конфликта, т. е. недопущении его перехода в социальный конфликт. Вполне вероятно в данной ситуации, что адресант допустил какую-либо оплошность при заказе или оформлении товара.

Анализ эмпирического материала показывает, что когнитивный конфликт объективируется в механизмах устной и письменной речи. По нашим наблюдениям, это выражается в следующем:

- в нарушении *коммуникативной нормы*, например: *Also, bis morgen nochmal! / Hi Klaus!* и т. д.

Напомним, что под коммуникативной нормой понимается адекватность коммуникативного процесса ситуации общения, а также его соответствие ценностям, стандартам и регулятивам, существующим в данной культуре. Коммуникативная норма включает в себя нормы более низких уровней – языковые и стилистические. Так, Кл. Бауман в своей статье «Das komplexe Normensystem der Fachkommunikation» (2005), рассматривая коммуникативную норму, понимает ее как исторически стабильное, разделяемое всеми членами социума коллективное знание, которое позволяет участникам коммуникации использовать в процессе общения языковые и неязыковые средства, обеспечивающие понимание [15]. Вслед за ученым мы считаем, что данное явление представляет собой сложное образование, которое включает в себя следующие компоненты: социальный статус партнеров; мировоззрение; систему ценностей образцов речевого поведения; стилевое варьирование (повседневная речь или деловое общение), а также профессиональные знания.

- в проявлениях *вторичной устности* (ср. нем.: *Mündlichkeit, zweite / sekundäre Mündlichkeit, konzeptionell mündlich, sekundäre Oralität, sekundäre Schriftlichkeit, vermündlichte Schriftlichkeit*; ср. англ.: *secondary orality*), например: *hab deswegen bereits mit Michael telefoniert und ihn entsprechend informiert. / Hallo, anbein un die Carnet-Kopie mit allen Stempeln.*

Под вторичной устностью мы понимаем процесс взаимовлияния устной речи на письменную. Так, Й. Деринг рассматривает это явление как средство для создания эффекта устности в письменной речи (ср. нем. *Simulation von Mündlichkeit als Effekt in der Schrift*) [16, с. 227]. Устность на сегодняшний день является одним из основных каналов преобразований в сфере грамматического строя современного литературного немецкого языка. То, что сегодня считается отклонениями от нормы, завтра станет неотъемлемой составляющей письменного языка. Данная тенденция наблюдается и на синтаксическом уровне. Степень взаимопроникновения устной и письменной речи относительна, поскольку зависит от сферы, в которой реализуется общение. Чем динамичнее и социальнее эта область, тем больше разговорных черт получает язык в пределах ее реализации.

- в наличии элементов *спонтанности*, например: *Nur bei einer anderen Firma Beträge einrechnen und die eigentlich zuständige Firma mit den zuständigen Abteilungen nicht informieren, geht dann leider zu Lasten des Kunden* :((.

Спонтанность речетворчества определяется двумя факторами: *вариативностью информационного фокуса* и *гибкостью глобального контроля* [17]. Под первым понимается фрагмент знания, являющийся особенно выделенным (активизированным) в рабочей памяти для использования в процессе порождения речи. Второй представляет собой общую стратегию порождения высказываний на протяжении всей ситуации общения, т. е. вплоть до достижения коммуникативных целей. Вариативность информационного фокуса, как правило, способствует более гибкому глобальному контролю при порождении высказывания, однако такая зависимость не носит обязательного характера. В случае деловой электронной переписки возможны оба варианта, поскольку темпы и объемы проводимых работ на предприятии задают постоянно меняющиеся правила взаимодействия. Предполагается, что общение, характеризующееся вышерассмотренными факторами спонтанности, практичнее осуществлять в устной форме.

Таким образом, когнитивный конфликт является результатом взаимодействия эмоционального и рационального компонентов, участвующих в когнитивном процессе интеллектуальной обработки информации, вследствие которой предмет общения получает ту или иную оценку. Она может быть как субъективной, так и объективной

или содержать в себе оба данных элемента. Когнитивный конфликт выражается в следующих языковых проявлениях:

- 1) в нарушении коммуникативной нормы;
- 2) в проявлениях вторичной устности;
- 3) в наличии элементов спонтанности.

При этом перечисленные явления регулируются рамками институциональной коммуникации, что позволяет предотвратить трансформацию внутриличностного конфликта в межличностный или социальный виды конфликта. Рациональная и субъективная оценки служат специфическим способом урегулирования когнитивного конфликта в институциональной среде в процессе внутрикорпоративного взаимодействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бейлинсон Л. С.* Профессиональный дискурс: признаки, функции, нормы : Монография. – Волгоград : Перемена, 2009. – 278 с.
2. *Бурыкин А. А.* Коммуникативные и социальные функции языка // Вести Магнитогор. ун-та. – 2000. – № 1. – С. 106–110.
3. *Величенко Г. Д.* Функция категории оценки в тексте // Единицы языка в коммуникативном и номинативном аспектах. – М. : Правда, 1986. – 53 с.
4. *Иванина Г. Н.* Выражение эмоциональной оценки в современном немецком языке : дис. ... канд. филол. наук – М., 1984. – 198 с. [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.dissercat.com/content/vyrazhenie-emotsionalnoi-otsenki-v-sovremennom-nemetskom-yazyke>
5. *Ильина Н. В.* Структура и семантика оценочных конструкций. – М. : Русский язык, 1982. – 84 с.
6. *Ирисханова О. К.* Стратегии порождения и интерпретации дискурса как отражение эвристичности вербального общения // Актуальные проблемы современной лексикологии и фразеологии : сб. науч. тр. к 100-летию проф. И. И. Чернышевой / отв. ред. Г. М. Фадеева. – М. : Рема, 2011. – С. 89–96.
7. *Карасик В. И.* О категориях дискурса [Электронный ресурс]. – URL : <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubKaras.html>
8. *Маркелова Т. В.* Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке. – М. : Правда, 1996. – 87 с.
9. *Томская М. В.* Оценочность в социальном рекламном дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. – М., 2000. – 202 с.
10. *Трубченинова А. А.* Эмотивность и оценочность в немецком спортивном газетном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 24 с.

11. *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса : пер. с англ. – СПб. : Речь, 2000. – 320 с.
12. *Фрыгина Н. И.* Факторы превращения когнитивного конфликта в межличностный конфликт в ситуациях группового обсуждения : дис. ... канд. психол. наук. – М., 1980. – 149 с.
13. *Шарден П. Т. де.* Феномен человека : пер. с фр. – М. : АСТ : Астрель : Полиграфиздат, 2012. – 381 с.
14. *Шутилов А. И.* Психологические основы взаимодействия в трудных межличностных ситуациях : дис. ... д-ра психол. наук. – М., 2000. – 370 с.
15. *Baumann Kl.-D.* Das komplexe Normensystem der Fachkommunikation // Fachsprache. International Journal of LSP, 27. Jahrgang, Heft 1–2. – Wien : Braumüller Verlag, 2005. – S. 32–47.
16. *Döring J.* Redesprache, trotzdem Schrift. Sekundäre Oralität bei Peter Kurzeck und Christian Kracht // Verkehrsformen und Schreibverhältnisse. Medialer Wandel als Gegenstand und Bedingung von Literatur im 20. Jahrhundert / Döring J., Jäger Chr., Wegmann Th. (Hrsg.). – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1996. – S. 226–233.
17. *Hermann Th.* Pre-terminal Levels of Process in Oral and Written Language Production / Theo Hermann, Joachim Grabowsky // Aspects of Oral Communication / Ed. by Uta M. Quasthoff. – Berlin ; New York : de Gruyter, 1995. – P. 67–87.
18. *Höhne St.* Kunst und Kulturmanagement. Eine Einführung. – Paderborn : Fink / UTB, 2009. – 271 S.
19. *Schick S.* Interne Unternehmenskommunikation: Strategie entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern (4. überarbeitete Aufl.). – Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag, 2010. – 244 S.
20. *Schwarz-Friesel M.* Sprache und Emotion. – Tübingen : Narr Francke Attempto Verlag, 2007. – 401 S.

УДК 81'42

Т. В. Писанова

д-р филол. наук, проф., проф. каф. лингвистической прагматики
и межкультурной коммуникации МГЛУ; e-mail: ptp1@bk.ru

АВТОПОЭЗИС СМЫСЛОВ В РОМАНАХ Г. ГАРСИА МАРКЕСА И Х. КОРТАСАРА

Целью статьи является раскрытие философских и культурных оснований автопоэзиса смыслов в романах Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара. Автор обосновывает идею применения термина «автопоэзис» (*autopoiesis*), принадлежащего чилийским эпистемологам и нейрофизиологам У. Матурана и Ф. Варела, к постмодернистским текстам как к «живым системам», способным к самовоспроизводству.

Ключевые слова: автопоэзис; живая система; синкретизм; постмодернистское сознание; автопоэтическое воспроизводство; порождение смыслов.

Pisanova T. V.

Doctor of Philology, Professor; Professor, the Department of Linguistic
Pragmatics and Cross-Cultural Communication, MSLU; e-mail: ptp1@bk.ru

AUTOPOIESIS OF MEANINGS IN THE NOVELS BY G. GARCIA MARQUEZ AND J. CORTAZAR

The purpose of this article is to reveal the philosophical and cultural foundations of the autopoiesis of meanings in the novels by G. García Márquez and J. Cortázar. The idea of applying the term *autopoiesis* proposed by Chilean epistemologists and neurophysiologists U. Maturana and F. Varela to postmodern texts as living systems capable of reproducing themselves, is substantiated by the author.

Key words: autopoiesis; living system; syncretics; postmodern consciousness; autopoietic reproduction; creation of meanings.

Характерными особенностями современной постнеклассической науки являются изучение сверхсложных систем и гуманитарная направленность научных исследований. При этом подчеркивается общезначимость научного знания; кооперативные, резонансные отношения между объектами и их состояниями; идеализированный характер любых научных теорий; холизм; плюрализм (возможность неограниченного числа теоретических представлений и описаний одного и того же объекта); научное познание как особый лингвистический способ самовыражения и творчества; ирония и самоирония в отношении любых претензий на абсолютную объективную истину; базисные

лингвистические характеристики научного знания – интертекст и гипертекст [6].

Лингвистический поворот в философии XX в., ее обращение к лингвистическим моделям и методам, интерес к семантическому и прагматическому аспектам функционирования языка, включая интерпретацию, к анализу семиотической деятельности привел к тому, что она перешла к осознанию речи как важнейшего компонента взаимодействия людей и механизма осуществления когнитивных процессов, как связанной последовательности речевых актов, выраженных в различных текстах и анализируемых в различных аспектах (прагматическом, семантическом, референтном, эмоционально-оценочном, интерпретационном и др.) [7, с. 171].

Современный постмодернизм опирается на постструктуралистский лингвистический анализ языка, дискурса, сознания, науки, когнитивных коммуникаций, культуры [6]. В частности, постмодернистская мысль обращается к исследованию интерпретации в связи с анализом институализации новых социальных форм и практик.

Целью статьи является раскрытие философских и культурных оснований автопоэзиса смыслов в романах Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара.

Сегодня мы можем утверждать, что существуют новые формы пересечения областей исследования и новые зоны обмена информацией между учеными. Нередко фундаментальное знание вырастает из прикладного, а оно, в свою очередь, дает мощный импульс новым способам теоретической мысли. То же самое относится и к коммуникациям между научными микросообществами. М. К. Петров обратил внимание на значение неформального общения ученых, использующих различный тезаурус, которое он назвал «коридорной ситуацией». Это означает, что существующие в науке «зоны обмена» далеко не институализированы, что в них велика роль межличностных контактов, которые являются важными каналами коммуникаций в науке и одним из источников научных инноваций.

Автопоэзис (аутопойесис, *autopoiesis*) – термин чилийских эпистемологов и нейрофизиологов Умберто Матураны и Франсиско Варелы, широко используемый в контексте социально-философских размышлений, можно перевести как самотворение или самовоспроизводство. Изначально У. Матурана и Ф. Варела полагали, что применимость

концепции автопоэзиса должна быть ограничена описанием клеточных сетей, живых систем. Представители другого научного направления, основанного социологом Н. Луманом, придерживаются того мнения, что понятие автопоэзиса может быть распространено на социальную сферу и сформулировано в рамках социальной теории. Н. Луман разработал детальную теорию «социального автопоэзиса», которая получила развитие в трудах российского ученого О. Д. Агапова [1]. Ключевой тезис О. Д. Агапова состоит в следующем: интерпретация человеком мира и своего положения в нем – процесс одновременного установления и развертывания смысла в сознании и бытии личности, а также в интерактивном и интерсубъективном бытии человеческого рода.

Язык, сознание, культура, литература являются когнитивными, следовательно, могут считаться живыми. Термин «живая система» вполне применим к постмодернистским текстам, тем более что постмодернизм, как полагают современные ученые, «на самом деле выступает прологом глобальных изменений в сознании и культуре, близость и неизбежность которых ощущается уже, по крайней мере, несколько десятилетий» [8, с. 383]. По мнению теоретиков постмодернизма, современность породила не просто кризис ценностей, а привела к исчезновению всякой метафизики. Эта важная мысль лежит в основе исследования постмодернизма не только как конгломерата культурных явлений, а как исторического феномена сознания. В рефлектирующем сознании фронт рефлексии инвертивно обратился к исторически сложившемуся складу дискретных артефактов, форм, знаков, знаковых конструктов и пр. При этом вместо упорядоченной системы форм и значений сформировался хаотический конгломерат, образовавший новый синкретиз – всецело культурный, но сформированный на природной основе. Здесь нерасчлененность выступает функцией многообразия смысловых связей между дискретными элементами культурных феноменов, воспринимаемых текстологически. Отсутствие фундаментальной интенции культурного сознания, т. е. партисипации к объекту, служившей вечным двигателем установления смысловых отношений между субъектом и объектом, приводит к установлению партисипации к самому процессу семиотического аналитического атрибутирования, где внешний объект выступает, соответственно, внешним моментом.

Сведёние неизвестного к известному, освоение без переживания, апперцепция без партисипации представляет собой такую субъектную позицию постмодернистского сознания, которая оправдывает антииерархическое выравнивание всех значений – «номадический» дрейф, по Ж. Делезу, парадоксальное однообразное разнообразие, где знак господствует над вещью. Бесконечный процесс продуцирования «знака знака, образа образа», по Ч. С. Пирсу, приводит к тому, что наращивание знаковых звеньев, опосредующих такого рода субъектно-объектную связь, не может увеличиваться бесконечно без изменения качественного состояния структуры. Такое положение дел свидетельствует о том, что, в конце концов, сознание оказывается неспособным дотянуться до вещи, осмыслить объект. Цепь знаковых репрезентантов «растворяет» всю энергию экзистенциальной направленности на объект, а сам объект окончательно «растворяется» в своих знаковых репрезентантах.

Результат разного рода деконструктивистских процедур с текстами, связанный с рассогласованием структурных отношений, создает архаичный тип смысловой связи внутри текста: последовательно присоединительный. Фрагментарность, слабоструктурированность релевантны для описания архаического мышления. Для постмодерниста интерпретирующая стратегия основывается на опыте интеллектуально-аналитической практики, а иерархия существует как заведомо условная и необязательная. Для архаика особую значимость имеет магическая поливалентность свойств реальности, так как мир как целое еще не осознан в рефлексии, иерархические цепи еще не выстроились в системе идеальных конструкций. Для архаика практическое освоение мира параллельно конститутивной мифоритуальной модели, а для постмодерниста интеллектуальные игры вполне вписываются в социальные иерархии и рациональные конвенции. Кроме того, жанровые и стилевые черты текстов классиков постмодернизма полностью соответствуют этим правилам.

Следует подчеркнуть, что совокупный культурный ландшафт определяется не тотальным господством инновационного мировоззрения в литературе, а контекстом его взаимодействия с другими культурными парадигмами. Какой конкретный вывод сделает культура из исходного корпуса постмодернистской теории, покажет будущее. Неизменное смягчение радикализма, свойственное всем культурным программам, отмечено в концепции Р. Барта, где метод деконструкции

претерпел изменения от жесткой установки «текстового анализа» до «теории текста» как способности языка к порождению смыслов. В целом, постмодернизм как художественное мировоззрение движется от непримиримых установок к более мягким постулатам и открытому диалогу. Сегодня другой соразмерной постмодернизму мировоззренческой установки, поддерживающей накал интерпретирующего мышления в его разных проявлениях, не существует. Тем не менее можно констатировать появление отчетливых контртенденций. Они порождены усталостью от произвола, непродуманной эклектики, надоевшего двойного кодирования, различного рода цитирования, деконпозиции, бриколажа и др.

В настоящее время ряд авторитетных авторов (Х. Блум и др.) призывают к возврату к традиционному бинарному коду, к целостным онтологическим и эпистемологическим конструкциям, центризму, «реанимации» автора, установлению границ контекстуализации текста и т. п. Эпоха неоклассики, возможно, положит конец эпохе господства постмодернизма. Масштабность сквозных и подспудных процессов свидетельствует о рождении нового качества культурного сознания в целом и художественного сознания, в частности.

Возвращаясь к идее автопоэзиса смыслов, сформировавшейся в виде контртенденции внутри современного постмодернизма, подчеркнем, что определяющий момент теории Н. Лумана – установление того, что элементами социальных сетей являются коммуникации как специфический способ атопоэтического воспроизводства. Коммуникации порождают мысли и смыслы, которые, в свою очередь, порождают коммуникации и общую систему убеждений, объяснений и ценностей – обычный смысловой контекст, поддерживаемый дальнейшими коммуникациями.

Общий смысловой контекст в постмодернистских романах Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара выстраивает границу ожиданий, конфиденциальности и лояльности, постоянно поддерживаемую и пересматриваемую авторской и читательской интерпретацией. Существует множество проблемных полей в понимании феномена интерпретации. Для представителей гносеологического подхода интерпретация – это процесс обнаружения смысла и значения, процесс отражения и репрезентации в сознании субъекта определенных связей и отношений природной и социальной действительности. В онтологическом подходе интерпретация рассматривается как форма присутствия человека в бытии, раскрывающая себя в экзистенции.

В данной статье ключевыми теоретическими положениями являются следующие:

1. Взаимодействие между автором и читателем в смысловом пространстве романа влечет за собой постоянное координирование общения. Двойственный характер общения состоит в том, что использование концептуального мышления и символического языка приводит к возникновению образов и смыслов, устанавливающих правила поведения, обусловленные смысловыми контекстами.

2. Общий смысловой контекст в постмодернистских романах Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара выстраивает границу ожиданий, конфиденциальности и лояльности, которые поддерживаются и переоцениваются авторской и читательской интерпретацией.

3. Ценность интерпретации как процесса мышления, универсального способа познания мира, а также метода конструирования художественной реальности в постмодернистском романе заключается в создании поля художественного дискурса, где формируются смыслы, стиль и ритм мироотношения и деятельности человека творческого – как автора, так и читателя.

4. Принцип множественности интерпретаций, характерный для постмодернизма, проповедующего диктат стиля, обеспечивает свободу творческого самовыражения. Манифестация литературности – одна из важнейших тенденций латиноамериканской литературы нескольких десятилетий XX в.: любые языковые, композиционные, нарративные и визуальные экстравагантности подчеркивают людическую (игровую) функцию литературы.

Процесс интерпретации понимается как литературные практики освоения различного культурно-исторического опыта. Такое понимание воплощает совокупности идей отечественных и зарубежных мыслителей, изучавших различные аспекты и формы интерпретационной деятельности (М. К. Мамардашвили, Э. В. Ильенков, З. Бауман, М. Хайдеггер, П. Бурдьё, П. Рикер, Ж. Деррида, Э. Гидденс, П. Штомпки). Объединяющим это разнообразие теорий является гетеротетический принцип, согласно которому процесс понимания строится на всем богатстве жизненного мира эпохи, где полагание смысла «одного», «единого» одновременно порождает смысл «иноного», «другого», «множественного». Бытие людей – героев романа – в *пространстве – времени* как трансцендентальных сущностях образует онтологический герменевтический круг жизни, смысловая структура которого организуется

ритмикой трансценденции во вне и во внутрь, что обеспечивает устойчивость человеческого рода в сущем, позволяя ему быть всеединым субъектом истории. Развитие герменевтического круга бытия образует динамику бытия персонажей романов, основными моментами которого являются преобразование и преображение.

Бытие выражается в превращенных формах (вещах, структурах, ситуациях), выступающих своего рода ядром смысловых интенций персонажей. Гармонизация как установление человекосоразмерной формы бытия означает переход человека на уровень автопоэзиса, уровень труда / ремесла жизни. Так, один из персонажей романа Маркеса «El Amor en los Tiempos del Cólera» в сложный период своей жизни играл на скрипке в хоре кафедрального собора. Интенциональность, интересубъектность, интерактивность являются различными гранями онтологической динамики героев в пространстве – времени. Значение интенциональности состоит в концентрации и устремлении человека в круге бытия. Предмет интенции имеет свою «привязку» с целью придания форме бытия определенной человекосоразмерности.

Латинская Америка как всеединый субъект истории, чрезвычайно богатый по своим проявлениям (общество, культура, цивилизация), образует икономию бытия в романах Маркеса и Кортасара. Авторы четко прослеживают переход от внешней детерминации природы к самодетерминации смысла / духа. Латиноамериканское общество выступает как определенная ипостась бытия «здесь и сейчас», в нем сосредоточены разнообразные практики людей как нечто целое, что обусловлено признанием трансцендентальных истоков бытия на уровне автопоэзиса человеческого бытия. Социокультурный смысл автопоэзиса человеческого бытия заключается в том, что *автопоэзис как форма развития* есть не эксплуатация натурального ресурса среды, а выработка культурного ресурса развития.

Суть развития – созидание человеком своей поэтики, своей культурной прaxis. Способ развития есть пребывание в режиме самоопределения и самопреодоления, постоянное экстатирование и трансцендирование. Ресурсом развития является опора не на элитные части культуры, не на божественность утонченных структур, а на структуры повседневности, превращение их в культурный ресурс.

Философия, религия, искусство соединяются с повседневными, экзистенциальными практиками. Смысл становится единством ума

и сердца, душой ума, который не имеют, а в нем и с ним пребывают. Смысл – это онтологически укорененный феномен, подчеркивающий целостность и полноценность человеческого бытия [3].

Философская концепция постмодернизма исходит из преимущества небытия, т. е. сущего до преобразования, не выходящего за границы природного. Тем не менее в романах Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара очевидно присутствие бытия как формы существования сущего, где человеческий род уже обосновался, но в котором личность с трудом находит или не находит свое место. Бытие состоит из борьбы, столкновения, игры сил, сложности бытия, а не схем и структур. Бытие целостно, обладает полнотой, данной как игра сил, концентрация которых возможна в разных конфигурациях.

Бытие «событийствует». В эпоху постмодернизма современный смысл лишил значения смыслы обитаемого мира и заполнил свои смысловые пустоты событиями разумного мира. Событие – это трансгрессированный смысл, т. е. смысл, вышедший за границы смысла. И таким образом сам потерявший смысл [2].

Х. Кортасар в романе «Игра в классики» показывает: теперь важно не то, что случается, что производится силами реального, а то, о чем говорят, сообщают, пишут, показывают. Информация о событии сама становится событием. Если события первого порядка случайны, то события второго порядка неслучайны. Укорененность такого порядка вещей демонстрируют средства массовой информации, которые стали способом производства реальности. Реальное переводится в режим представления, репрезентации. Представление само становится реальностью (виртуальной). Представлению противостоит другое представление.

Игра в романе предполагает организацию самого текста и стихий хаоса бытия в определенный – игровой порядок. Порядок может быть различным (простым или сложным), способным или неспособным к умножению сил бытия. Смысл предполагает определенную силу, мощь, возможность играть в текст и играть в жизнь, чем занимаются автор и главный герой романа Оливейра. Проблема произведения в данном случае есть проблема живого текста: сосуществование с человеком, один нуждается в другом. Здесь Автор нуждается в Читателе [4].

Тексты Маркеса – как системы знаков и смыслов, «вырастающих» из регулярной деятельности и общения, обязанных в большей

мере оседлой позиции рефлексии. Язык Х. Кортасара – как эволюционирующий текст в контексте его создания, переработки, чтения и перевода, что свойственно кочевой позиции рефлексии [5, с. 308]. Способы осмысления пространства и времени, характерные для романов Г. Гарсиа Маркеса и Х. Кортасара, касаются фундаментальных измерений человеческого мира и выражаются в таких параметрах, как «верх» и «низ», «центр» и «окраина», «поверхность» и «глубина», одинаково присущих как обыденному, так и художественному сознанию. Перечисленные понятия воспроизводят восприятие динамики и статики человеческого бытия. Испанский язык по-своему отражает определенную пространственно-временную онтологию.

В романе Маркеса «Хроника объявленной смерти» в рамках событийности в одинаковой степени осуществляются непроявленные события, наличные ситуации и виртуальные события. Возникновение идеи «Хроники» связано с непроявленными событиями, конституирующими наличную ситуацию, ее цели, формы и методы воплощения. Это тот случай, когда смыслы текста мерцают, ждут своего проявления с целью воссоздать ситуации социального бытия (Ю. Лотман).

Г. Гарсиа Маркес и Х. Кортасар – авторы, которые своим творчеством задали векторы развития постмодернистского романа на американском континенте. Образ смерти в их романах – атрибут и яркое свидетельство жизни, которая есть непрерывная борьба со смертью. При этом жизнь в романе «Сто лет одиночества» представлена как трагический случай борьбы со смертью.

За многосложным смыслом романа «Игра в классики» скрывается другой, более глубокий: ситуация отчуждения человека от мира природы и культуры. Человек становится чуждым собственной деятельности, ее условиям, средствам, результатам и самому себе. Социокультурное отчуждение отражает диалектику человеческого существования. Это состояние – ощущение «завора» между индивидом и культурой, когда человек осознает себя чуждым деятельности прошлых поколений, чуждым культуре своего народа и т. д. Попытка снять это отчуждение происходит путем деятельности познания / постижения и освоения различных форм и содержания как своей, американской (аргентинской), так и другой – европейской (французской) культуры.

Находясь в пространстве двух культур, герой романа испытывает универсальный способ творческой самореализации посредством

полагания и воплощения смысла. В данном романе культура значима как особое развивающееся ментальное пространство, сфера социальной памяти и опыта, своеобразная «человекообразующая» форма. Главный герой Оливейра находится в смысловых пространствах общественного бытия – ситуативном, социальном, культурном и экзистенциальном. Он добивается психологической гармонизации и стремится реализовать свою индивидуальность, преодолевая давление социального отчуждения. Вся традиционная система литературных критериев, ориентированная на социально значимый результат с ее диктатурой вкуса и конвенциональными правилами игры, в таком тексте оказывается неадекватной и не востребованной. Такой роман как живая система функционирует уже независимо от намерений автора и ожиданий читателей, подчиняясь общей логике процесса и становясь «театром для себя» и для потребителей живого художественного процесса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Агапов О. Д.* Интерпретация как практика автопоэзиса человеческого бытия. – Казань : Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2009. – 248 с.
2. *Гиренок Ф. И.* Удовольствие мыслить иначе. – М. : Фонд «Мир» : Академический проект, 2010. – 235 с.
3. *Деткова Т. Ю.* Онтологический и философско-антропологический аспекты смысла: природность феномена и феноменальность природы : автореф. ... канд. филос. наук. – Омск, 2006. – 22 с.
4. *Карасев Л. В.* Живой текст // Вопросы философии. – 2001. – № 9. – С. 55–71.
5. *Касавин И. Т.* Миграция. Креативность. Текст. Проблемы неклассической теории познания. – СПб. : РХГИ, 1998. – 408 с.
6. *Лебедев С. А.* Современная философия науки. Дидактические схемы и словарь. – М.–Воронеж : Моск. психол.-соц. ин-т, МОДЭК, 2010. – 384 с.
7. *Неретина С. С., Огуцов А. П.* Концепты политической культуры. – М. : ИФРАН, 2011. – 279 с.
8. *Пелитенко А. А.* Постмодернизм в контексте переходных процессов // Искусство в ситуации смены циклов: Междисциплинарные аспекты исследования художественной культуры в переходных процессах / отв. ред. Н. А. Хренов. – М. : Наука, 2002. – С. 383–397.

УДК 81'33

Р. К. Потапова, Л. Р. Комалова

Потапова Р. К., д-р филол. наук, проф.,
зав. каф. прикладной и экспериментальной лингвистики МГЛУ;
директор Института прикладной и математической лингвистики МГЛУ;
e-mail: RKPotapova@yandex.ru

Комалова Л. Р., канд. филол. наук, каф. прикладной
и экспериментальной лингвистики факультета ГПН МГЛУ,
ст. научный сотрудник НИР МГЛУ, докторант каф. прикладной
и экспериментальной лингвистики МГЛУ; e-mail: GenuinePR@yandex.ru

БАЗА ДАННЫХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ, СОДЕРЖАЩАЯ ЕДИНИЦЫ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «АГРЕССИЯ»¹

Описывается полнотекстовая база данных русскоязычных письменных текстов цифровых СМИ, содержащая лексико-семантические репрезентанты концепта «агрессия», за период с 2011 по 2013 гг. База данных содержит 120 исходных текстовых единиц с учетом 12 параметров аннотирования из 29 цифровых СМИ на русском языке. Аннотация охватывает разные уровни языка: лексический, семантический, прагматический. Каждый текст сопровождается метрикой, указывающей соотношение числа слов семантического поля «агрессия» (СПА) к общему числу слов текста. К каждому тексту сформирован словарь СПА. База данных может использоваться для проведения научных исследований в области речеведения, для обучения автоматизированных систем мониторинга текстового пространства русскоязычного интернета, для проведения практических занятий в рамках учебно-методических дисциплин «Лингвоконфликтология», «Лингвокриминалистика», для создания информационно-поисковой системы на базе СПА.

Ключевые слова: вербальная реализация агрессии; агрессия; семантическое поле «агрессия»; полнотекстовая база данных; цифровые СМИ.

Potapova R. K., Komalova L. R.

Potapova R. K., Doctor of Philology, Professor; Director, the Institute of Applied and Mathematical Linguistics, MSLU; Head of the Department of Applied and Experimental Linguistics, MSLU; e-mail: RKPotapova@yandex.ru

Komalova L. R., Candidate of Philology (PhD); Senior Research Fellow, MSLU; Post-doctoral Scholar, the Department of Applied and Experimental Linguistics, MSLU; e-mail: GenuinePR@yandex.ru

¹ Исследование проводится при поддержке Российского научного фонда (РНФ), проект № 14-18-01059, на базе ФГБОУ ВПО МГЛУ под научным руководством Р. К. Потаповой.

DATABASE OF RUSSIAN TEXTS CONTAINING UNITS OF THE SEMANTIC FIELD “AGRESSION”

The article represents a Digital Mass Media Russian Full-Text Database containing lexical-semantic representatives of the concept “aggression”. The database was collected in 2011–2013 from 29 digital mass media in Russian and consists of 120 text units annotated according to twelve parameters. The annotation covers the lexical, semantic and pragmatic levels. Special metrics and a local dictionary of the semantic field “aggression” accompany each text. The database can be implemented in scientific research on Speechology, in computer-aided Internet monitoring systems teaching, in the educative process for “Linguoconflictology” and “Linguocriminology”, for the elaboration of searching systems based on the semantic field “aggression”.

Key words: verbal representatives of aggression; semantic field “aggression”; full-text database; digital mass media.

Бесспорно то, что тексты средств массовой информации являются открытым источником, средством формирования общественного мнения и установок реципиентов к окружающей их действительности. Так, по мнению Ю. В. Щербининой, «воздействие масс-медиа на сознание зрителя ... объясняется механизмом *праймтинга* ... – активацией так называемой скрытой памяти, специфических воспоминаний и пробуждения соответствующих мыслей и идей, а также актуализацией определенных эмоций и тенденций поведения» [7, с. 149]. Если следовать этой логике, то продуцируемые в текстах СМИ эмоции положительного или отрицательного знака актуализируют смежные эмоции и последующие переживания соответствующего знака у реципиента.

В рамках исследования языковых и речевых индикаторов состояния «агрессия» в центре внимания находятся средства и механизмы реализации и побуждения негативных эмоций и переживаний реципиента, в том числе, опосредованные цифровыми СМИ. В силу того, что анализ содержания современных СМИ свидетельствует о расширении набора слов семантического поля «агрессия», представленных в СМИ, и о снижении порога критичности восприятия, весьма актуальной и перспективной является разработка баз данных и баз знаний, позволяющих кластеризировать современные языковые и речевые тенденции текстов цифровых СМИ в совокупности с возможностью оценивания их воздействующей силы, в том числе потенциала побуждения реципиента к разным формам агрессии.

Полнотекстовая база данных русскоязычных письменных текстов цифровых СМИ, содержащая вербальные репрезентанты концепта «агрессия», разрабатывается в рамках научно-исследовательского проекта № 6.4411.2011 «Исследование лингвокогнитивного механизма становления и развития состояния агрессии в межкультурной и межкультурной коммуникации (применительно к многоязыковому дискурсу)», выполняемого по заказу Министерства образования и науки Российской Федерации с 2011 г. по настоящее время на базе ФГБОУ ВПО МГЛУ под научным руководством доктора филологических наук, профессора Р. К. Потаповой.

Разработка и создание базы данных ориентированы на решение широкого круга прикладных задач. Принципы структурирования базы данных неоднократно уточнялись на конференциях «Информационная структура текстов разных жанров и эпох» (Институт языкознания РАН), «Проблемы языка: взгляд молодых ученых» (Институт языкознания РАН), «Speech & Computer» (МГЛУ, СПИИ РАН), «Семиотическая гетерогенность межкультурной коммуникации» (МГЛУ).

Параллельно с формированием базы данных было проведено исследование лексикографических источников, которое дало представление о преобладающем контекстуальном характере формирования семантического поля «агрессия» на страницах СМИ [4]. Работа по подготовке текстов к введению в базу данных показывает, насколько различны тексты печатных СМИ, имеющие цифровые аналоги, и тексты Интернет-СМИ, существующие только в среде Интернета.

При публикации текста в базе данных оригинальное оформление снимается, графические изображения удаляются. Все тексты приводятся к стандартизированной форме: кегль 12, межстрочный интервал 1 пт, красная строка 1 пт.

На сегодняшний день база данных состоит из 121 файла Microsoft Word 2003 (содержит один файл-интегратор и 120 исходных аннотированных единиц – текстов цифровых СМИ, содержащих вербальные единицы семантического поля «агрессия»).

База данных русскоязычных письменных текстов цифровых СМИ, содержащая вербальные репрезентанты концепта «агрессия», является лингвистически паспортизированной полнотекстовой открытой базой данных. В составе базы данных представлены русскоязычные тексты из мировых, федеральных и региональных СМИ, имеющих цифровые аналоги в сети Интернет. Репрезентативность

корпуса обеспечивается за счет включения текстов широкого круга источников: печатные СМИ, новостные передачи теле-, радиовещательных компаний, сообщения новостных агентств, новостные ленты интернет-порталов, описывающие состояние дел в мире в целом и в РФ, в частности (см. табл. 1).

Таблица 1

Цифровые СМИ, тексты которых вошли в базу данных

Электронный адрес	Тип СМИ	Название СМИ
aif.ru	Газета	«Аргументы и факты»
bbc.co.uk	Информационный портал	ВВС
echo.msk.ru	Радио	Эхо Москвы
gazeta.ru	Газета	«Газета»
itar-tass.com	Информационное телеграфное агентство России	ИТАР-ТАСС
izvestia.ru	Газета	«Известия»
komionline.ru	Информационный портал	КомиОн-лайн
kp.ru	Газета	«Комсомольская правда»
lenta.ru	Информационный портал	Лента.ру
memo.ru	Правозащитный центр	«Мемориал»
mk.ru	Газета	«Московский комсомолец»
mn.ru	Газета	«Московские новости»
news.mail.ru	Новостная лента	Портал Мейл
news.rambler.ru	Новостная лента	Портал Рамблер
newsru.com	Информационный портал	НьюзРу
novayagazeta.ru	Газета	«Новая газета»
ntv.ru	Теле-, радиовещательная компания	НТВ
online812.ru	Информационный портал	Он-лайн812
rbcdaily.ru	Информационный портал	РБК
regnum.ru	Информационное агентство	Регнум
rg.ru	Газета	«Российская газета»
ria.ru	Информационное агентство	РИА-Новости
ridus.ru	Лента новостей	«Ридус»
ru.euronews.com	Теле-, радиовещательная компания	«Евроньюз»

Электронный адрес	Тип СМИ	Название СМИ
rus.ruvr.ru	Радио	Голос России
tambov.mk.ru	Газета	«Московский комсомолец – Тамбов»
top.rbc.ru	Информационное агентство	РБК – весь мир
utro.ru	Электронная газета	Утро.ру
vesti.ru	Телевизионная служба новостей	Вести

Тексты отбирались методом сплошной выборки за период с 1 января 2011 г. по 1 марта 2013 г. Принципы и методы отбора текстов, а также способы конструирования семантического поля «агрессия» описаны в работах [2; 4; 3; 8].

Единицей базы данных является исходная текстовая единица, которая содержит *аннотацию*, включающую:

- а) выходные данные текста:
 - название текста;
 - название источника;
 - дата публикации текста;
 - адрес публикации в сети Интернет;
 - информация об авторе текста;
- б) лингвистический паспорт текста:
 - жанр, в котором написан текст:
 - заметка;
 - репортаж;
 - статья;
 - листовка;
 - комментарий;
 - фельетон;
 - интервью;
 - эссе;
 - справка;
 - коммюнике;
 - рекламный текст;
 - прагматическая составляющая текста:
 - информирование;
 - аналитика;
 - полемика;

- разъяснение;
- заявление;
- обращение;
- агитация;
- пропагандирование;
- критика;
- воздействие;
- тема:
 - политические конфликты;
 - геополитические конфликты;
 - военные действия;
 - криминал;
 - насилие над личностью;
 - насилие в семье;
 - агрессивная экономика;
 - судебные разбирательства;
 - проявления экстремизма;
 - проявления расизма;
 - проявления шовинизма;
 - проявление межнациональной розни;
 - проявление ксенофобии;
 - межконфессиональные конфликты;
 - призывы к насилию;
 - призывы к дискриминации;
- основная подтема;
- в) каждый текст сопровождается метрикой, представляющей
 - общее количество знаменательных и незнаменательных слов в тексте;
 - количество знаков (графем) без пробела в тексте;
 - список слов текста, входящих в семантическое поле «агрессия» (СПА);
 - относительная величина – плотность СПА, т. е. отношение числа слов СПА к общему числу слов в тексте (в %).

В каждой исходной текстовой единице приводится полный исходный текст публикации.

В настоящее время база данных включает 120 исходных аннотированных единиц русскоязычных текстов (с учетом двенадцати

параметров-помет), которые были отобраны из репрезентативной выборки в 2000 русскоязычных текстов цифровых СМИ.

Анализ текстов и выявление структурных компонентов, репрезентирующих концепт «агрессия», выполнялся по методике контент-анализа, применяемой в работах речеведов, а именно – по комплексной методике контент-анализа текста / дискурса Р. К. Потаповой, В. В. Потапова [5; 6].

Плотность закодированных вложений в анализируемом тексте рассчитывалась при помощи компьютерной программы с открытой лицензией «TextusPro 1.0» [1].

База данных выполнена в приложении Microsoft Word 2003. Каждая исходная текстовая единица (ИТЕ) с учетом двенадцати параметров аннотирования располагается в отдельном файле. Файл-интегратор выполнен в виде гипертекста и является своего рода содержанием БД. Из файла-интегратора возможно открыть любую ИТЕ базы данных. Из любой ИТЕ текста по ссылке можно перейти в файл-интегратор.

В отдельной ячейке ИТЕ представлены все присутствующие в данном тексте лексические единицы, входящие в состав семантического поля «агрессия». Данные единицы выделены в исходном тексте подчеркиванием и / или цветом.

Схематично базу данных можно представить следующим образом (см. рис. 1).

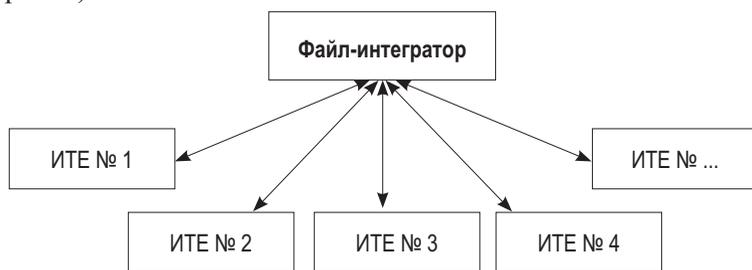


Рис. 1. Структура базы данных

Таблица 2

Пример представления текстов в Базе данных русскоязычных письменных текстов цифровых СМИ, содержащей вербальные репрезентанты концепта «агрессия» (ИТЕ № 49)

Название текста	Президент Сирии ужесточил наказание за похищения и убийства людей
-----------------	---

Название источника	Информационный Интернет-портал РИА-Новости
Дата публикации текста	02 апреля 2013 года
Автор текста	Денис Малков
Ссылка на источник	http://ria.ru/arab_sy/20130402/930583218.html
Тема текста	Основной тематической составляющей данного текста является похищение. Об этом свидетельствует абсолютная доминирующая позиция следующих слов и словосочетаний: «похищения», «похитил», «похититель», «смерть похищенного», «массовые похищения» в составе семантического поля «агрессия» для данного текста
Жанр текста	Заметка
Прагматическая составляющая текста	Информирование
Количество слов	151
Количество знаков (графем) без пробелов	969
Слова, относящиеся к семантическому полю «агрессия»	Ужесточение наказания, похищение людей, похитить человека, приговорить, пожизненные каторжные работы, причинение вреда здоровью, изнасилование, смерть, похищенный, похититель, казнить, наказание, сроки заключения, массовые похищения людей, повстанцы, криминальные группировки, похищенный, вооруженный конфликт, оппозиция, погибнуть, противостоять организованным действиям, вооруженный, боевик, наемник
Плотность СПА	25,16 %
Исходный текст	<p>Президент Сирии Башар Асад подписал указ об <u>ужесточении наказания за похищение людей</u>, – сообщает во вторник пресс-служба главы государства.</p> <p>«Каждый, кто <u>похитил</u> человека, будет <u>приговорен к пожизненным каторжным работам</u>, а в случае <u>причинения вреда здоровью</u>, в случае <u>изнасилования</u> или <u>смерти похищенного</u>, <u>похититель</u> будет <u>казнен</u>», – говорится в указе сирийского президента.</p> <p>Ранее <u>наказание</u> в зависимости от последствий предусматривало различные <u>сроки заключения</u>.</p> <p><u>Массовые похищения людей</u> в Сирии отмечаются на территориях, контролируемых <u>повстанцами</u>, суммы выкупа, которые <u>криминальные группировки</u> требуют от близких и родственников <u>похищенных</u>, колеблются от нескольких тысяч до нескольких миллионов долларов.</p> <p><u>Вооруженный конфликт</u> в Сирии между властями и <u>оппозицией</u> продолжается с марта 2011 г. По данным ООН, за это время в стране <u>погибли</u> около 70 тыс. человек. Сирийские власти заявляют, что <u>противостоят организованным действиям</u> хорошо <u>вооруженных</u> и обученных местных <u>боевиков</u> и <u>наемников</u> из-за рубежа</p>

База данных применима на практике в качестве:

- базы данных словоформ семантического поля «агрессия» для обучения автоматизированных систем мониторинга текстов цифровых СМИ на предмет выявления потенциально провокативных / конфликтогенных сообщений, а также для определения «горячих» точек в мире (например, для обучения системы Europe Media Monitor: <http://emm.newsbrief.eu>);
- базы данных словоформ для составления тематического частотного словаря семантического поля «агрессия»;
- базы данных словоформ для создания информационно-поискового тезауруса семантического поля «агрессия»;
- базы данных текстов для проведения тематического морфолого-синтаксического анализа с целью выявления структуры текстов, порождающих состояние агрессии у реципиента;
- базы данных текстов для использования в составе учебно-методических комплексов дисциплин «Лингвоконфликтология», «Лингвокриминалистическая экспертиза текста», «Фундаментальное и прикладное речеведение», «Социолингвистика»;
- базы данных текстов в составе комплексного исследования языковых и речевых признаков передачи и порождения состояния агрессии посредством сообщений СМИ в сети Интернет.

Дальнейшее развитие базы данных предполагается связать с разработкой внутренней поисковой системы на базе гипертекстовых технологий с использованием XML-разметки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Каплунов Д. А.* Программа «TEXTUSPRO 1.0». – URL : <http://www.blog-kaplunoff.ru/programmy-dlya-kopirajterov.html> .
2. *Потапова Р. К., Комалова Л. Р. и др.* Промежуточный отчет (1-й этап 2012 г.) по проекту: 6.4411.2011 «Исследование лингвокогнитивного механизма становления и развития состояния агрессии в межъязыковой и межкультурной коммуникации (применительно к многоязыковому дискурсу). – М. : МГЛУ, 2012. – 310 с.
3. *Потапова Р. К., Комалова Л. Р. и др.* Промежуточный отчет (2-й этап 2013 г.) по проекту: 6.4411.2011 «Исследование лингвокогнитивного механизма становления и развития состояния агрессии в межъязыковой и межкультурной коммуникации (применительно к многоязыковому дискурсу). – М. : МГЛУ, 2013. – 168 с.

4. *Потапова Р. К., Комалова Л. Р.* Лингвокогнитивное исследование состояния «агрессия» в межъязыковой и межкультурной коммуникации: письменный текст // Семиотическая гетерогенность языковой коммуникации: теория и практика. – Ч. II. – М. : Рема, 2013. – С. 164–175. (Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та; вып. 15 (675). Сер. Языкознание).
5. *Потапова Р. К., Потапов В. В.* Семантическое поле «наркотики»: Дискурс как объект прикладной лингвистики. – М.: УРСС, 2004. – 190 с.
6. *Потапова Р. К., Потапов В. В.* Язык, речь, личность. – М. : Языки славянской культуры, 2006. – 496 с.
7. *Щербинина Ю. В.* Речевая агрессия. Территория вражды : учеб. пособие. – М. : Форум, 2013. – 400 с.
8. *Potapova R. K., Komalova L. R.* Lingua-Cognitive Survey of the Semantic Field “Aggression” in Multicultural Communication: Typed Text // The 15th International conference “Speech and Computer” (SPECOM’2013). Proceedings. – Plzen, 2013. – 368 p. – Pp. 227–232. // SPECOM 2013, LNAI 8113 / M. Železný et al. (Eds.). – Springer International Publishing Switzerland, 2013. – 368 p. – Pp. 227–232.

УДК 81'42

Е. А. Северина

соискатель каф. лексикологии и стилистики
факультета немецкого языка МГЛУ;
e-mail: ratriniada@mail.ru

**ФЕЛЬЕТОН КАК «ГИБРИДНЫЙ» ЖАНР
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
(на материале немецкоязычной прессы)**

Статья посвящена описанию жанровых признаков фельетона, демонстрирующих его «гибридный» характер. Жанровая принадлежность фельетона является предметом дискуссий в современной предметно-специальной литературе. В качестве гибридных признаков фельетона рассматриваются такие параметры, как актуальность темы, использование выразительных средств художественной литературы и публицистики, наличие риторических приемов (ирония, сарказм).

Ключевые слова: фельетон; гибридизация; публицистический дискурс; эпистолярный жанр; художественно-публицистический стиль.

Severina E. A.

Postgraduate Student, the Department of German Lexicology and Stylistics,
the Faculty of the German Language, MSLU; e-mail: ratriniada@mail.ru

**THE FEUILLETON AS A HYBRID GENRE
OF JOURNALISTIC DISCOURSE
(Based on Press Reports in the German Language)**

The article describes genre characteristics of the feuilleton, demonstrating its hybrid character. Genre affiliation of the feuilleton is still subject to discussion in contemporary professional literature. The article features such hybrid characteristics of the feuilleton as highlighting a topical issue, using figurative devices of fiction and journalistic texts, employing rhetorical devices (irony, sarcasm).

Key words: feuilleton; giving hybrid characteristics; journalistic discourse; epistolary genre; fiction and journalistic style.

В современной лингвистике вопрос о жанровой принадлежности фельетона по-прежнему остается предметом научных диспутов и дискуссий. В отечественной и зарубежной предметно-специальной литературе фельетон традиционно рассматривается в художественном и публицистическом видах дискурса, однако анализ современной прессы свидетельствует о том, что жанр фельетона в наши дни

представляет собой гибридное образование, сочетающее в себе признаки различных стилей и жанров.

По мнению Е. Е. Анисимовой, «гибридность проявляется в способности дискурса сочетать в себе как в едином целом разнообразные языковые средства: элементы разных стилей, элементы разных языков, разные жанры или их признаки (текстовые модели, особенности их языкового наполнения)» [1, с. 9].

Цель данной статьи заключается в том, чтобы выделить и описать жанровые признаки фельетона, которые демонстрируют его «гибридный» характер.

Анализ лингвистической литературы показывает, что фельетон в понимании и в традиции «классиков жанра», таких как Б. Егоров (1924–1973), С. Нариньяни (1908–1974), И. Ильф (1897–1937) и Е. Петров¹ (1903–1942) встречается редко. Одновременно подчеркивается характерное для современного фельетона наличие богатых ассоциаций, сатирического начала и «погружения» в бытовой контекст.

В статье мы придерживаемся взглядов Е. И. Журбиной, которая полагает, что «центр тяжести сюжета переносится с непосредственного изображения событий на их осмысление» [3, с. 26].

Помимо этого, М. Е. Кольцов отмечает то обстоятельство, что фельетон «нужно беречь и культивировать, несмотря на то, что ... жанр фельетона как синтетический жанр – жанр необычайно трудный, требующий непрерывной работы над собой, непрерывной работы в разных областях; жанр, пожалуй, единственный, в котором никак не обойдешься технинимумом, а где все время нужен техмаксимум» [7, с. 133].

Долгое время жанровая принадлежность фельетона подробно обсуждалась в научных кругах. К примеру, в статье «Фельетон – не художественный жанр»² журналист отрицает художественное начало фельетона и обращает внимание на то, что этот жанр, «перешедший границу художественности, перестает быть фельетоном. Творческая задача фельетониста – при помощи комбинации взятых у художников готовых сочетаний завлечь читателя ... получить чисто газетный эффект. Быстро и сильно повлиять на массового читателя»³.

¹ Евгений Петров работал под псевдонимом, настоящее имя – Евгений Петрович Катаев, советский писатель, соавтор Ильи Ильфа.

² С. Т. Морозов – журналист начала XX в.

³ Цит. по: [2, с. 51].

Напомним, что фельетон – это малая художественно-публицистическая форма, характерная для периодической печати (газеты и журналы) и отличающаяся злободневностью, сатирической заостренностью или юмором [6]. Термин *фельетон* происходит от французского слова *feuilleton*, от *feuille*, что означает «лист», «листок») [10, с. 912].

Первое упоминание о фельетоне, по некоторым сведениям, относятся к 28 января 1800 г. во Франции, когда редактор реакционной парижской газеты *Journal des Debats* Бертен-старший¹ вложил дополнительный листок «*feuilleton*» (*фр.* листок) в очередной номер газеты. А позже, уже в 1803 г., был изменен формат газеты специально под фельетон, она была удлинена книзу. Эта добавочная часть и получила название *фельетон*, она была отделена от газеты своеобразной «линией отреза» – белым пропуском. Таким образом, термин *фельетон* произошел не от жанра, а от места расположения материалов. Значит, название «фельетон» сначала относилось не к самому жанру, а к истории газетной рубрики «фельетон». В дальнейшем этот термин стал иметь два значения: 1) литературный материал, некий «подвал» газеты; 2) литературное произведение малой формы публицистически-злободневного характера, помещенное или в фельетоне газеты, или на дополнительных страницах газеты или журнала, например в рубрике *обозрение* [6]. Именно второе значение закрепилось за термином и получило широкое распространение во Франции, в Германии, а затем и в России.

В первые дни существования фельетона материал по содержанию подбирался случайным образом, но по тематике эта подборка была логически продумана и последовательна. Прежде всего, это были литературные заметки развлекательного характера, подчеркнута не политического и не официального, в которых полностью практически отсутствовала сатира, свойственная современному фельетону. Изначально в публикациях *Journal des Debats*² печатался репертуар театров, театральные и музыкальные рецензии, объявления, присылаемые подписчиками; сообщения о моде, стихи и стихотворные загадки, ребусы и шарады. Под этой рубрикой печатались даже рома-

¹ Луи-Франсуа Бертен (1766–1841) – французский журналист.

² «Журналь де Деба» – известная в XIX в. парижская газета, появилась весной 1789 г. в начале Великой Французской революции.

ны («Парижские тайны» Эжена Сю¹, «Три мушкетера» Александра Дюма² и другие), которые и дали начало «роману-фельетону», ориентированные на вкусы массового читателя [9]. Тексты под рубрикой «фельетон» нарушали официальную серьезность, шаблонность и абстрактность казенного стиля и стремились развлечь читателя. Данная подборка материала объясняется, прежде всего, социальной функцией французской реакционной буржуазной печати начала XIX в., главная задача которой состояла в том, чтобы отвлечь читателя от политики и заставить его забыть о революции.

Итак, жанр фельетона проявляется, в первую очередь, в форме беседы с читателем. Е. И. Журбина называет его «явлением демократизации печати» и «явлением революционным по своей исторической природе» [2, с. 7].

Д. И. Заславский в книге «Истоки и пути фельетона» указывает на то, что эпоха Великой Французской революции повлияла на дальнейшее развитие этого жанра. Вскоре появились первые образцы революционных фельетонов, в задачи которых входило не развлекать читателя, а, напротив, привлекать к революции [4, с. 26]. Отмечается, что памфлеты и статьи французских авторов пронизаны социальными и политическими мотивами. Камилл Демулен³ в газете *Révolutions de France et de Brabants*, Жан-Поль Марат⁴ в *L'ami du peuple* высмеивали сложившийся политический строй, короля и уклад придворной жизни и призывали общественность к революционным действиям.

¹ Эжен Сю (1804–1857) – французский писатель, один из основоположников массовой литературы.

² Александр Дюма (1802–1870) – французский писатель, драматург и журналист. Поскольку его сын также носил имя Александр и также был писателем, для предотвращения путаницы при его упоминании часто добавляют уточнение «отец».

³ Люси Семплис Камилл Бенуа Демулен (1760–1794, гильотирован в Париже) – французский адвокат, журналист и революционер.

⁴ Жан-Поль Марат (1743–1793) – политический деятель эпохи Великой Французской революции, врач, радикальный журналист.

Примечательно, что формирование этого жанра неизменно связывают с такими именами, как Вольтер¹, Дени Дидро² и их политического врага Луи-Мари-Станисласа Фрерона³.

В Германии фельетон получил свое развитие в 30–50-х гг. XIX в. в лице Карла Людвига Берне⁴ и Генриха Гейне⁵. Упомянутые авторы считаются родоначальниками политического фельетона в Германии, содержащие призывы к борьбе против феодализма и «мещанской косности».

В России фельетон появляется сначала в виде рубрики в газете, которая вытеснила рубрику «Смесь», выполнявшую как информационную, так и развлекательную функции. В рубрике «Смесь» печатались преимущественно неофициальные материалы: заметки о музыке и театре. Часто переводились статьи из новых, однако порой публиковались статьи из старых иностранных журналов. Их тематика разнообразна: это могли быть судебные процессы, анекдоты или «великосветские сплетни».

Мы придерживаемся взглядов С. В. Курляндской и полагаем, что фельетон является ведущим и одновременно типичным жанром сатиры [8, с. 27]. Для фельетона характерно наличие критического, а нередко и комического начала. Обратимся к следующему примеру:

Das Leben steckt voller Widersprüche. Als Kind hörte ich oft den Ausruf: “Du bist aber groß geworden!”, heute sagt man mir gelegentlich: “Das ist aber nett von Ihnen!” Warum “aber”? Hatte man etwas anderes von mir erwartet? Grund genug für ein Kapitel ohne Wenn, dafür aber mit ganz viel Aber [19].

¹ *Вольтер* (1694–1778), имя при рождении Франсуа-Мари Аруэ – один из крупнейших французских философов-просветителей XVIII в.: поэт, прозаик, сатирик, историк, публицист, правозащитник.

² *Дени Дидро* (1713–1784) – французский писатель, философ-просветитель и драматург, основавший «Энциклопедию, или Толковый словарь наук, искусств и ремесел» (1751). Иностранный почетный член Петербургской академии наук (1773).

³ *Луи-Мари-Станислас Фрерон* (1754–1802) – деятель Великой Французской революции, журналист, активный участник переворота.

⁴ *Карл Людвиг Бёрне* (настоящее имя – Иуда Лейб Барух; 1786–1837) – немецкий публицист и писатель, поборник эмансипации евреев.

⁵ *Христиан Иоганн Генрих Гейне* (1797–1856) – немецкий поэт, публицист и критик еврейского происхождения.

В приведенном примере комический эффект достигается при помощи неожиданного риторического вопроса, обращенного к читателям, ср.: *Warum "aber"?* Автор сам отвечает на него и заинтересовывает читателя необычной постановкой вопроса, ср.: *Hatte man etwas anderes von mir erwartet?* Союз *aber* (но) довольно часто используется в разговорной речи, настолько часто, что говорящий не задумывается о стилистической окраске этого слова. В большинстве примеров, приведенных Б. Зиком (Bastian Sick), союз *no* используется как частица и не предполагает противоречия, ср.:

Es begab sich aber zu der Zeit, dass ein Gebot von dem Kaiser Augustus ausging, dass alle Welt geschätzt würde [19].

В данном фельетоне автор использует различные стилистические приемы:

- риторические вопросы (ср.: *Warum "aber"?* *Hatte man etwas anderes von mir erwartet?*),
- использование прямой речи (ср.: *Du bist aber groß geworden!* *Das ist aber nett von Ihnen!*);
- наличие эллиптических конструкций (ср.: *Grund genug für ein Kapitel ohne Wenn, dafür aber mit ganz viel Aber*).

Перечисленные выразительные средства, используемые в фельетоне, свойственны как художественной литературе, так и публицистическому стилю, что, по нашему мнению, демонстрирует гибридность данного жанра.

Многие авторы (Е. И. Журбина, М. Е. Кольцов, Д. И. Заславский, О. В. Цыганов и другие) отмечают, что предметом фельетона всегда становится актуальное и злободневное событие [2; 3; 7; 4; 5; 11]. В качестве примера рассмотрим фельетон Петера Шнайдера на тему защиты личных данных в социальных сетях. Недавно стало известно, что службы безопасности имеют доступ к личной информации о пользователях без их ведома. Эта новость нашла широкий отклик в молодежной среде разных стран. Фельетонист не мог оставить это интересное явление без внимания, ср.:

Abschaffung der Privatsphäre durch NSA und zugewandte Orte. Wie inkonsequent ist denn das? Das schreit nach Rechtsstaat, will aber selber nichts dafür tun. Oder, wie es Hanspeter Thür kürzlich formulierte: Wir müssen erkennen, "dass es der Nutzer bis zu einem bestimmten Punkt auch selber in den Händen hat, welche Informationen im Netz hängen bleiben. Wer

im grossen Umfang weiterhin Daten an Facebook oder andere amerikanische soziale Netzwerke oder Provider (zum Beispiel Gmail, Yahoo und andere) übermittelt, kann sich nicht beklagen, wenn sich auch Geheimdienste oder andere Unberechtigte daran gütlich tun.“ Das ist nicht anders als sonst im richtigen Leben. Aber auch dort sind es meist diejenigen, die partout meinen, nachts im Minirock durch den Park spazieren zu müssen, die hinterher am lautesten “Vergewaltigung!” schreien [18].

В своей работе фельетонист обыгрывает следующую мысль: пользователь должен более сознательно подходить к выбору информации, которую он предоставляет в социальных сетях, ср.:

der Nutzer hat bis zu einem bestimmten Punkt auch selber in den Händen, welche Informationen im Netz hängen bleiben.

Между строк можно прочесть невысказанный вопрос: если это личная информация доступна другим пользователям, почему ей не могут воспользоваться специальные службы? Ср.:

Wer im grossen Umfang weiterhin Daten an Facebook oder andere amerikanische soziale Netzwerke oder Provider übermittelt, kann sich nicht beklagen, wenn sich auch Geheimdienste oder andere Unberechtigte daran gütlich tun.

Далее автор проводит параллель с реальной жизнью, по его мнению, несознательных интернет-пользователей можно сравнить с девушкой, которая ночью идет через парк в короткой юбке, а потом громче других кричит о насилии, ср.:

Das ist nicht anders als sonst im richtigen Leben. Aber auch dort sind es meist diejenigen, die partout meinen, nachts im Minirock durch den Park spazieren zu müssen, die hinterher am lautesten “Vergewaltigung!” schreien.

Композиции фельетона присуща видимая «бесплановость», хаотичность. Например, фельетон Л. Кинкеля *Warum Deutsch ins Grundgesetz soll* начинается так, ср.:

Da hat sich der Peter Müller politisch ganz scheen uffgedackelt, wie die Saarländer sagen: Sein Landesverband setzte auf dem CDU-Parteitag einen Antrag durch, wonach künftig im Grundgesetz stehen soll, dass Deutsch die Sprache Deutschlands ist. *stern.de* enthüllt die ganze Story, tschuldigung: Geschichte [16].

Из названия и вступления читатель может предположить, что речь пойдет о политике или конституции. Но далее автор достаточно резко

переходит к теме диалектов и приводит примеры диалектальных выражений, которые используются в федеральной земле Саар. Свое диалектальное наречие, которое сильно отличается от литературного языка, они называют *Platt*, ср.:

Im Saarland heißt es nicht “die Butter”, sondern “der Butter”. Vermutlich, weil die benachbarten Franzosen das Fettdemmännlichen Geschlecht zuschreiben (“le beurre”), was kein schlechter Seitenhieb auf übergewichtige Kerle ist. Außerdem sagt der Saarländer “Fez” statt Unsinn, “Gosch” statt Mund und das harmlose Wörtchen “klar” wurde zu “klor” verballhornt [16].

Далее фельетонист повествует о территории и экономическом состоянии этой федеральной земли, ср.:

Das Saarland ist mit seinen 2568,7 Quadrat kilometern Fläche ein Kümmerling unter den deutschen Bundesländern, außerdem seit Menschengedenkenpleite und wirtschaftlich im Eimer [16].

На первый взгляд может показаться, что у данного фельетона нет четкой структуры, и автор «перескакивает» с одной темы на другую, однако в своей работе он рассматривает разные стороны экономической и социальной жизни в Саар. И представленная манера письма придает его фельетону определенную легкость, живость и динамичность. Такие «перебои» в сочетании с живым и экспрессивным языком делают фельетон простым для восприятия и не превращают его в канцелярский протокол.

Для придания экспрессивности, образности и живости в фельетоне пародийно используются художественные и вневидежные жанры и стили, например:

Wenn ich beispielsweise das Haus betrete und den Schalter des Flurlichts betätige, passiert erstmal wenig bis nichts, dann ein gelangweiltes Flackern, an-aus-an-aus-oder-doch, dann – äh – brennts, wenn man das mal so nennen darf, die genauere Beschreibung wäre ein dumpfes Glimmen [15].

Экономия электричества является очень актуальной темой для Германии. В этом небольшом примере фельетонист обращается к такому явлению, как постоянное включение и выключения света для его экономии. Для описания этого систематического процесса автор использует эллиптическую конструкторку, ср.: *an-aus-an-aus-oder-doch, dann – äh – brennts*. Таким образом, автор живо и динамично описывает известную проблему, актуальную в Германии. При написании

фельетона очень важно коротко, но емко описать негативное явление, чтобы читатель сразу мог представить картину происходящего. Для этого автор также использует метафоры, ср.: *gelangweiltes Flackern* (вгоняющее в скуку мерцание) и *dumpfes Glimmen* (мутное тление).

Анализ эмпирического материала показывает, что фельетон – это литературный материал, проникнутый духом острой критики и достигающий своей цели с помощью особых приемов изложения. Это жанр, в котором комичность отрицательных и негативных ситуаций и явлений выражается с использованием приемов иносказаний и инверсионной разработки темы. Рассмотрим пример:

Unerheblich der Jahreszeit ist es in dem Seminarraum schwül. Statt 20 Studierenden, die hier locker und feuerpolizeilich unbedenklich Platz nehmen könnten, schmiegen sich etwa 45 schwitzende, seufzende Körper aneinander. Ein Glück, atmeichaus. In anderen Seminaren sindes 60 odermehr» [13].

В приведенном примере автор жестко критикует условия, в которых протекает процесс образования в Германии и, как следствие, всю систему образования в этой стране. Для того чтобы критика выглядела более убедительной и оказала на читателя должное воздействие, автор использует описательные характеристики, ср.: *es ist in dem Seminarraum schwül* (ср. рус.: в аудитории душно¹), *etwa 45 schwitzende, seufzende Körper schmiegen sich aneinander* (ср. рус.: душная аудитория была битком набита вспотевшими и тяжело дышащими людьми – около 45 вспотевших и тяжело дышащих людей теснились в душной аудитории, – в душной аудитории и яблоку было негде упасть – в ней теснились около 45 вспотевших и тяжело вздыхающих человек).

Обратимся к следующему примеру:

Apropos grün. Dass das beduselte Lamm auf einem Plakat der Grünen erweiterte Pupillen hat, glaub ich auch so. Ohne Vergrößerungsglas. Geht's da um die Legalisierung von Drogen? [12].

В данном пассаже журналист анализирует плакаты разных партий, участвующих в предвыборной кампании. Среди прочих приводится анализ плаката партии «зеленых», на котором изображен ягненок с зелеными глазами и с расширенными зрачками, что можно рассматривать в качестве иносказания, за которым стоит социально значимая проблема – борьба против легализации наркотиков. Привлечение

¹ Перевод наш. – Прим. авт.

различных семантических кодов (слова, рисунки) свидетельствует о гибридном характере фельетона.

Фельетонист может обличать недостатки общественно-политической жизни своей страны, в этом случае такой фельетон написан на внутреннюю тему, например:

Zwar hat auch der Eindruck der Gutachter bei der Universitätsbegehung von den Fähigkeiten der Universitätsleitung, das Zukunftskonzept durchzusetzen, eine Rolle gespielt, aber eigentlich handelt es sich um ein Potemkinsches Dorf [14].

Журналист ставит перед собой цель – уличить престижные вузы Германии в некачественном образовании. Данный пример особо интересен, так как фельетонист сравнивает элитные высшие заведения с «Потемкинскими деревнями», ср. *нем.*: aber eigentlich handelt es sich um ein Potemkinsches Dorf. Таким образом подчеркивается искусственное завышение качества образования в описываемых учебных заведениях, что противостоит реальным фактам.

Фельетон также может освещать факты и явления, характеризующие идеологию, политику и мораль других стран, тогда это фельетон, написанный уже на внешнюю тему, например:

Liebe Griechen,
<...> Ihr habt euch den Euro-Beitritt erschwindelt
2000 seid ihr als letztes Land der Eurozone beigetreten. Die anderen Länder hatten sich zum Teil über Jahre bemüht, die Kriterien dafür zu erfüllen. Eure kreativen Finanzbeamten – von denen wir heute wissen, dass die meisten von ihnen gar keine Computer auf ihrem Tisch haben – zauberten erst kurz vor Schluss die Defizitzahlen herunter [17].

В данном случае текст оформлен в виде письма, которое обращено к Греции и грекам. Напомним, что Греция – одна из последних стран, вошедших в Евросоюз. Государство испытывает сильные экономические затруднения, и Германия оказывает Греции материальную помощь. Журналист недоволен сложившейся ситуацией и резко критикует деятельность министров финансов Греции, которые, по его мнению, проводят «свою политику» и представляют материалы, не имеющие связи с действительностью, ср. *нем.*: Eure kreativen Finanzbeamten ... zauberten erst kurz vor Schluss die Defizitzahlen herunter.

В публицистике уже давно используется эпистолярный жанр, для которого характерно непосредственное обращение к читателю.

Данный пример иллюстрирует возможную гибридизацию фельетона и письма. Фельетонист обращается к широкой аудитории читателей. Такая форма эпистолярного жанра позволяет вынести важный вопрос, насущную проблему на обсуждение общественности. Выразительные средства фельетона придают тексту экспрессивность и живость, что повышает его воздействие на читателя, ср. нем.: *Liebe Griechen ...Ihr habt euch den Euro-Beitritt erschwindelt*. Фельетонист использует разговорную лексику: *erschwindeln* (ср. рус.: получать что-то путем мошенничества). При описании явления с уголовным подтекстом нежелательно или невозможно называть конкретные имена и цифры. По этой причине публицист прибегает к разговорной или жаргонной лексике, стремясь более точно дать представление о своей позиции.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что фельетон является жанром «описания недостатков», его задача – борьба с отдельными или обособленными отрицательными явлениями окружающей нас действительности. Данный жанр отвечает высоким требованиям, предъявляемым одновременно к художественной литературе и публицистике, что выражается в подчинении определенным литературным законам: композиционному единству, тематической связности, синтаксической последовательности, риторическому построению композиции и др.

Фельетон всегда строится на фактическом материале, но впоследствии этот материал подвергается публицистической и художественной обработке. В данном случае факт служит основой для создания образа, при этом его содержание и оценка эксплицируются. Художественность, или образность, данного жанра является обязательным условием его эффективности и действенности. С этим утверждением согласен Д. И. Заславский, который считает, что основа фельетона – остроумие и художественные образы. В этой связи он делает замечание о языке фельетона: «Статья, написанная тяжелым или пресным языком, – это все же статья, хотя и плохая. Фельетон, написанный корявым или серым языком, – это вообще не фельетон» [5, с. 225].

Еще в 20-е гг. XX в. фельетон начинает приобретать особую публицистическую художественность. М. Е. Кольцов в своей книге «Писатель в газете» разделяет упомянутую точку зрения, он также считает фельетон жанром синтезирующим. По его мнению, этот

жанр соединяет в себе все виды художественной литературы в газете [7, с. 94].

Своеобразие данного жанра заключается также в том, что он относится к «смешанному» художественно-публицистическому жанру, так как объединяет в себе три начала:

- публицистическое: фельетон должен быть написан на актуальную и злободневную тему с ярко выраженной оценкой автора;
- художественное: невозможно написать яркий и выразительный фельетон без использования выразительных средств художественной литературы;
- сатирическое: фельетонисту свойственно обличать и подмечать различные негативные явления в общественной жизни с помощью различных риторических средств, в том числе сарказма, иронии, гиперболы, гротеска, аллегории, пародии.

Итак, фельетон является жанром синтезирующим, т. е. соединяющим в себе несколько художественно-публицистических стилей. Его отличают остроумие и комическое изображение действительности. В обычной жизненной ситуации фельетонист обнаруживает скрытое противоречие, «обнажает» и высмеивает его.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Анисимова Е. Е.* О гетерогенности религиозного дискурса // Семиотическая гетерогенность языковой коммуникации: теория и практика. – М. : Рема, 2013. – С. 9–22. – (Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та, вып. 15 (675). Ч. II. Сер. Языкознание).
2. *Журбина Е. И.* Искусство фельетона. – М. : Художественная литература, 1965. – 288 с.
3. *Журбина Е. И.* Повесть с двумя сюжетами. О публицистической прозе. – М. : Советский писатель, 1974. – 296 с.
4. *Заславский Д. И.* Истоки и пути фельетона. – М. : Огонек, 1931. – 96 с.
5. *Заславский Д. И.* Газетные жанры. – М. : ВПШ при ЦК КПСС, 1955. – 290 с.
6. *Кокорев А. и Р. К.* Литературная энциклопедия. – URL : <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclor/leb/leb-6892.htm>
7. *Кольцов М. Е.* Писатель в газете. – М. : Советский писатель, 1961. – 212 с.
8. *Курляндская С. В.* Фельетон – жанр сатирический. – М. : Рославполиграфпром, 1967. – 32 с.
9. Литературная энциклопедия: Словарь литературных терминов [Электронный ресурс]. – URL : http://literary_terms.academic.ru/663/%D0%A4%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BD

10. Малая Советская энциклопедия. – Т. 9. – М. : Советская энциклопедия, 1961. –1210 с.
11. *Цыганов О. В.* Режиссура газетного номера. – М. : Мысль, 1968. – 190 с.
12. *Aigner K.* Luke, ich bin dein Kanzler! // Wiener Zeitung. – August, 2013. – URL : http://www.wienerzeitung.at/meinungen/glossen/571711_Luke-ich-bin-dein-Kanzler.html
13. *Alvir O.* Lehrart: Zombie-Dynamik, Modul 4.2 // daStandard. – Mai, 2013. – URL : <http://dastandard.at/1369362119202/Lehrerausbildung-Zombie-Dynamik-Modul-42>
14. F.A.Z. Antragsexzellenz // Frankfurter Allgemeine. – Oktober, 2006. – URL : <http://www.faz.net/aktuell/politik/glosse-politik-antragsexzellenz-1379910.html>
15. *Hertkorn G.* Spätzünder // NRWOnline. – Februar, 2014. – URL : <http://www.nrwz.de/inhalt/glosse/Spaetzuender--00052879.html>
16. *Kinkel L.* Warum Deutsch ins Grundgesetz soll // Stern.de. – Dezember, 2008. – URL : <http://www.stern.de/politik/deutschland/glosse-warum-deutsch-ins-grundgesetz-soll-647838.html>
17. *Rother F., Voss M.* Die EM-Abrechnung mit Griechenland. Heute schenken wir euch fünf ein – und wir sagen auch, warum ihr das verdient habt // FOCUS-Online. – Juni, 2012. – URL : http://www.focus.de/finanzen/news/staatsverschuldung/die-em-abrechnung-mit-griechenland-heuteschenken-wir-euch-fuenf-ein-und-wir-sagen-auch-warum-ihr-das-verdient-habt_aid_771022.html
18. *Schneider P.* Minimum Moraliu // Sonntagszeitung. – Dezember, 2013. – URL : <http://www.sonntagszeitung.ch/home/glosse/glosse-detailseite/?newsid=270627>
19. *Sick B.* Das schmecktaber gut! // Bastian Sick. – Dezember, 2012. – URL : <http://www.bastiansick.de/kolumnen/zwiebelfisch/das-schmeckt-aber-gut>

УДК 81'42

И. К. Сескутова

канд. филол. наук, доц., проф. каф. стилистики
английского языка ФГПН МГЛУ; e-mail:seskutova@bk.ru

СЕМИОТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

В статье рассматриваются аспекты взаимодействия когнитивных и семиотических компонентов современных англоязычных публикаций на фоне межкультурного взаимодействия. Представленная модель порождения и восприятия публицистических текстов демонстрирует, что полимодальность становится имманентной чертой современного англоязычного публицистического дискурса. При этом усиливается спрос на формирование и развитие компетенций, способствующих адекватному пониманию современных публицистических форматов.

Ключевые слова: семиотика; полимодальность; публицистический; межкультурная коммуникация.

Seskutova I. K.

Candidate of Philology (PhD), Associate Professor; Professor,
the Department of English Stylistics, the Faculty of the Humanities
and Applied Sciences, MSLU; e-mail:seskutova@bk.ru

THE SEMIOTICS OF ENGLISH PUBLICIST DISCOURSE

The article discusses interrelation of cognitive and multimodal influences relevant for comprehension of contemporary publicist publications. The offered model suggests that multimodality has become a feature of English publicist articles. The fact reflects necessity to develop adequate comprehension skills to ensure the smoothness of human interaction.

Key words: semiotics; multimodality; publicist; cross-cultural communication.

Вопросы взаимодействия когнитивных и семиотических элементов современного англоязычного дискурса на фоне межкультурного взаимодействия имеют большое теоретическое и практическое значение. Данный подход, как полагают многие исследователи [2; 4; 9], отличается нетривиальностью ракурса, содержательно насыщен и обладает большим креативным потенциалом.

Сегодня, в ситуации повсеместного межкультурного взаимодействия и массового производства высказываний, языки, или (шире) системы знаков, способны к неограниченному производству смыслов и обнаруживают себя на самых разных уровнях, часто смешивая локальные

традиции и школы. Поэтому увидеть язык в действии можно, сделав шаг в сторону от привычных потоков коммуникации.

Любое направление исследования ценно тогда, когда оно углубляет наши знания и способствует познанию сущности изучаемого объекта. На новом этапе развития науки – в век мультимедийного восприятия – следует ли нам рассматривать явления гетерогенности, полимодальности англоязычного дискурса как семиотический ресурс формирования смысла? Насколько закономерным видится данное явление в контексте социальной семиотики? В контексте межкультурного общения? И в развитие данной темы зададим вопрос: просматриваются ли тенденции дальнейшего взаимовлияния различных модусов порождения высказываний при формировании значения, например газетно-публицистических текстов современного английского языка?

Идея интеграции, синтеза, комбинирования имеет, по всей вероятности, огромное практическое, культурное и научное значение. Принцип совмещения информации делает изучение процесса формирования смысла в современном гетерогенном, подчас нарушающем традиционные правила оформления текстового пространства формате – интересным и перспективным.

Данная статья посвящена рассмотрению некоторых аспектов формирования смысла в синкретических, сложных системах, использующих разнородный знаковый материал. Понятие гетерогенного текста, понимаемого в данной статье в контексте семиотики стиля вербальной и мультимодальной коммуникации, фокусирует проблему текстовой неоднородности текстового комплекса, прослеживаемой как на уровне формы, так и на уровне содержания.

Полагаем, что акцент на процессах смыслоформирования с позиций семиотической полимодальности позволяет выявить и описать целый спектр особенностей и функций современного англоязычного текстового продукта в контексте повсеместного межкультурного взаимодействия. Это может быть, с одной стороны, способность образовывать диалогическое единство, направленное на определенную аудиторию с целью выполнения иллюстративной, конкретизирующей функции. С другой стороны, можно вести речь о способности сохранять дистанцию между вербальным и визуальным элементами и тем самым создавать напряжение, приводящее к созданию новых смыслов, формированию оценки, вводу имплицитной информации,

определению тональности подачи материала, созданию эффекта компрессии и реализации экспрессивной и эстетической функций.

Итак, в нашем понимании и применительно к задачам статьи использование эффективных возможностей комплексной методологии анализа полимодальных текстов разной жанровой принадлежности, теории ментальных пространств и концептуальной интеграции, дополнение и обогащение данных направлений семиотическим анализом позволяет выявить нюансы взаимоотношения задействованных семиотических систем на содержательном уровне. Применение комплексной методики анализа предоставляет возможность проанализировать взаимоотношения составляющих гетерогенного текстового продукта в любой момент он-лайн-ового образования смысла, учесть динамический характер взаимной адаптации семиотически разнородных компонентов гибридного текста, подчеркнув тем самым прагматичность, многоуровневость, полисубъектность организации современного полимодального дискурса.

Особо следует отметить эволюционность полимодального дискурса, становящуюся очевидной ориентацию на восприятие и стремление к антропоцентричности, связь с современной социальной и психологической действительностью. Динамичность и эмоциональная насыщенность рассматриваемого явления, по-видимому, обусловлена стремлением современного автора / издателя к экспериментированию, способностью особым образом фокусировать внимание адресата и побуждать к творческому, активному и эмоционально заряженному вычитыванию и / или рассматриванию неявно выраженных смыслов.

Интерес для данной статьи представляет постоянно расширяющаяся синкретичность англоязычных сетевых публицистических материалов. Многообразие современных форматов, глубина смыслов репрезентируемой синоптической картины мира во многом связаны с техническими возможностями копировальной и множительной техники – от гектографа до ксерокса.

Модель мира, детерминированная социокультурными контекстами, межкультурными ожиданиями, нормами построения текстов того или иного типа, позволяет, таким образом, представить фрагмент действительности во многих ракурсах. Как справедливо напомнил нам историк техники А. Одрикур, «в действительности, конкретную науку характеризует *точка зрения*, а не предмет» [5, с. 13]. Каждая, например, гуманитарная дисциплина вычерчивает на одном и том

же антропологическом фоне ярко выраженную фигуру, референцию в новом разрезе. Одна и та же реальность может репрезентироваться и отдельными друг от друга планами, и совместными планами. Та или иная информация, например, может передаваться вербально посредством языковых единиц, способствуя взаимопониманию собеседников. Но информационные блоки могут транслироваться и при помощи графики, изобразительных средств, фотографии, шрифтовой вариативности и т. п., конденсируя коллективную память и расширяя тем самым горизонты «коммуникации».

Поскольку пространство нравов, языков и мифов гетерогенно и поляризовано, задача масс-медийного языка – установить личностный контакт, несмотря на отмечаемую французским философом и социологом тенденцию к физической разобщенности общающихся, сужению поля исторического сознания, ослаблению символических уз [5]. Вездесущие масс-медиа расширяют зоны мобильности. Сила масс-медийного языка и проявляется, в частности, в стремлении добиться интерактивности посредством преодоления формализации коммуникации, что, в свою очередь, обуславливает избирательность и непрерывное обновление используемых в массово-коммуникативных материалах наиболее «контактных» средств выражения [10; 11].

По мнению В. В. Дементьева, отсутствие в языке соответствующих эксплицитных категорий для выражения определенных коммуникативных значений является причиной того, что смыслы могут быть выражены «скрытыми» категориями [6, с. 29]. В этом отношении можно воспользоваться термином А. И. Смирницкого «сверхязыковой остаток» [12]. Сверхязыковой остаток можно понимать как смыслы, для передачи которых система языка не располагает лексическими и грамматическими средствами.

На изменение континуума текстов массовой коммуникации и на императив отбора наиболее «контактных» экспрессивных средств выражения обращают внимание и другие исследователи, справедливо отмечая изменение связи и зависимости между строем и составом языка и его функционированием. Например, по мнению известного языковеда, академика Российской академии образования В. Г. Костомарова, план выражения, подчиненный, в первую очередь, конструкции, часто оказывается воздействующим независимо от содержания [9, с. 201].

Если на телевидении по примеру радио, освоившего чередования слов и музыки, пауз и шума, основной акцент в чередованиях был

перенесен на столкновение обычно различно оформляемых блочных «кубиков», то в журналистской практике, в публицистике большое распространение получает новая форма овеществления текста, объединяющая в себе наряду с письменной формой обращение и к изобразительной форме воплощения информации [10].

Меняющиеся коммуникативные потребности общества и эпохи не могут не быть связаны с формированием новых стилевых конструкций, служащих своеобразной матрицей для образованного сообщества. Стремительное усовершенствование инструментов коммуникации может привести к упрощению и одновременно к усложнению всей системы передачи информации, к ее иерархизации [5].

Заметим, что картинка, рисунок, фотография, используемые как доказательства, например, в научном дискурсе, первоначально как самостоятельные конструктивные элементы текста были осмыслены в газете. То, что пальма первенства сознательного обращения к невербальной передаче смысла по праву принадлежит газете как прародительнице языка массовой коммуникации, доказано в авторитетной книге американских исследователей К. Барнхерста и Дж. Нероуне «Форма передачи новостей. Исторический ракурс» [15]. Их интерпретация объясняет, почему в практике англоязычных стран судебное заседание до сих пор может быть отражено в газете только в рисунках-экспрессемах, но не в фотографиях-стандартах.

Ученые-социологи давно отметили эту отчетливо проявляющуюся тенденцию прагматизации и интеграции всех областей жизнедеятельности научного знания современного общества.

Приведем любопытный пример: специалисты по психологии человеческого общения и несловесного (невербального) поведения, описывая современную ситуацию взаимодействия людей в различных контекстах и сферах деятельности, отмечают, что большая часть коммуникации (от 60 % до 80 %) происходит за счет невербальных средств выражения. По свидетельству А. Мейерабиана, специалиста в области невербальных символических систем, передача информации происходит за счет вербальных средств на 7 %, за счет звуковых – на 38 %, а за счет невербальных – на 55 % [14, с. 142].

Эта инверсия устоявшихся иерархий, ориентация стиля медиадискурса в его газетно-публицистической разновидности не только на содержание, но и на стремление к экспрессии, апелляция к чувствам, стремление «удержать аудиторию» ведет к совмещению

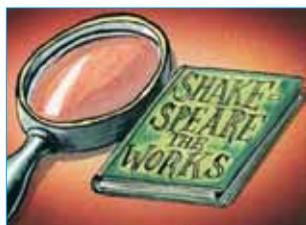
интеллектуальных и экспрессивных элементов, к кинематографическому монтажу, «к зависимости значений языковых единиц от контекста при возведенной в степень роли изобразительности» [7, с. 216].

Ученые неоднократно отмечали, что экспрессивные средства в газетно-журнальных текстах (метафоры, метонимии, перифраз, аллюзии), превращаясь в штампы, теряют эмоциональный заряд. Стремление издателей к экспрессии порождает поиски новых средств воздействия на читательскую аудиторию. Как справедливо отмечает В. Г. Борботько, расширение инвентаря передачи сообщений – слова и образы, жесты и локусы, телесный и архитектурный элементы – расцениваются как проявление процесса любыми способами установить и продолжить устойчивую связь в среде общающихся вплоть до вербально-невербального воплощения информации для обеспечения протекания коммуникативного процесса [3].

Как известно, чтобы вступить в коммуникацию, достаточно заинтересоваться. Чтобы должным образом передавать, необходимо преобразовывать, а то и преображать¹.

Будучи ограниченными рамками научной статьи, попробуем проиллюстрировать вышесказанное на нескольких примерах полимодальных форматов из современных англоязычных изданий.

Например, рассмотрим следующий контекст из редакционной статьи одного из номеров журнала *The Economist*, начало которой предстает перед читателями в следующем виде:



Monoglot Britain

God's worst linguists

*If the world is learning English,
why on earth should the British
learn the world's languages?*

The trouble with Johnny Foreigner, as the British have long remarked, is that he can't understand

¹ См., например, трактовку понятия «коммуникативное воздействие» во французской философской и социально-политической мысли: «Прекрасная поэма, идея, открытие – это не имеет определенной ценности. Если они разрушаются, прежде чем быть прочитанными, то ничего и не было. Если же они оказывают воздействие, если они цепляются за одного человека, а потом за другого, то их значение становится не-предвидимым» (*Поль Валери. Записные книжки*). Цит. по: [5, с. 27].

you. But the trouble with the British is that they can't learn his language: most of them simply cannot get the hang of all those conjugations and gerundives and adjectives that have to agree with nouns. Now, as luck would have it, the whole world seems to be learning English. Problem solved. Moreover, the British government seems to agree. Two years ago it decided to drop the requirement that all British 14–16-year-olds should study at least one foreign language. Of course, the numbers doing so went into free-fall, leading to a twinge of official concern; but a committee of inquiry is likely to advise this week that there can be no going back. Brainy Britons may master several tongues; the others will continue to converse with the rest of mankind in God's own language, English.

Как следует из примера, тексты современной англоязычной публицистики представляют собой сложное иерархическое образование. Эта внутренняя многослойность обуславливает возможность «различных» прочтений». Наличие полимодального компонента в структуре публицистического произведения, отражающего фоновые знания адресанта и адресата, усложняет смысловую структуру высказывания. Согласимся с В. Г. Адмони, что в статье, таким образом, создается особая «качественная надбавка» к свойствам системы языковой [1, с. 87]. М. Н. Кожина называет данное явление «двойной системностью», внутриязыковой и коммуникативно-функциональной [8, с. 11].

Результирующая имплицитная информация [13] усложняет процесс вывода смысла адресатом, функция чисто номинативная усложняется эмоциональной оценочностью и коммуникативно-функциональной перспективой, во многом определяющимися не только языковыми значениями, но и экстралингвистическими знаниями получателя информации.

Приведем пример публицистической статьи из американского журнала *The New Yorker*, начало которой предстает перед читателями издания в следующем виде:

Writing And Winning
by Adam Gopnik October 18, 2010

Ngugi wa Thiong'o? Juan Goytisolo? Adonis? Over the past several weeks, some version of this list was muttered, usually to a silent spouse in the middle of the night, by insomniac writers contemplating another Nobel Prize about to



go where it shouldn't; i.e., to someone other than themselves. (Not that winning puts out the competitive fires. Saul Bellow, who won the Nobel for literature in 1976, was said to have grown wistful every October after that, because you can win it only once.) Nor is the muttering restricted to the *papabili* who make the short list; pretty much every living writer with a word processor thinks that he or she has a shot at winning. (Edmund Wilson reports that our own James Thurber longed for it to go, just once, to a humorist; predictably, he never got anywhere near the podium.)

Включение «символического значения» *лаврового венка* как символа победителя – лауреата Нобелевской премии в области литературы, в нашем случае, в канву повествования как «контейнера» культурно более ценного, содержания [7] имеет целью повысить коммуникативно-прагматическую направленность текста, семантически обогатив его.

Автор уникальной семиотической теории и методологии Ю. М. Лотман писал, что, представляя собой один из наиболее устойчивых элементов культурного континуума, символ образует тот смысловой резерв, который позволяет ему «вступить в неожиданные связи, меняя свою сущность и деформируя непредвиденным образом текстовое окружение» [7, с. 242].

Символ, картинка, рисунок выступают как нечто неоднородное окружающему их текстовому пространству, как посланцы других текстов, а, с другой стороны, изображение активно коррелирует с социокультурным контекстом публикации, трансформируется под его влиянием и само его трансформирует.

Итак, мы полагаем, что представленная выше модель понимания современных англоязычных публицистических форматов позволяет говорить о перспективности разработки подходов к изучению функционально-стилевого разнообразия форматов полимодальных текстов с точки зрения применения технологии сочетания языковых и неязыковых выразительных средств на фоне межкультурного взаимодействия.

Полимодальность, по всей видимости, становится имманентной чертой современного англоязычного публицистического дискурса.

Данное обстоятельство усиливает спрос на формирование и развитие релевантных компетенций, способствующих адекватному пониманию текстов англоязычной публицистики в процессе межкультурного взаимодействия в частности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Адмони В. Г.* Система форм речевого высказывания. – СПб. : Наука, 1994. – 151 с.
2. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М. : АCADEMIA, 2003. – 128 с.
3. *Борботько В. Г.* Принципы формирования дискурса. От психолингвистики к лингвосинергетике. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 288 с.
4. *Волоскович А. М.* Когнитивные и семиотические аспекты взаимодействия компонентов полимодального текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2012. – 26 с.
5. *Дебре Р.* Введение в медиологию. – М. : Практис, 2009. – 368 с.
6. *Дементьев В. В.* Непрямая коммуникация. – М. : Гнозис, 2006. – 376 с.
7. *Лотман Ю. М.* Семиясфера. – СПб. : Искусство, 2004. – 704 с.
8. *Кожина М. Н.* О соотношении стилей языка и стилей речи с позиций языка как функционирующей системы // Принципы функционирования языка в его речевых разновидностях. – Пермь : Перм. ун-т, 1984. – С. 3–18.
9. *Костомаров В. Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М. : Гардарики, 2005. – 288 с.
10. *Сескутова И. К.* Многомерность коммуникативного пространства современного медиадискурса // Стилистика и проблемы контекста – М. : Рема, 2009. – С. 70–81. – (Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та, вып. 573. Сер. Языкознание).
11. *Сескутова И. К.* Социокультурная динамика в коммуникативном пространстве публицистического текста (на материале англо-американской публицистики) // Философские проблемы межкультурного диалога: теория, история и практика. – М. : Рема, 2011. – С. 185–194. – (Вестн. Мос. гос. лингвист. ун-та, вып. 617. Сер. Философия и культура).
12. *Смирницкий А. И.* Объективность существования языка // История советского языкознания: Хрестоматия : сост. Ф. М. Березин. – М. : Высшая школа, 1981. – 351 с.
13. *Сорокина Т. С.* Семиотическая природа естественного языка в свете теории инференции // Семиотическая гетерогенность языковой коммуникации: теория и практика. – М. : Рема, 2012. – С. 246–257. – (Вестн. Мос. гос. лингвист. ун-та, вып. 19 (652). Сер. Языкознание).
14. *Тхорик В. И., Фанян Н. Ю.* Лингвокультурология и межкультурная коммуникация. – М. : ГИС, 2006. – 260 с.
15. *Barnhurst K. G., Nerone J.* The Form of News. A History. – N.Y. : Guilford Press, 2001. – 326 p.
16. The Economist. – URL : <http://www.economist.com/node/8413018>
17. The New Yorker. – URL : http://www.newyorker.com/talk/comment/2010/10/18/101018taco_talk_gopnik

УДК 81'42

Е. А. Сухоруков

соискатель каф. лексикологии и стилистики немецкого языка МГЛУ;
e-mail: jewgenij-su@yandex.ru

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ
«ФОЛЬКЛОРНАЯ – ЛИТЕРАТУРНАЯ – АВТОРСКАЯ СКАЗКА»
(на примере современных экологических авторских сказок)

Данная статья описывает жанровые особенности фольклорной и литературной сказки. Для каждого жанра определены отличительные признаки. Из жанра литературной сказки выделяется авторская сказка. Литературная сказка рассматривается как самостоятельный жанр. Его характеризуют: ярко выраженное игровое начало, опора на фольклор, наличие образа автора и некоторые другие признаки.

Ключевые слова: сказка; фольклорная сказка; литературная сказка; авторская сказка; жанр; композиция; стилистические приемы; игровое начало; сюжет; автор.

Sukhorukov E. A.

Postgraduate Student, the Department of German Lexicology and Stylistics, the Faculty of the German Language, MSLU; e-mail: jewgenij-su@yandex.ru

A CORRELATION AMONG
“FOLK – LITERARY – AUTHOR’S FAIRY TALE”
(Based on Contemporary Ecological Author’s Fairy Tales)

The article describes the distinguishing genre features of the folk and literary fairy tale, with each of them having different characteristics. The author’s fairy tale stands out against the genre of literary fairy tale. The latter is considered as an independent genre characterized by a strongly pronounced, playful beginning, folk basis, the image of the author, and other features.

Key words: fairy tale; folk fairy tale; literary fairy tale; author’s fairy tale; genre; composition; stylistic devices; playful beginning; plot; author.

Понятия «фольклорная сказка», «литературная сказка» и «авторская сказка» тесно связаны друг с другом. Если отличие фольклорной сказки от авторской лежит в самом названии, то граница между фольклорной сказкой и литературной или литературной сказкой и авторской подвижна, и ее достаточно сложно определить.

Современные гуманитарные науки достаточно глубоко и полно изучили фольклорную сказку и связь литературной сказки со

стилистикой и сюжетами народного творчества. Однако проблема детального изучения свойств, характерных жанру литературной сказки, и признаков литературной сказки остается на сегодняшний день до конца не решенной. Причина этого отчасти заключается в том, что тщательно изучались лишь лучшие образцы жанра литературной сказки, сказки известных авторов, а литературные произведения писателей не столь известных и популярных оставались без достаточно внимания литературной науки.

Принято считать, что в 1748 г. А. П. Сумароков ввел в обиход термин «сказка». Термин был заимствован из французского (*conte*) и в переводе имеет двоякое жанровое значение («сказка» и «рассказ», «новелла»). Это породило последующую теоретико-литературную интерпретацию сказочного жанра в двух направлениях: выведение литературной сказки из фольклорного архетипа; разграничение сказки фольклорной и литературной.

Важным этапом литературной теории и практики сказки стало выделение в эстетических трактатах начала XIX столетия главного жанрового признака сказки, объединяющего ее устные и письменные модификации. Сказка была определена как повествование о вымышленном происшествии и окончательно разведена с повестью и романом как тип произведения, основанного на народных рассказах и «несбыточных чудесностях», т. е. получила статус литературного жанра, использующего фольклорные источники. Поэтику сказки любого вида и происхождения в значительной мере определяет нарочитый вымысел, и это основополагающий ее признак. Л. В. Чернец указывает на особую роль читателя как участника литературного процесса, на «влияние жанровых ожиданий читателей на творчество писателя как постоянно действующую в литературе закономерность» [5, с. 10]. Установка на вымысел является основным ожиданием читателя от жанра сказки.

Как отмечалось выше, понятие «литературная сказка» недостаточно проработано в современной литературной науке. Так, например, в «Краткой литературной энциклопедии» статья «Сказка» полностью посвящена фольклорной сказке, литературная же едва упомянута [6, с. 281]. Нет отдельного упоминания о литературной сказке также в «Словаре литературоведческих терминов» [8, с. 302] и «Литературном энциклопедическом словаре» [7, с. 418]. Л. Ю. Брауде пишет по этому поводу: «Порой, понятия “народная” и “литературная” сказка

не дифференцируются вообще, и слово “сказка” употребляется, когда речь идет как о первой, так и о второй» [2, с. 5].

В данном исследовании необходимо подробно остановиться на различиях фольклорной и литературной сказки. Фольклорная сказка представляет эпический жанр письменного и устного народного творчества: прозаический устный рассказ о вымышленных событиях в фольклоре разных народов. Вид повествовательного, в основном прозаического фольклора (сказочная проза), включающий в себя разножанровые произведения, тексты которых опираются на вымысел. Фольклорная сказка отвечает трем требованиям фольклорной бытийности (общефольклорные признаки), как: *устность; коллективность; анонимность.*

Во второй половине XX в. появилось несколько определений жанра литературной сказки. Наиболее точным и релевантным для нашего исследования является определение жанра, данное Л. Ю. Брауде: «Литературная сказка – авторское, художественное прозаическое или поэтическое произведение, основанное либо на фольклорных принципах, либо сугубо оригинальное; произведение преимущественно фантастическое, волшебное, рисующее чудесные приключения вымышленных и традиционных сказочных героев и в некоторых случаях ориентированное на детей; произведение, в котором волшебство, чудо играет роль сюжетобразующего фактора, служит отправной точкой характеристики персонажа» [1, с. 234].

Серьезная проблема содержится уже в первой части этого определения. Можно ли считать, например, сказки братьев Grimm авторскими? Они созданы на фольклорной основе, но несут, однако, заметный отпечаток личности собирателей. В таких случаях трудно определить четкую границу между записью фольклорной сказки и сказкой авторской, литературной. Однако эта граница существует. Она состоит в наличии или отсутствии авторского замысла, индивидуальной концепции произведения. Согласно этому критерию, среди сказочных текстов можно выделить: *запись фольклорной сказки (которая может быть дословной или менее точной), литературная обработка фольклорной сказки и собственно авторская сказка.* Тогда сказки братьев Grimm можно отнести ко второму разряду.

Итак, литературные сказки неоднородны по своей жанровой природе, что отражено в приведенном определении Л. Ю. Брауде.

Литературные сказки могут быть основаны на фольклорном материале, а могут быть плодом авторского вымысла, и это определяет принципиальную разницу между двумя жанровыми разновидностями. Данная работа рассматривает произведения, которые можно отнести к оригинальным авторским сказкам.

Определим основные различия и сходства между фольклорной и литературной сказкой. Литературная сказка характеризуется двойственностью (устное сказание фиксируется письменно). Она опирается на древнейшие архетипы, ориентирована не только на жанры народной сказки, но и на ассимиляцию элементов предшествующей культурной традиции (литературные сказки предшественников и «классиков» жанра). В ней также используются идейные принципы и сюжетно-композиционные модели повести, философского романа, утопии, притчи, басни и других литературных жанров. Как утверждает М. Н. Липовецкий, «в целом художественные миры литературных сказок всегда формируются в результате взаимодействия волшебносказочной жанровой памяти с моделями мира, свойственными “новым” жанрам» [3, с. 48].

Литературная сказка свободна в совмещении мифологических элементов, традиций фольклорных сказок, а также легенд, преданий и т. п., поскольку авторы нового времени имеют возможность творчески опираться на все достижения прошлого. Разные исследователи выделяют различные признаки в жанре литературной сказки. Литературная сказка может быть основана на фольклорных, мифологических, эпических источниках. Она может являться плодом воображения писателя и в любом случае подчинена его воле. Чудеса и волшебство помогают выстроить в сказке сюжет, охарактеризовать персонажей, воплотить их идеи и мечты.

Л. В. Овчинникова классифицирует литературные сказки на *фольклорно-литературные* и *индивидуально-авторские*. Каждый сказочный жанр отличается своеобразием художественного вымысла и повествовательной формы, оригинален по происхождению, характеризуется особыми, только ему присущими типами героев и самостоятельным кругом сюжетов [4, с. 92].

В литературе, как и в фольклоре, сказки различаются:

- *по тематике*: о животных, волшебные, бытовые;
- *по пафосу*: героические, лирические, юмористические, сатирические, философские, психологические;

- по близости к другим литературным жанрам: сказки-новеллы, сказки-повести, сказки-притчи, сказки-пьесы, сказки-пародии, научно-фантастические сказки, сказки абсурда.

Авторская сказка далека от фольклорного первоисточника. Подлинная авторская сказка – абсолютно самостоятельное литературное произведение с оригинальным художественным миром и со своей эстетической концепцией. Это произведение, которое не только в сюжетном (композиционном) отношении ничем не повторяет фольклорную сказку, но даже «черпает» образный материал из литературных или иных фольклорных источников.

Сюжеты и композиция авторской сказки в значительной степени подчиняются воле и фантазии автора. Для авторской сказки характерно необычное начало, далекое от фольклорной традиции, больше напоминающее по жанру произведение реалистического характера. Автор сказки наделяет героев индивидуальностью, которую в фольклорной сказке встретить невозможно. Например, вот как начинается сказка «Die kleine Reise vom Joghurtbecher» – «Маленькое путешествие стаканчика из под йогурта»:

Es war einmal ein kleines Mädchen. Sie lebte mit ihrem Bruder und ihren Eltern in einer Stadt in einem Reihenhause. Ihr Name war Lena. Lena war sehr ordentlich. – *Жила-была маленькая девочка. Она жила со своим братом и родителями в доме типовой застройки. Ее звали Лена. Лена была очень прилежной.*

Или вот начало сказки «Ein Fruchtzweig findet Freunde» – «Фруктовый гномик ищет друзей»:

Es war einmal ein kleines Mädchen, die durfte mit ihrer Mutter einkaufen gehen. Seit Tagen wartete sie schon darauf, denn die Mutter hatte ihr versprochen, dass sie sich einen Fruchtzweig kaufen dürfte, den aß sie so gerne. – *Жила-была маленькая девочка, которую мама однажды взяла с собой в магазин за покупками. Уже несколько дней она ждала этого, так как мама обещала ей купить фруктового гномика, которого она так любила.*

Для фольклорной сказки скорее характерны постоянство функций, обобщение и лаконичность характеристики героев. Даже закон счастливого конца, очень важный для сказки вообще, в авторском произведении часто становится неоднозначным, с привкусом жизненной горечи. Вот, например, конец сказки «Der Sauber – Zauber» – «Волшебство чистоты»:

Deshalb beschloss es sich, Verbündete zu suchen. Er packte seinen Zauberkegel und seinen Zauberstab, setzte sich seinen Zauberhut auf und wanderte in die weite Welthinaus. Und wisst ihr, wen er dabei fand?! Euch! – *Поэтому решил он искать друзей-помощников. Он взял с собой свой волшебный шар и волшебную палочку и отправился путешествовать по белу свету. И знаете, кого он нашел?! Вас!*

Можно сделать вывод, что авторская сказка создается конкретным автором, в каноничной письменной форме, образ героя индивидуализирован, а сюжет не ограничен какими-либо мотивами.

Несмотря на существенные отличия литературной и фольклорной сказок, наблюдается проникновение фольклорного жанра в литературную сказку. Как было отмечено выше, фольклорные сказки принято разделять на сказки о животных, волшебные и бытовые. Все вышеупомянутые сказочные жанры находят свое отражение и в литературной сказке. Примечательно то, что в литературной сказке фольклорные сказочные жанры могут сочетаться друг с другом. На примере исследуемых современных экологических сказок это отчетливо видно. Так, экологическая сказка – бытовая. Пример некоторых сценариев развития сказки: мусор, небрежно выброшенный людьми, вредит животным, и они борются с ним, или один из героев превращается в животное и изнутри видит проблему и помогает ее решить. Вот примеры из сказок «Der vermüllte Wald» – «Загрязненный лес»:

Damit du, Denis, einmal selbst erlebst, wie sich die Tiere fühlen mit eurem Müll und deiner Boshaftigkeit verwandele ich dich in eine kleine Maus. Und sei es so, wenn du den Tieren und dem Wald in ihrer Not hilfst, löst sich der Zauber! – *Чтобы ты, Денис, сам пережил, что чувствуют животные из-за вашего мусора и твоего зла, превращу я тебя в маленькую мышку. И пусть будет так, когда ты животным в их беде поможешь, снимется заклинание.*

Или в сказке «Als die Tiere dem Müll eine Ende bereiteten» – «Как животные покончили с мусором»:

Als die Tiere bei der Versammlung eingetroffen waren, wartete Hirsch um Ruhe. Er wollte wissen, ob jemand einen Vorschlag hatte, wie man die Sache mit dem Müll in den Griff bekommen könnte. – *Когда звери пришли на собрание, лось долго ждал тишины. Он хотел знать, есть ли у кого-нибудь предложение, как можно решить проблему мусора.*

Однако связью с конкретными фольклорными жанрами жанровое своеобразие литературной сказки не ограничивается. Наряду с глубинными, сущностными, элементами, отраженными в тексте, в литературной сказке присутствуют и легко узнаваемые элементы фольклорной сказочной поэтики: сюжеты волшебных испытаний, отдельные сюжетные мотивы, система образов, устойчивые функции персонажей (например, как в вышеупомянутой сказке «Der vermüllte Wald», добрая фея превращает Дениса за его зло в мышь, и только добро может снять заклинание), интонационно-речевой строй либо отдельные тропы, стилистические клише и т. п. Например, практически все сказки начинаются так: «Eswareinmal...» – «Однажды...», а вот типичный сказочный конец:

Die Tiere lebten nun glücklich und zufrieden in dem wunderschönen Wald. – *Животные жили теперь радостно и счастливо в чудесном лесу.*

Литературная сказка, в отличие от фольклорной, является жанром индивидуального, а не коллективного творчества. Общежанровому единообразию фольклорной сказки противостоит индивидуальное разнообразие сказок писателей. В основе литературной сказки находится особое авторское мировоззрение, умение не только и не столько стилизовать сказочные приемы, а выразить принадлежность к нравственно-философским принципам, которые основаны на гармонии чувственного и эстетического и составляют суть народного творчества в целом. Любая сказка, безусловно, отражает нравственные нормы, социально-политические проблемы и пристрастия того времени, в котором живет автор, а также своеобразие его творческой личности. Фольклорная сказка не знает категории «образ автора» (речь идет о рассказчике, сказочнике). Именно авторская позиция, ярко выраженная в литературной сказке, позволяет идентифицировать заимствования из идейно-эстетической системы фольклорной сказки. При этом учитываются ориентация на определенного слушателя и его восприятие, эффект жанрового ожидания, отношение к чуду и его мотивировкам.

Суммируя сказанное, можно сделать вывод, что литературная и фольклорная сказки различаются по следующим параметрам: по генезису – литературная сказка создается одним автором, фольклорная же представляет собой результат коллективного творчества; по форме повествования – литературная сказка существует только в письменной форме, в одном строго зафиксированном варианте, фольклорная

изменяется даже тогда, когда она пересказывается одним и тем же рассказчиком; по содержанию литературная сказка характеризуется большим разнообразием сюжетов, указывающих на ее связь с реальной действительностью; по композиции она характеризуется менее строгими правилами построения, нежели фольклорная сказка; по объему литературная сказка может быть как короткой, так и довольно длинной, тогда как фольклорная сказка, как правило, всегда короткая; по языку – в литературной сказке редко используются традиционные сказочные формулы, в ней более сложный синтаксис, богаче лексика, встречаются индивидуальные тропы вместо традиционных, характерных для фольклорной сказки. Итак, литературную и фольклорную сказку рассматривают, несмотря на их взаимосвязь, как два самостоятельных жанра.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брауде Л. Ю. К истории понятия «литературная сказка» / Известия АН СССР. Сер. лит. и яз. – Т. 36. – № 3. – 1997. – С. 71–268.
2. Брауде Л. Ю. Скандинавская литературная сказка. – М. : Наука, 1979. – 208 с.
3. Литовецкий М. Н. Поэтика литературной сказки. – Свердловск : Урал. ун-т, 1992. – 183 с.
4. Овчинникова Л. В. Русская литературная сказка XX века. История, классификация, поэтика. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 312 с.
5. Чернец Л. В. Литературные жанры (проблемы типологии и поэтики). – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 192 с.
6. Краткая литературная энциклопедия / Т. 6. Присказка. – М. : Советская Россия, 1971. – 1040 с.
7. Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.
8. Словарь литературоведческих терминов / сост. Л. Тимофеев, С. Тураев. – М. : Просвещение, 1974. – 512 с.

УДК 811.111-26

Р. Р. Тазетдинова

канд. филол. наук, доц. каф. английского языка
Института филологического образования и межкультурных коммуникаций
ГОУ ВПО «Башкирский Государственный Педагогический Университет
им. М. Акмуллы»; e-mail: adremr@rambler.ru

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

В рамках коммуникативного подхода в статье по-новому представлена структура языковой личности, разработанная Ю. Н. Карауловым. В различные моменты коммуникации по очереди, а иногда и в пределах одного высказывания, могут проявляться три эго-состояния говорящего: Родителя, Взрослого и Дитя. Возможно изучение вербального, концептуального и прагматического аспекта каждого эго-состояния.

Ключевые слова: языковая личность; психологическое состояние; речевая коммуникация; внутренний конфликт; пропозиция; смысловой анализ; ситуационный анализ.

Tazetdinova R. R.

Candidate of Philology (PhD); Associate Professor, the Department of the English Language, the Institute of Philological Education and Cross-Cultural Communication, FSFEI HPE "M. Akmullah Bashkir State Pedagogical University"; e-mail: adremr@rambler.ru

A PSYCHOLOGICAL FRAMEWORK FOR THE LINGUISTIC PERSONALITY

The article reconsiders the notion of the language personality developed by Y. N. Karaulov. A linguistic personality can assume three communicative roles – those of an adult, a parent, and a child – which may be performed all at a time or one after another. The structure of each communicative role can be studied on semantic, conceptual, and pragmatic linguistic levels.

Key words: linguistic personality; ego-state; communication; inner conflict; proposition; analysis of meaning; situational analysis.

В данной статье предлагается новый подход к определению структуры языковой личности. Языковая личность как «личность, отраженная в языке и речи», не является неким застывшим конструктом, а характеризуется как постоянными, инвариантными признаками, так и дискретными, вариантными чертами. В структуре одной языковой личности (далее – ЯЛ) мы видим взаимодействие трех составляющих,

трех эго-состояний. Изучая общение людей, американский психиатр Эрик Берн выделил три психологических типа личности – Родитель, Взрослый, Ребенок [1, с. 14–19]. Отметим, что здесь очевидно прослеживается связь концепции Э. Берна с теорией З. Фрейда о структуре человеческого сознания, тоже состоящей из трех частей. Предполагается, что состоянию *ид* соответствует роль *Ребенка*, *эго* – *Взрослого* и *суперэго* – *Родителя*. В статье мы придерживаемся терминологии Э. Берна, так как полагаем, что представление ЯЛ в роли взрослого, родителя или ребенка акцентирует ее деятельностную сторону и позволяет более наглядно представить ее коммуникативное поведение, а также успешно интерпретировать ее мотивы, цели и установки при взаимодействии с окружающим миром. Мы полагаем, что все три эго-состояния содержатся в свернутом виде в языковой личности и по очереди, а иногда и вместе проявляются в коммуникативной личности. Пример взаимодействия эго-состояний по-Берну [1, с. 25]:

Продавец: Этот фасон, конечно, лучше, но он слишком дорог для вас.

Покупательница: Как раз он мне и подходит.

Продавец в состоянии Взрослого (далее – В) обращается к В покупательницы и утверждает, что данный фасон лучше, и вещь слишком дорогая для нее. Казалось бы, ожидаемый ответ клиентки тоже должен быть в состоянии В: «Конечно, вы правы». Но в этом и состоял тайный психологический вектор, точно направленный опытным Взрослым продавца к Ребенку (далее – Д, от слова «дитя») покупательницы – она принимает решение, подсказанное ее Ребенком; пропозиция: «Я докажу этому нахалу, что я в состоянии расплатиться за покупку». Продавец же принимает этот ответ за решение ее Взрослого, осознанно решившегося на покупку.

Из примера мы видим, что взаимодействие эго-состояний проявляется в ситуации общения. Назовем единицу общения транзакцией (по Берну), которая состоит из стимула – высказывания, направленного участнику / участникам коммуникации, и из ответа адресата на полученный стимул, назовем его транзакционной реакцией. Поскольку транзакция есть обмен неким набором реплик, будем считать такое сверхфрагментное единство мини-текстом, в котором, вслед за И. Р. Гальпериным, находим содержательно-фактуальную, содержательно-подтекстовую и содержательно-концептуальную информацию [3, с. 27–28].

Содержательно-фактуальная информация (далее – СФИ) содержит сообщения о фактах, событиях, процессах, происходящих, происходивших, которые будут происходить в окружающем нас мире, действительном и воображаемом.

Содержательно-подтекстовая информация (далее – СПИ) представляет собой скрытую информацию, которую можно извлечь из СФИ благодаря способности единиц языка порождать ассоциативные и коннотативные значения, а также благодаря способности предложений внутри сверхфразового единства (далее – СФЕ) приращивать смыслы.

Содержательно-концептуальная информация (далее – СКИ) складывается из индивидуально-авторского понимания отношений между явлениями, описанными средствами СФИ, их причинно-следственных связей, их значимости в социальной, экономической, политической, культурной жизни народа, включая отношения между отдельными индивидуумами, их сложного психологического и эстетико-познавательного взаимодействия.

В рамках изучения феномена ЯЛ интерпретация СФИ и СПИ воссоздает ее вербально-семантический уровень. Что касается СКИ, то представляется, что индивидуально-авторское понимание отношений между событиями и фактами образует локальный уровень данной информации; понимание причинно-следственных связей между явлениями, описанными средствами СФИ, структурирует ее глобальный уровень. В нашем понимании локальная СКИ наполняет лингвокогнитивный уровень ЯЛ, глобальная СКИ – прагматический.

Вербально-семантический уровень воссоздается посредством смыслового анализа СФИ, направленного на выявление прямых и косвенных смыслов языковых единиц высказывания. Он включает:

- 1) синтаксический анализ высказываний (определение структурного и коммуникативного типа предложения);
- 2) морфологический анализ (частиречная характеристика лексем в предложении, например определение типа глаголов (модальные или простые), формы, времени, лица, числа, залога);
- 3) стилистический анализ (реализуется прямое / не прямое) значение слов в составе высказывания).

При описании СПИ применяется контекстуальный анализ для проникновения в содержательный объем высказывания и определения

значимости и значения той или иной лексемы, фразы во всем контексте. СПИ представляет собой модальную рамку, отражающую отношение говорящего к сообщаемому факту реальной или воображаемой действительности. Модальная рамка, как правило, проявляется эксплицитно через использование определенных коммуникативных и структурных типов предложения, форм наклонения, лексических и грамматических средств (модальных глаголов и выражений, словообразовательных и окказиональных средств).

Лингвокогнитивный уровень воссоздается посредством ситуационного анализа, на уровне которого выявляется локальная СКИ. Его суть заключается в том, что в качестве единицы анализа выбирается минимальная текстовая ситуация как неразложимое образование «стимул-реакция»; цель – распознавание глубинного уровня концептуальной семантики, определение пресуппозиции и пропозиции высказывания, определение его коммуникативной (иллокутивной) цели. Кроме того, учитывается культурно-специфичная информация лексем в составе высказывания, содержащаяся в лингвокультурных концептах, прецедентных феноменах, этнокультурных стереотипах, символах, образах и др. Выявление СКИ на локальном уровне базируется уже не на языковых, а на экстралингвистических знаниях реципиента, его фоновых знаниях о мире, страноведческих знаниях, знаниях культурных ценностей и особенностей как своего, так и иноязычного менталитета. Таким образом, анализ локальной СКИ направлен на перенос смысла сообщения, заложенного в него автором, в систему знаний, оценок, предшествующего опыта его реципиента.

Прагматический уровень постигается путем интерпретационного анализа глобальной СКИ и представляет собой творческое переосмысление отношений, фактов, событий, процессов, происходящих в обществе и представленных автором в созданном им воображаемом мире. При этом активизируются области знаний, фреймы или сценарии, необходимые для смысловой интерпретации высказывания, определяется замысел СФЕ. Такое восприятие содержания тесно переплетается с общей и частной теорией коммуникации. Сначала читатель старается уловить смысл сказанного в отдельных частях текста, далее из этих смыслов он улавливает общее содержание текста, что требует от читателя накопленного опыта, который подсказывает ему мотивы, установки автора, основную идею произведения.

Таким образом, СКИ зачастую не выражена эксплицитно, что, как отмечает И. Р. Гальперин, дает возможность разных толкований сказанного нашим визави. Лингвистическая природа понимания / непонимания смысла и замысла речевого сообщения обусловлена, с одной стороны, лингвистическими (например, знанием / незнанием норм языка, культурноспецифичных языковых средств) и экстралингвистическими (адекватностью / неадекватностью взаимопонимания коммуникантов, их фоновыми знаниями) факторами, с другой – уровнем владения способами декодирования того или иного эго-состояния коммуниканта. Правильная трактовка психологического состояния собеседника способствует определению верных, конструктивных тактик поведения, воспитанию социальной толерантности личности.

В лингвистическом ракурсе мы можем использовать полученную информацию следующим образом. Вербально-семантический уровень состояния Дитя состоит из предикатов *хочу, нравится, не буду делать* и т. д.; Взрослый – *целесообразно, полезно*; Родитель – *должен, нельзя*. Лингвокогнитивный и прагматический уровни языковой личности в состоянии Дитя – это наши желания, потребности, влечения, часто импульсивные. Здесь радость, интуиция, творчество, фантазия, любознательность; но здесь же и страхи, капризы, недовольство. Состояние Взрослый необходимо для эффективного взаимодействия с окружающей средой, когда индивид должен перерабатывать информацию и рассчитывать вероятности. Функция Родителя – автоматически реагировать на внешние раздражители, что освобождает Взрослого от принятия рутинных обыденных решений по причине того, что «так принято», что часто удерживает нас от опрометчивых поступков. Прагматическая особенность Родителя – реализовывать запретительные установки, например «Никогда не знакомься на улице»; «Не вступай в брак до тех пор, пока не получишь высшего образования». Взрослый выступает посредником между Родителем и Дитя и контролирует их действия. Способность реципиента понимать автора сообщения, вести с ним «диалог» и далее – читателя с автором-языковой личностью, зависит от его жизненного опыта, литературной эрудиции, вкуса, от его навыка критического отношения к прочитанному вплоть до склада характера. В основе этой способности лежит общее понимание структурных параметров сообщения / текста, что помогает извлечь СФИ и СПИ, а значит, воссоздать вербально-семантический уровень

ЯЛ. При исследовании понятия языковой личности целесообразно прежде всего опираться на общенаучный индуктивно-эмпирический принцип ввиду ее сложной и многоаспектной сущности.

В приведенном ниже отрывке из рассказа Р. Брэдбери «Попрыгунчик» словами тринадцатилетнего Эдвина описывается пейзаж, увиденный им впервые в жизни с башни своего дома:

For the first time he stood high over the windy chestnuts and elms and as far as he could see was green grass, green trees, and *white ribbons on which beetles ran*, and the other half of the world was blue and endless, with the sun lost and dropping away in an incredible *deep blue room* so vast he felt himself fall with it, screamed, and clutched the tower ledge, and beyond the trees, beyond the white ribbons where the beetles ran he saw things *like fingers sticking up*, but he saw no Dali-Picasso terrors, he saw only some *small red-and-white-and-blue handkerchiefs* fluttering high on great white poles (Курсив наш. – Прим. Р. Р.).

...Впервые за тринадцать лет затворничества Эдвин смотрел вверх каштанов и вязов; повсюду, насколько хватало глаз, зеленели трава и деревья, лежали *белые ленты*, по которым *бегали жуки*, другая же половина мира была голубая, бескрайняя, с солнцем в самой середине, и походила она на *голубую комнату* невероятной глубины. Среди такого простора у Эдвина закружилась голова, он, вскрикнув, оперся о подоконник и разглядел далеко за деревьями, за белыми лентами, по которым бегали жуки, *некое подобие вертикально поднятых пальцев*, однако никаких дали-пикассовских тварей нигде не было. И еще плескались на слабом ветру *красно-бело-синие платки*, привязанные к *высоким белым шестам* [2, с. 124].

За все тринадцать лет своей жизни Эдвин видел только внутреннее убранство дома, так как мать запрещала ему выходить на улицу. Поэтому для названия незнакомых предметов он подбирает аналогичные, схожие по признаку предметы. Так, открывшуюся панораму он называет большой голубой комнатой, дороги – «какими-то белыми лентами», автомобили – жуками; шесты – пальцами, флаги – красно-бело-синими платками. В данном случае мы наблюдаем не позицию Дитя в структуре личности Эдвина, а его Взрослого, поскольку описание увиденного есть отражение восприятия реальной ситуации, пусть и своими словами.

Исходя из того, какое эго-состояние говорящего управляет стимул и какое ответственно за реакцию, выделяются дополнительные и пересекающиеся транзакции [1, с. 19–25]. Во время дополнительной

транзакции коммуниканты общаются по прямой линии, например, В – В, Р – Р, Д – Д, при этом проблем в коммуникации не возникает, и общение длится долго. Во время перекрещивающейся транзакции (Р – Д, Д – В и т. п.) общение прекращается и может развиваться коммуникативный конфликт, например [4, с. 46–49]:

Покупатель (П): Вы мне не скажете, сколько стоит килограмм колбасы? (В – В).

Продавец (Пр): У вас что, глаз нет? (Р – Д).

Далее, исходя из того, в каком эго-состоянии находится один из собеседников, коммуникация может проходить в двух направлениях. Первое направление – если Родитель покупателя слабенький, его Ребенок обидится, и он уйдет из магазина без покупки. Но если его Р не менее мощный, чем Р Продавца, то диалог пойдет следующим образом:

П.: Она еще спрашивает, есть ли у меня глаза! Не знаю, будут ли они сейчас у тебя! Знаю я, чем вы занимаетесь, пока я вкальваю! (Р – Д).

Пр.: Ишь, какой деловой! Встань на мое место! (Р – Д).

В этой ситуации Покупатель видит себя пострадавшей стороной. Но он может с честью выйти из такого положения, зная о трех эго-состояниях ЯЛ:

П.: Да, у меня действительно нет глаз. А у вас чудесные глаза, и сейчас вы мне скажете, сколько стоит килограмм колбасы. (Д – Р) (*Продавец в растерянности называет цену товара.*)

Смысловый и ситуационный анализ поступков коммуникантов выявляет, что часто в общении проявляются сразу три эго-состояния; транзакции бывают перекрещивающимися, что свидетельствует о конфликтной ситуации. На вербально-семантическом уровне конфликтные речевые действия могут быть выражены как в речи персонажей, так и в авторской речи художественных произведений; они имеют различную текстовую протяженность и содержатся практически во всех типах речевых актов. Лингвистическими маркерами конфликта выступают лексические (лексемы, описывающие психоэмоциональные состояния угрозы, тревоги, раздражения, сомнения, паники, смущения, боли, стыда и т. д.; низкооценочная лексика, пейоративы, метафора, сравнение, противительные союзы и др.), грамматические (синтаксические повторы, двойное или множественное отрицание, риторический вопрос, определенная модальная рамка высказывания).

Помимо вербальных средств, экспликаторами меж- и внутриличностных конфликтов выступают паралингвистические средства, к которым относятся просодика, молчание и паузы как коммуникативные акты, междометия, нечленораздельные звуки, произносимые человеком, вербализованные физиологические реакции и экспрессия тела.

Рассмотрим ролевые ипостаси языковой личности Х. Колфильда в романе Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи». В разговоре со своей сестренкой Фиби герой рассеян и почти не слушает ее. Она упрекает его в этом:

You can't even think of one thing (P – Д).

Он возражает:

Yes, I can... I like Allie... And I like... sitting here with you, and talking (роль Ребенка).

Но сестра резонно замечает, что их брат Элли умер (В – Д). Здесь Холден бурно реагирует на ее замечание:

I know he's dead! I can still like him, can't I? (Д).

В следующем предложении выражается та же мысль, но уже с позиции Взрослого:

Just because somebody's dead, you don't stop liking them...

Однако сестренка, желая убедить своего брата, что он не может серьезно думать ни о чем, продолжает «допрос»:

Name something you'd like to be. Like a scientist. Or a lawyer or something (P – Д).

Отвечая на ее слова, Холден уже с позиции Взрослого объясняет ей, чем хороша профессия адвоката. Далее он (тоже в роли Взрослого) убеждает ее, почему ему не хочется им быть:

Even if you did go around saving guys' lives and all, how would you know if you did it because you really wanted to save guys' lives, or because you... wanted to... be a terrific lawyer, with everybody... congratulating you in court when the goddam trial was over, the reporters and everybody...?

После этого он рассказывает Фиби, кем бы ему на самом деле хотелось быть:

Thousands of little kids, and nobody's around ... except me ... I have to catch everybody if they start to go over the cliff ... if they're running and they

don't look where they're going I have to come out ... and catch them ... I'd just be the catcher in the rye. I know it's crazy, but that's the only thing I'd really like to be» [6, с. 197–199].

Здесь явно видна Родительская позиция Холдена, хотя последнюю оговорку он делает уже с позиции Ребенка.

Эрик Берн также выделяет простые и скрытые трансакции. Примеры первых были приведены выше. В случае скрытой трансакции в коммуникации задействовано четыре эго-состояния. На поверхностном уровне разговор ведется людьми в состоянии В или Р, но на самом деле на субуровне разговор ведется между Д-состояниями. Например [1, с. 25]:

Ковбой: А не посмотреть ли нам конюшню?

Девушка: О, да! Я с детства люблю лошадей.

Разговор о конюшне происходит между Взрослыми эго-состояниями на социальном поверхностном уровне. Но на самом деле истинные мотивы и цели реализуются на психологическом сублимированном уровне. На этом уровне идет общение Ребенка с Ребенком, суть которого – построение сексуальных взаимоотношений.

Рассмотрим пример скрытой трансакции в рассказе С. Моэма «The Escape» [5, с. 55–65]. Мы приводим всю ситуацию, в ней коммуниканты за определенный период времени не ограничиваются одним стимулом-реакцией, а общаются на протяжении двух лет. Роджер и Руфь решили пожениться. Когда последние приготовления к свадьбе были закончены, Роджер вдруг разлюбил Руфь и передумал на ней жениться. Здесь прослеживается влияние Дитя Роджера – импульсивное решение, упрямство, желание во чтобы то ни было настоять на своем. Отметим, что автор, описывая своих персонажей, недвусмысленно намекает нам, что его позиция на стороне этого мужчины, и таким образом, читатель начинает тоже симпатизировать герою. Понимая, что его невеста так просто его не отпустит (по меньшей мере, она опозорит его на всю округу), Роджер придумывает следующий трюк. Он ничего не говорит своей невесте об угасших чувствах, а наоборот, клянется ей в своей любви, в доказательство чего хочет перед свадьбой найти приличный дом, такое уютное семейное гнездышко, достойное его любимой. В рассказе эта ситуация изложена в одном абзаце, и как такового «живого» разговора нет, но есть авторское

изложение. Далее описаны причины, по которым Роджер отвергает то или иное предложение агентов:

Sometimes they were too large and sometimes they were too small, sometimes they were too far from the centre of the things and sometimes they were too close; sometimes they were too expensive and sometimes they wanted too many repairs; sometimes they were too stuffy and sometimes they were too airy; sometimes they were too dark and sometimes they were too bleak.

Использование С. Моэмом параллельных конструкций и повторов показывает нам, что Роджер на самом деле не заинтересован найти удовлетворяющее его требованиям жилье, а относится к этому процессу чисто формально. Тем не менее он не прекращает поиски, заставляя агентов предлагать новые варианты. Здесь четко прослеживается эго-состояние Взрослого Роджера – взвешенные решения, основанные на переработанной информации и рассчитанные вероятности. В какой-то степени здесь видна даже Родительская позиция по отношению к Руфь (Курсив наш. – Прим. Р. Р.):

Of course he was hard to please; *he could not near to ask his dear Ruth to live in any but the perfect house*, and the perfect house wanted finding.

Вот здесь и начинает срабатывать хитрый план Роджера: его стимулы направлены к Взрослому Руфь, и какое-то время это действительно срабатывает. Она реагирует в соответствии с эго-состоянием своего Взрослого:

They looked at hundred houses; they climbed thousands of stairs; they inspected innumerable kitchens (В). Ruth was exhausted and more than once lost her temper (Д).

Обратим внимание на последнее предложение отрывка, которое свидетельствует о смене эго-состояния Руфь со Взрослого на Дитя. Ее Дитя уже не скрывает своего раздражения, и сублимированное недовольство выражается открыто:

If you don't find a house soon... I shall have to reconsider my position (*бунт, скрытая угроза*).

Далее:

If you go on like this, we shan't be married for years (*страхи, опасения, скрытая угроза*).

Роджер продолжает вести игру на социальном уровне, он уже потечески (как родитель уговаривает своего ребенка вести себя хорошо) взывает к терпению Дитя Руфь:

Don't say that. I beseech you to have patience (P) I've just received some entirely new lists from agents... There must be at least sixty houses on them (B).

Далее ход общения определяет Дитя Руфь:

Do you want to marry me or do you not? (*прямой вопрос-вызов, с имплицитной угрозой*).

Руфь находится в эго-состоянии Дитя, об этом говорят предикаты *Ruth grew silent and scornful: her pathetic, beautiful eye [became] almost sullen. She had the patience of an angel, but at last she revolted*. Еще транзакция по линии В–Д:

Роджер:

Of course I do. We'll be married the very moment we find a house. By the way, I've just heard of something that might suit us.

Руфь сказывается больной (часто именно к таким уловкам прибегают дети, когда не хотят что-либо делать):

I don't feel well enough to look at any more houses just yet.

В конце концов, поняв тщетность своих усилий (здесь четко видна позиция Взрослого, адекватно реагирующего на конкретную ситуацию) Руфь сама покидает Роджера:

I don't think you really love me (B). I have found someone who is anxious to take care of me and I am going to be married to him today (D).

Таким образом, на первый взгляд инициатором игры является Взрослый. Но исход этой игры может быть неожиданным, поскольку в действительности его определяет Ребенок.

Анализ коммуникативного поведения литературных персонажей может наглядно иллюстрировать борьбу Р, В, Д внутри языковой личности, что ведет к внутриличностному конфликту. Рассмотрим развитие внутриличностного конфликта Мейхью – главного героя одноименного рассказа С. Моэма (Maughew). Мейхью – преуспевающий 35-летний адвокат из Детройта. Он был умен, честен, симпатичен; стоял на пороге великолепной карьеры. Однажды, сидя с друзьями

в баре, он услышал от одного из них об Италии и заинтересовался покупкой дома на острове Капри. Здесь прослеживается импульсивное, спонтанное влияние Ребенка Мейхью. Следуя порыву эго-состояния Дитя, герой решает резко изменить свою жизнь и поселиться на Капри. С. Моэм очень красочно описывает этот уголок земли: «Из своих окон, выходящих на Неаполитанский залив, Мэйхью видел загородные очертания Везувия, меняющего цвет с каждой переменной освещения. Мейхью жил чисто духовной жизнью» (напомним, что Д – это наше творчество, свободная воля), так как «на Капри все дышит историей, и над ним вечно витает загадочная тень императора Тиберия ... есть сотни мест, напоминающих о римлянах и греках». Поскольку он никогда раньше не бывал за границей, то увиденное волновало его и будило творческое воображение. Мэйхью был человек действия, вскоре он решил написать исторический труд. Здесь вместо наслаждения жизнью (позиция Д) происходит контроль ситуации со стороны Взрослого, когда черты личности проявляются в реальной ситуации – трудиться, а не сидеть без дела. Некоторое время он выбирал тему и, наконец, остановился на втором столетии Римской империи. Здесь также видна позиция Взрослого Мейхью, поскольку выбор темы отражает работу аналитического ума – его Взрослый выбрал для исследования малоизученную эпоху, которая выдвигала проблемы, сходные с современными. Таким образом, импульс Ребенка Мейхью перехвачен его Взрослым и направлен в русло работы над исследованием. Мейхью начал подготовительный этап: читал источники, собирал и классифицировал материал. В начале его работа перемежалась с отдыхом (далее по тексту курсив наш. – Прим. Р. Р.):

At first he *was accustomed to foregather* in the evening with the painters and suchlike...but presently *he withdrew himself*, for his absorption in his studies became *more pressing*.

но постепенно Мейхью все меньше времени уделял отдыху и сну:

He had been accustomed to bathe in that bland sea and to take long walks, but little by little, *grudging the time, he ceased to do it*. He worked *harder than he had ever worked* in Detroit.

Далее внутриличностный конфликт прогрессирует – с годами он все чаще избегал людей: «As the years went by he was to found seldom in the ways of men». Мы видим, что теперь доминирующую роль

в структуре личности Мейхью играет Родитель с установками «должен работать», «надо» для того, чтобы достигнуть цель – увидеть свое имя рядом с именами известных философов. Сама по себе мечта – быть известным – также говорит о доминирующей позиции Родителя, ибо с позиции Взрослого ценностями, формирующими мечту Мейхью, были бы изложение своей точки зрения на исторические события и создание интересного и полезного для читателей произведения. Отметим, что в данном случае внутренний конфликт не отражен в речи персонажа, а передан в авторской речи рассказа. Помимо вербальных средств, экспликаторами внутриличностного конфликта выступают паралингвистические средства, физиологические реакции (например, краснеющие щеки, пылающие от переживаемых эмоций уши, различные неосознанные телодвижения). Экспрессия тела в данном случае находит отражение в дискурсе-описании – как из сильного статного мужчины Мейхью превратился в ходячий скелет:

When first he came to the island he was a big, brawny fellow, with thick black hair and a black beard, of a powerful physique; but gradually his skin became pale and waxy; he grew thin and frail.

Также признак внутриличностного конфликта Мейхью выражен эксплицитно посредством противоборства его духа и тела:

It was an odd contradiction in the most logical of men that, though a convinced and impetuous materialist, he despised the body; he looked upon it as *a veil instrument* which he could *force to do the spirit's bidding*. Neither *illness* nor *lassitude* prevented him from going on with his work. For fourteen years he *toiled unremittingly*. – Странная вещь: этот логичнейший из людей, убежденный и воинствующий материалист, презирал тело, смотрел на него как на грубый инструмент, который должен лишь исполнять приказания духа. Ни болезнь, ни усталость не могли помешать ему продолжать работу. Четырнадцать лет он трудился не покладая рук.

Таким образом, в течение четырнадцати лет главенствующим эгосостоянием Мэйхью был грозный Родитель, считающий, что во что бы то ни стало нужно достичь поставленной цели. Закончился этот внутриличностный конфликт тем, что основательно подготовившись, герой садится писать свой труд и умирает. С. Моэм не говорит открыто, что причиной смерти послужил внутриличностный конфликт, а объясняет ситуацию одной фразой:

Тело, с которым он, материалист, обошелся так неуважительно, отомстило ему. – The body that he, the materialist, had treated so contumeliously took its revenge on him.

Таким образом, эпизод наглядно иллюстрирует борьбу Дитя, Взрослого и Родителя. Родитель Мейхью подчинил себе его Дитя и Взрослого. Взрослый Мэйхью не мог обеспечить ему необходимый баланс между состояниями Родитель и Дитя, не мог удовлетворять рациональным образом желания и потребности Дитя и приказы и запреты Родителя. Родитель Мэйхью лишил его привычного круга общения, одного творчества для его Дитя не было достаточно, ведь оно не приобретало новых эмоциональных ощущений; возник коммуникативный голод. Мэйхью не удалось уберечь свое Дитя от депрессии, вследствие чего наступила смерть сначала на духовном, а затем и на физическом уровне.

Таким образом, трехкомпонентная структура языковой личности репрезентируется во внутренней речи и в межличностной коммуникации в речевых жанрах монолога, диалога и полилога. Анализ проявлений Р, Д, В в коммуникации позволяет понять внутреннее состояние, мотивы и установки языковой личности, взаимосвязь и влияние внутренних и внешних событий на ее речевые реакции и поступки. Противоборство трех эго-состояний свидетельствует о сублимированном внутриличностном конфликте языковой личности. Смысловый и ситуационный анализ текста позволяет раскрыть влияние внутриличностного конфликта на самоидентификацию и самооценку личности, на творческий процесс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Берн Э.* Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – Мн. : Современный литератор, 2006. – 448 с.
2. *Брэдбери Р.* О скитаниях вечных и о Земле: Фантастические произведения : пер. с англ. – М. : Эксмо, 2002. – 1296 с.
3. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. – М. : КомКнига, 2007. – 144 с.
4. *Литвак М.* Психологическое айкидо. – Ростов-н/Д : Феникс, 2007. – 441 с.
5. *Мозм У. С.* The Lotus Eater. Stories. – М. : ООО «Издательство Астрель» : ООО «Издательство АСТ», 2004. – 200 с.
6. *Сэлинджер Д.* Над пропастью во ржи : Книга для чтения на английском языке. – СПб. : Антология, КАРО, 2008. – 288 с.

УДК 37:81

О. И. Титкова

канд. филол. наук, проф., директор Института права,
экономики и управления информацией МГЛУ;
e-mail: olgatitkova@mail.ru

ЯВЛЕНИЕ РЕКУРРЕНТНОСТИ В КОРПОРАТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена анализу институциональной обусловленности функционирования рекуррентных единиц в корпоративном дискурсе. Автор подробно описывает процедурный и ритуальный виды рекуррентности, доминирующие в корпоративном дискурсе, останавливается на роли рекуррентных единиц в обеспечении конкурентного и ценностного целеполагания компании. Особое внимание уделяется семиотичности рекуррентных единиц, в том числе визуальных.

Ключевые слова: частнорекуррентные единицы; визуальные рекуррентные единицы; актуальные знания; институциональная коммуникация; корпоративный дискурс; процедурная рекуррентность; ритуальная рекуррентность; семиотичность рекуррентных единиц.

Titkova O. I.

Candidate of Philology (PhD), Professor; Director, the Institute of Law, Economics and Information Management (ILEIM), MSLU;
e-mail: olgatitkova@mail.ru

THE RECURRENCE PHENOMENON IN THE CORPORATE DISCOURSE

The article is devoted to an analysis of the institutional conditionality of recurrent units functioning in the corporate discourse. The author dwells upon the procedural and ritual types of recurrence, dominating in the corporate discourse, as well as the role of recurrent units in ensuring a company's competitiveness and reaching its value-oriented aims. Special attention is paid to the semiotic character of recurrent units, including visual ones.

Key words: particular recurrent units; visual recurrent units; topical knowledge; institutional communication; corporate discourse; procedural recurrence; ritual recurrence; semiotic character of recurrent units.

В статье мы рассматриваем механизмы формирования социальной значимости действий, понятий и явлений в профессиональной коммуникации *компании* через призму рекуррентности¹ и связанных

¹*Титкова О. И.* Время, актуальность, мода: проблемы вербальной концептуализации (на материале немецкого языка) // Филологические науки. – 2001. – № 4. – С. 91–98; К определению рекуррентности // Разновидности

с ней актуальных знаний, которые индивид («эксперт») аккумулирует и (вос)производит в процессе профессиональной деятельности в компании в рамках коммуникации В2В. Процесс познания выявляет в том числе социальную детерминацию и обусловленность типов знания в определенные эпохи, социальные институты и социальные структуры производства знаний (П. Бергер, Т. Лукман). В области социологии выделяется самостоятельная область – социология знания (или социологии познания), предмет которой составляет исследование знания как социального явления (М. Шелер, К. Манхейм). Рекуррентность как рефлексия социальной значимости событий и явлений, имеющая место в системе коммуникации (*частная рекуррентность – в профессиональной коммуникации в компании*), отражает, на наш взгляд, в конвенционально закрепленной *знаковой* форме социальное знание особого рода (термин «социальное знание» – экономическое, философское и др. – по А. М. Коршунову, В. В. Мантатову, 1988).

Рекуррентность манифестирует *знание о знании, т. е. знание о статусности и значимости знаний в определенный период времени*. В корпоративном дискурсе рекуррентность может включать социально обусловленные знания, явные и неявные, о «трендовых» процессах и явлениях в компании, например непосредственно связанных с производственной деятельностью: *актуальных* тенденциях развития предприятия, рейтинговых позициях компании на рынке труда, потенциале главных конкурентов, статусе корпоративной политики и т. п. Таким образом, рекуррентность как знание о социальной значимости профессиональных действий во внешней и внутренней среде обеспечивает **конкурентное** (состязательное) **целеполагание** компании [4] в соответствующем сегменте рынка (цели возникают от сравнения организации с другими субъектами рыночной среды).

Как известно, корпоративный дискурс представляет собой разновидность институционального дискурса (В. И. Карасик, 2000), так как компании являются социальным образованием с социально обусловленным распределением ролей и воспроизводством социальных коммуникативных практик, каждая из которых имеет собственные цели, условия, участников [2, с. 154]. Компания оперирует специальными

профессионального дискурса в обучении иностранным языкам. – М. : Рема, 2014. – С. 9–18. – (Вестн. Мос. гос. лингвист. ун-та; вып. № 8 (694). Сер. Педагогические науки).

знаниями, характерными для ее профессиональной деятельности, способами их получения, хранения, применения, приумножения. Сотрудники компании обладают, с одной стороны, своего рода «интегрирующей квалификацией», т. е. совокупностью знаний и навыков, принятых всеми работниками корпорации или фирмы для осуществления проектов и достижения целей [7]; эта же сумма знаний и навыков, как правило, релевантна для всего профессионального сообщества данной сферы деятельности, вследствие чего компания стремится соответствовать уровню современных знаний в предметной области. С другой стороны, компания старается разработать и реализовать на рынке труда совокупность знаний, характеризующихся инновационностью и уникальностью, а следовательно, *статусом и значимостью*, и гарантирующих конкурентные преимущества и продвижение бренда. Обобщение по параметру социальной значимости явления / события мы называем *актуализацией*; знания, имеющие статусную релевантность, – *актуальными*.

Очевидно, что актуальные профессиональные знания опосредованы господствующей в определенный период времени научной парадигмой, в рамках которой компания развивает бизнес. По Демьянкову, система парадигмообразующих идей (ключевых понятий) должна быть нетривиальной, вместе с тем привлекательной, *широко признанной среди большого количества сторонников* (Курсив наш. – Прим. О. Т.) [1], каковой в постиндустриальном обществе стала *экономика знаний*, последние играют решающую роль в создании общественного богатства и являются фактором экономического роста и конкурентоспособности [8, с. 8].

Рекуррентные единицы (далее – РЕ) как номинации значимых понятий в корпоративном дискурсе, как правило, терминологичны и обозначают ведущие актуальные системообразующие, часто ценностные понятия соответствующей области деятельности компании. Часто они опосредованы общей стратегией развития бизнес-среды социума: *устойчивое развитие, переориентация на Восток, импортозамещение, модернизация отрасли, клиентоориентированная экономика* и инновациями внутри самой отрасли: *мобильный маркетинг, программы лояльности, прямые продажи* и т. п.

Частотность таких РЕ по сравнению, например, с РЕ дискурса СМИ долгое время остается практически константной, угасающая

рекуррентность одних единиц и возрастающая – других характерна для периода смены научной парадигмы в бизнес-среде в целом. Частотность может быть также цикличной, если рекуррентность в корпоративном дискурсе имеет ритуальную форму (об этом см. далее).

Итак, сфера употребления частнорекуррентных единиц в нашем случае ограничивается внутрикorporативными рамками или дискурсом соответствующего профессионального сообщества [3]. *Поля рекуррентности*¹, доминантой которых служат, например, создаваемые номинации брендов, «укрепляются» сорекуррентными единицами, аккумулирующими статусность товара или услуги посредством создания аргументативного потенциала их свойств, сводящихся к тому, что новый товар или услуга совершеннее предыдущих за счет инноваций, научных открытий, поставленных на службу здоровью, безопасности и благополучия потребителя. Например, запатентованные *сотовые барабаны* стиральных машин Miele, *воздушно-пузырьковый принцип* стирки DAEWOO, *ecobubble* от Samsung, *циркуляция горячего воздуха* в электроприборах (мультипечи) или *система быстрой очистки* соковыжималок Philips и т. п. заявляются компаниями как ведущие *know how*, практически не имеющие аналогов в соответствующих сегментах рынка товаров и услуг. Вслед за распространением *knowhow* в соответствующей отрасли подобные РЕ «набирают» частотность и расширяют «географию употребления» за счет использования схожих технологий в других компаниях и распространения репутационного эффекта инноваций среди клиентов.

Как показал предварительный анализ, характерной особенностью РЕ как социального хронотопа в корпоративном дискурсе является их довольно своеобразная локально-темпоральная характеристика: в отличие от РЕ других дискурсов, локальные параметры часто не имеют явной выраженности (ср. приведенные выше РЕ: *мобильный маркетинг, программы лояльности, прямые продажи* и пр.

¹ Поле рекуррентности – множество актуальных концептов, объединенных в определенный период времени общими признаками. Рекуррентные единицы, в наибольшей степени обладающие социальной значимостью в определенный период времени, мы называем доминантными, остальные – сорекуррентными. См. Титкова О. И. Рекуррентная единица как текст // Германистика: состояние и перспективы развития : материалы Междунар. конф. 24–25 мая 2004 г. – М. : МГЛУ, 2005. – С. 189–196.

профессионально релевантны независимо от места размещения производства), темпоральные параметры в приведенных примерах не имеют характерной для РЕ «событийной отнесенности» (ср. в дискурсе СМИ 2 мая – Одесские события, *Майдан* – весна 2014, *Сочи 2014* и т. д.), однако широкий темпоральный отрезок имплицитно все же задают: так, цифровая запись заменила аналоговую, оптические носители информации сменили магнитные, сетевой маркетинг сменил традиционный и т. п.

В корпоративном дискурсе рекуррентность манифестирует не только значимые профессиональные знания современной научной парадигмы, включая владение соответствующими терминисистемами, «закодированными» для непосвященных, но и *актуальные процедурные* знания, такие как современные профессионально обусловленные механизмы актуализации бренда и логотипов, методы работы компании в социальных сетях, современные методы продвижения сайтов и т. п., в нашей терминологии мы обозначаем данное явление как **процедурную рекуррентность**. Примером последней может послужить так называемый лингвистический менеджмент компании, широко используемый в Европе и способствующий снижению издержек и получению прибыли компанией: корпоративное обучение персонала иноязычной терминологии в соответствии с профилем деятельности компании, межкультурным, лингвокогнитивным аспектам коммуникации, обучение менеджеров высшего звена публичному выступлению, в том числе на родном языке, менеджеров высшего и среднего звена – техникам переговоров и т. п. [6, с. 12].

Одной из форм процедурной рекуррентности в корпоративном дискурсе мы считаем так называемую **ритуальную рекуррентность**¹. «Возможность совершения коммуникативных действий, отклоняющихся в той или иной степени от институциональной нормы, характеризует уровень ритуализованности жанра в границах определенного институционального пространства... Элементы ритуальности, т. е. отсутствия новизны, предсказуемость, присутствуют, вероятно, в любом из видов институционального дискурса, однако в разной степени» [2, с. 21–22]. Речь идет, в первую очередь, об элементах корпоративной культуры, конвенционально закрепляющей в групповой

¹ *Титкова О. И.* Рекуррентная единица как текст // Германистика: состояние и перспективы развития : материалы Междунар. конф. 24–25 мая 2004 г. – М. : МГЛУ, 2005. – С. 194.

социальной памяти компании значимость некоторых понятий и профессиональных действий. «Коллективный опыт может быть только прошлым по отношению к использованию его индивидом. Личный опыт должен потесниться под напором коллективного опыта, а это означает, что удельный вес опосредованного знания всегда превышает удельный вес личностного знания» [5, с. 25].

Групповая память таких социальных институтов, как компания включает явные и неявные знания, передаваемые сотрудниками «из поколения в поколение»: о (не)формальных правилах коммуникации внутри компании, поддержании норм профессиональной деятельности, включающих внутренние уставы, структуру управления, язык общения в международных компаниях, корпоративную культуру, дресс-код, посвящение в ряды сотрудников, проведение Дней компании, возможные ограничения или правила оформления рабочих мест с логотипом компании на компьютерах и т. д. Как показал предварительный анализ, необходимым является не «стопроцентное владение» данной информацией, ибо каждый сотрудник в любом случае владеет ею не в одинаковой степени, но, как минимум, «контурное» знание о статусных позициях компании во всех их проявлениях и их значимости: получение статуса успешного сотрудника компании невозможно без знания истории компании, без знания ее символики и внутреннего кодекса, без представления о том, в чем заключается инновационный характер деятельности компании и т. п. (Е. В. Юрьева, 1999; Н. В. Тесакова, 2003; В. А. Спивак, 2001; О. А. Сайченко, 2002; Н. И. Костева, 2004; А. А. Колобова, 2009 и др.).

Ритуальная рекуррентность, как ни один из других видов рекуррентности, фокусирует присущую ей аксиологичность. «Ценности есть представления о должном, о лучшем, о самом важном, ради чего стоит трудиться, жертвовать временем, силами и чем-то еще» [4, с. 16]. Являясь регламентирующим правилом, ритуал, безусловно, являет собой социально значимую стратегию поведения индивида в компании. Функция ритуала, по В. Н. Топорову, состоит в упорядочении совокупного опыта людей (В. Н. Топоров, 1988). *Ритуальная рекуррентность корпоративного дискурса может быть обусловлена общими ритуальными канонами профессии.* Так, у моряков существует традиция: когда судно отправляется в свой первый рейс, разбивают шампанское о борт; традиция у летчиков – купать самолет в водном сауноте (<http://od.vgorode.ua/news/119292/>). Очевидно, что компании,

связанные с судоходным бизнесом или авиаперевозками, ощущая причастность к широкому профессиональному сообществу своего рода деятельности, считают упомянутые традиции своими. *Однако ритуальная рекуррентность может иметь и исключительно внутрикорпоративный характер*, часто забавный: так, президент компании Intel «награждает» своих работников горсточкой M&M за особые заслуги в развитии компании», или: «Будущим сотрудникам одна из японских банковских организаций предлагает пройти 25 миль и провести несколько дней в учебном кемпинге в военных условиях, таким образом организация определяет выносливость и другие способности новичков» (<http://www.thefreelibrary.com/Ritual+in+business%3A+building+a+corporate+culture+through+symbolic...-a011289862>). Разумеется, для сотрудников компании подобные традиции являются социально значимыми процедурами, релевантными в рамках формирования их профессионального самосознания.

Аксиологичность присуща всем видам рекуррентности, в корпоративном дискурсе рекуррентность обеспечивает **ценностное целеполагание** компании, включающее целеполагание от **видения** (образ желаемого будущего), от **ценностей** (к чему надо стремиться? что является допустимым при реализации целей?), от **миссии** (что необходимо осуществить? в чем наше предназначение?) [4].

Так, доминирующие *ценности* корпоративных культур международных компаний вербализуют, например, PE-английские заимствования *work-life-balance* (разумный баланс карьеры и личностной актуализации), *environmently friendly* («экологичность» компании), *team building* (кооперирующее объединение, или «командообразование» сотрудников) и др. Само слово *ценности* является рекуррентной единицей корпоративного дискурса и содержится, например, в описании корпоративной культуры Hilton: сетевая компания ставит перед собой корпоративную цель – «проявить культуру **Blue Energy**» (PE *Blue Energy*. – Прим. О. Т.) и «страсть», с которой компания «действует в соответствии с *ценностями* (Курсив наш. – Прим. О. Т.). *Гостеприимство. Честность. Лидерство. Ответственность. Сейчас*», чтобы «...каждый гость чувствовал, что о нем заботятся, его ценят и уважают ... и сделать пребывание гостей превосходным, чтобы они снова вернулись в наш отель и поделились своими впечатлениями о Hilton с другими» (www.mylogogear.com/shop/.../behiltonguidelines.pdf).

Аксиологические представления Hilton реализует в таких профессиональных действиях и процедурах, как, например, использование модели *HEART* при решении проблем гостя: необходимо выслушать гостя, посочувствовать, извиниться, решить его проблему и поблагодарить. Таким образом, *Blue Energy*, *HEART* являются РЕ корпоративного дискурса компании Hilton.

В любом случае приведенные примеры иллюстрируют, что РЕ являются элементами особой семиотической структуры дискурса, знаками-символами статуса понятий, явлений, действий и отношений между ними, релевантных в профессиональной деятельности компании.

В этом смысле, разумеется, *РЕ визуальной коммуникации* любого дискурса несут особую семиотическую нагрузку. Предварительный анализ показал, что визуальная рекуррентность в корпоративном дискурсе имеет не столь явную степень выражения, как в некоторых других типах дискурса. Однако семиотичность визуальных рекуррентных единиц, связанных, например, с изображением символики компании, транслирующей ее корпоративную культуру, является, тем не менее, характерной особенностью рекуррентности рассматриваемого типа дискурса. Интересным является тот факт, что одни и те же РЕ в данном случае могут кодировать *различную семиотическую информацию* в коммуникации В2В и В2С.

Поясним это на двух примерах логотипов всемирно известных автомобильных брендов (РЕ *Mercedes* и *Audi*). Трехлучевая звезда на логотипе Мерседес-Бенц является по отношению к клиенту (В. И. Карасик, 2002) «знаком-информацией», маркирующим принадлежность автомобиля к знаменитому бренду «Мерседес». Для сотрудников же компании «Мерседес» и для многих членов данного профессионального сообщества как экспертов данный знак, кроме того, символизирует успех марки в трех стихиях: на суше, в воде и в воздухе (владелец марки компания «Даймлер» производила помимо автомобилей судовые и авиационные двигатели). Более того, для экспертов звезда символизирует также триединство автомобиля для водителя, пассажира и механика. И, наконец, культивируемая в компании история логотипа, приведенная ниже, доступна, в первую очередь, эксперту и является для него актуальным знанием (см. рис. 1).

Аналогично в рамках корпоративного дискурса компании *Audi* визуальная РЕ *Audi* является ритуальной, так как представляет собой

часть культивируемой корпоративной истории в части, касающейся ее символики. В отличие от клиента, для которого четыре кольца символизируют принадлежность автомобиля к компании Audi, сотрудники компании как эксперты должны знать, что слово *audi* представляет собой перевод с немецкого на латинский имени владельца Августа Хорха (*horch* – нем. слушать), а четыре связанных между собой кольца имели «наполнение» в виде логотипов компаний, «прираставших» к Audi, и считать эту информацию значимой для корпоративной культуры компании.



Рис. 1. История эмблемы MERCEDES-BENZ

С другой стороны, рекуррентная единица как знак в соответствии с моделью Пиотровского (Пиотровский, 2008) содержит, кроме имени (означающего), денотата (образа конкретного предмета), десигната (концепта, смысла, понятия) также *экспрессивно-оценочные знания об означаемом* – коннотат (в нашей терминологии – аксиологическую составляющую рекуррентности). В этом убеждает, например, аксиологичность номинации логотипа *Mercedes* (PE дискурса компании «Мерседес»): как известно, владелец компании Эмиль Еллинеке назвал автомобиль в честь Maria de las Mercedes – Марии Милостивой (лат. «дары, милость»), имя которой он дал и своей дочери (равно как и всем остальным детям, а также предметам своей собственности).

Как показал предварительный анализ, PE в корпоративном дискурсе часто выступают как символы статуса, подразумевающего вертикаль *статус продукта – компании – отрасли*. Более того, в стремлении завоевать рейтинговые позиции в отрасли, компания, как правило, добивается причастности к *значимым событиям социума* (так, например, Audi выступила официальным спонсором зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 г.).

Таким образом, рекуррентность в корпоративном дискурсе отражает в закрепленной знаковой форме актуальное знание о значимости профессионально релевантных действий и понятий в компании

и обеспечивают ценностное и конкурентное целеполагание ее деятельности. Рекуррентные единицы, представляя собой особую семиотическую структуру в рамках дискурса, являются одной из форм лингвокогнитивного конструирования бизнес-пространства в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Демьянков В. З. Парадигма в лингвистике и теории языка // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство : сборник в честь Е. С. Кубряковой / отв. ред. Н. К. Рябцева. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 27–37. – (Studia philologica).
2. Дискурс как социальная деятельность: проблемы институциональной коммуникации. – М. : Рема, 2010. – 200 с. – (Вестн. Мос. гос. лингвист. ун-та; вып. № 18 (597). Сер. Языкознание).
3. Куликова О. В. Дискурсивно-прагматические характеристики профессиональной коммуникации (на примере экономического дискурса) // Социально-политический и экономический дискурсы в иноязычной профессиональной деятельности. – М. : ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2013. – С. 9–24. – (Вестн. Мос. гос. лингвист. ун-та; вып. 8 (668). Сер. Языкознание).
4. Пригожин А. И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим. – М. : «Дело» АНХ, 2010. – 432 с.
5. Режабек Е. Я. Мифомышление. Когнитивный анализ. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 304 с.
6. Титкова О. И. Факторы достижения эффективности бизнеса в контексте лингвистической политики компании // Профессиональные дискурсы в когнитивном и функциональном ракурсах. – М. : ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2013. – С. 49–61. – (Вестн. Мос. гос. лингвист. ун-та; вып. 25 (685). Сер. Языкознание).
7. Щедровицкий П. Г. Инновационный потенциал профессионального сообщества : тезисы к конференции «Психология бизнеса» 11–12 апреля 2003 г. – URL : <http://www.shkp.ru/lib/archive/methodologies/prof/34>
8. Экономика знаний: Коллективная монография /отв. ред. д-р экон. наук, проф. В. П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 432 с.

УДК 811, 11-12

В. А. Тырыгина

д-р филол. наук, доц., проф. каф. романо-германской филологии
Волжского университета им. В. Н. Татищева, г. Тольятти;
e-mail: tyryguinav@gmail.com

ЖАНР В ПЕРСПЕКТИВЕ ТРЕХ СЕМИОТИЧЕСКИХ ИЗМЕРЕНИЙ

В статье рассматривается понятие жанра в свете семиотических концепций Соссюра, Пирса, Морриса. Особое внимание уделяется трем семиотическим измерениям, выделенным Моррисом, применительно к жанру. Вклад, внесенный автором, связан с категориями способа проекции реальности, макропропозиции и др., оцениваемых с точки зрения семиотики.

Ключевые слова: означаемое; означающее; знак-символ; семантика; способ проекции реальности; синтактика; макропропозиция; прагматика; субъект жанра.

Tyryguina V. A.

Doctor of Philology, Associate Professor; Professor,
the Department of Romance and Germanic Philology, Volzhsky University
named after V. N. Tatischev, Togliatti; e-mail: tyryguinav@gmail.com

GENRE IN THE PERSPECTIVE OF THREE SEMIOTIC DIMENSIONS

The aim of the present article is to conduct semiotic analysis of the genre applying semiotic conceptions by Saussure, Pierce, and Morris. The emphasis is placed on the three dimensions of the genre as Morris postulated them. The contribution made by the author is related to the categories of macro proposition, mode of reality projection etc., viewed semiotically.

Key words: signified; signifying; sign-symbol; semantics; mode of reality projection; syntactics; macro proposition; pragmatics; genre subject.

Семиотичность жанра не всегда в достаточной степени осознается коммуникантами. Тем не менее есть все основания относиться к жанру как к знаку. В терминах семиотики Соссюра жанр имеет двустороннюю природу, однако, по замечанию Н. С. Бабенко, «взаимодействие означающего и означаемого в жанре как знаковом образовании носит гораздо более сложный характер, чем это имеет место между составляющими языкового знака, рассматриваемого на уровне слова, предложения и текста. Знаковое своеобразие жанра текста ... заключается в связи жанров с моделями коммуникативных действий, детерминированных с точки зрения культурно-исторических процессов развития языковых социумов» [1, с. 243].

В терминах семиотики Пирса жанр – знак-символ, т. е. условный знак, ему не свойственна природная мотивированность означающего означаемым. Идентификация жанров опирается на конвенцию, молчаливое соглашение, по которому определенный способ представления информации о ситуации воспринимается как, например, комментарий, а не репортаж. По уточнению Шкловского, жанр – это «соглашение о согласовании сигналов», негласный и незаметный договор между авторами и читателями о том, «в какой системе расположены те явления, которые подвергнуты анализу» [8, с. 756].

В терминах семиотики Морриса знаку присущи три измерения: семантика, синтактика и прагматика. На реализации названных измерений применительно к жанрам, в частности британского масс-медийного дискурса акцент будет сделан далее. Семантика жанра – отношение «типичных семантических признаков к чему-то находящемуся во внеязыковом мире» [6, с. 23] – формируется способом проекции фрагмента объективной действительности. Так, в зависимости от коммуникативного назначения выбранного жанра, один и тот же фрагмент реального мира будет освещаться с разной полнотой охвата: определенная часть сложной объективной действительности ускользает от автора, остается без внимания, например в комментарии само событие не излагается, на него лишь ссылаются, его разъясняют, оценивают, анализируют. В репортаже, напротив, событие излагается документально достоверно в соединении с эмоциональной зарисовкой, передающей звуки, краски, общую атмосферу события. Проследить, как одно и то же событие преломляется в разных жанрах, позволяет анализ выбора эпитетов. В репортаже взгляд на событие (прорыв обороны иракской армии и успешное развитие наступления союзных войск) представлен с «лягушачьей» точки зрения, или, выражаясь кинематографическим языком, крупным планом. Автор прибыл на место, где еще вчера шел бой. Он едет вслед за продвигающейся вперед армией и описывает все, что попадает в поле его зрения: либо из окна автомобиля, в котором он находится, либо в тот момент, когда он выходит из машины и передает читателю все, что видит и слышит посредством эпитетов. Эпитет, как известно, не существует без определяемого слова, его значимость может рассматриваться лишь в союзе с последним. Обращает на себя внимание наличие общей черты у определяемых слов в репортаже: большинство из них называет конкретные предметы. Этот факт можно

объяснить тем, что репортаж фиксирует часть объективной реальности на сенсорном уровне, его когнитивный стиль характеризуется предметно-образным мышлением.

Alone photographer Colin Dovey and myself turned off the highway and receded across the *baize smooth sand* and desperately looking to pick up the tell tale tracks of the US Marine Corps supply line.

In *the leaden grey skies* which teemed with yet more rain all day tank busting A-10's wheeled and then plunged like Osperys to deliver...

Piled into the land Cruiser we prepared to drive into the desert when the only man among us wearing *Guinness bottle thick glasses* announced tremulously "Er ... isn't that a mine?..."

Эпитеты *baize smooth sand*, *leaden grey skies*, *bottle thick glasses* образованы по одной и той же семантической модели: это сравнительные эпитеты в партнерстве с логическими определениями (*smooth*, *grey*, *thick*). Выбор сравнительных эпитетов в репортаже не случаен. В силу скрытых в них возможностей осязаемости и крупномасштабности (показа объектов с относительного близкого расстояния) они помогают воспроизвести фрагмент реальности «весомо, грубо, зримо».

Иной масштаб освещения события в комментарии. Комментарию свойствен большой охват события, точка зрения с «высоты птичьего полета». Событие рассматривается лишь как звено в цепи предшествующих и последующих событий. Событие не «фотографируется» с протокольной достоверностью, как в репортаже, а анализируется, оценивается в широком масштабе, вследствие этого слова, которым приписываются эпитеты, представляют собой отвлеченные понятия.

But some bloody encounters may yet lie ahead and not everything can be expected to march with *clockwork precision* until the Iraqis surrender.

They are being defeated with *extraordinary imbalance* of casualties in favour of his allies.

Once a defence has lost its coherence, and allied wedges have driven between their formations only an army of *outstanding competence* and determination could regroup to defeat them.

Эпитеты *clockwork precision*, *extraordinary imbalance*, *outstanding competence* содержат структурно-мотивированную сему интенсивности, выражающуюся либо через приставку со значением превосходства

(*out-, extra-*), либо через отношения словосложения (*clock-work*). Если поместить названные эпитеты в соответствующие синонимические ряды, они займут в них крайние по степени экспрессии позиции. Сема интенсивности, кроме того, подкрепляется семой оценочности общего недифференцированного характера. Комбинация интенсивности и оценочности, заключенная в семантике эпитетов, в полной мере согласуется с предназначенностью данного жанра.

Синтактика жанра – отношения между знаками в знаковых последовательностях – формируются, в частности, определенной конфигурацией континуальных единств внутри макропропозиций, конституирующих тексты того или иного жанра. «Макропропозиции выводятся из пропозиций, содержащихся в тексте, а также фоновых знаний о мире» [3, с. 62–63]. Единство макропропозиции обеспечивается тождеством места, времени, участников их кореферентная тождественность значима для макропропозиции. Для обозначения преемственности, непрерывности базовых единств тексте используется термин «континуальность» («continuity») [9].

В макропропозиции взаимодействует несколько континуальных *единств*: времени, места, топикальное единство, единство участников, действия, темы. Являются ли названные единства доминирующими или второстепенными, поддерживающими или фоновыми, зависит от жанра. Далее сравниваются конфигурации континуальных единств в жанрах светской хроники (1) и рецензии (2).

¹To the frustration of Spanish officials in his adopted home town of Marbella, Sean Connery has been eluding their attempts to immortalise his name in the local Boulevard of Fame. ²The signature of James Coburn and Julio Iglesias, are already among those set in the pavement, and this spring Antonio Banderas and his wife Melanie Griffith will be flying in from Los Angeles to oblige. ³But no matter how persuasive the bureaucrats, Sean, 67 whose beach-front villa is along the coast from the once-exclusive Puerto Banus harbour declines to take part (1).

Небольшой по объему текст светской хроники густо населен участниками (линия участников):

1. ... *Spanish officials*... *Sean Connery*...
2. ... *James Coburn*... *Julio Iglesias*... *Antonio Banderas*... *Melanie Griffith*...
3. ... *the bureaucrats*... *Sean*...

В первом и третьем предложениях повторяются имена: *Spanish officials* и *Sean Connery*, составляющие находящиеся в отношении конфронтации в данной макропропозиции и во всем тексте. Второе предложение представляет собой перечисление «звездных» имен, функция которых состоит в создании «гламурного» фона, неотъемлемого элемента светской хроники.

Линия места разработана почти детально:

1. ... town of Marbella... local Boulevard of Fame.
2. ... in the pavement... from Los Angeles
3. ... beach-front villa... along the coast... the once-exclusive Puerto Banus harbour

Пространство описывается с разной степенью подробности: от мелкомасштабных единиц, как, например, *pavement* до крупномасштабных, как, например, *Los Angeles*, выражаясь географическим языком. Или в кинематографических терминах в представлении пространства крупный план (*pavement, Boulevard*) чередуется со средним (*villa, coast, harbour*) и общим (*town of Marbella, Los Angeles*). Конденсация престижно-маркированных географических имен – еще одна особенность светской хроники.

Линия действия сводится собственно к одному единственному событию / факту:

1. (*Sean Connery*)... has been eluding their attempts to immortalise his name.
3. (*Sean*)... declines to take part.

Семантический компонент «отказ выполнить определенное действие» повторяется в первом и третьем предложении. Здесь повтор обеспечивает некоторую информативную избыточность, необходимую для восприятия информации и вместе с тем говорит о содержательной «пустоте» светской хроники, текст которой из-за отсутствия или недостатка фактической информации «раздувается» за счет общего, экспозиционного, фона, контекстуализации атрибутики «звездной» жизни.

¹Later, winsome Japanese pop singer Haco duets with Sachico, garnishing her unconstructed primordial soundscapes with a fragile computerized voice that repeats the words “dreamtime”. ²If you have ever heard sounds like these in your dreams you’d be advised to consult a psychiatrist as soon as possible (2).

Континуальность топика:

1. ... soundscapes... voice... words...
2. ... sounds... dreams...

Слово *soundscapes* (1) инновационное образование, созданное по деривационной модели слова *landscape* и передающее значение «звукопространство, звучащий пейзаж», выступает как скрепляющее, родовое слово в семантическом поле *voice* (1), *words* (1), *sounds* (2), *dreams* (2), последнее слово также косвенно ассоциируется со звуком. Это тематическое поле обозначает своего рода вторичную реальность, которая создается в художественном произведении и ее отражение воссоздается в рецензии.

Континуальность признаков:

1. ... unconstructed primordial [sounds],... fragile computerized [voice]... [the words] “dreamtime”.

Серия признаков *unconstructed*, *primordial*, *fragile*, *computerized* апеллирует к эмоциональным слуховым представлениям, активизируя читательское воображение, помогая ему «услышать» рецензируемое произведение. Конденсация признаков ориентирована на создание слухового образа. На переосмысленность, переносность значений использованных прилагательных указывает ближайший непосредственный контекст, т. е. определяемые слова: *sounds*, *voice*: *unconstructed* > un «not» + constructed > «to construct to build something large or complicated»; *primordial* > «is used to describe things that have existed from a very early time or since the beginning of the world», другими словами, находящиеся в первобытном, первозданном, не подвергшемся обработке состоянии, т. е. дисгармоничные, невосприимчивые слухом звуки.

Далее признаки *fragile* > «if something is fragile it is easily spoiled or harmed», *computerized* > «to computerize a system, process or type of work means to arrange for a lot of work to be done by computers» в соединении с определяемым словом *voice* наводят на мысль о его непригодности, неестественности, искусственности. При этом образная информация, содержащаяся в призначных лексических единицах, мотивирует эстетическую оценку, по-видимому, весьма негативную, что подтверждается и закрепляется последующим предложением с нереальной модальностью. Данное предложение можно рассматривать

и как план выражения для еще одного признака, входящего в рассматриваемую континуальность.

Континуальность действия:

1. ... duets... garnishing... repeats...
2. ... heard... be advised to consult...

В континуальности действия продолжает тематизироваться образная информация. Глаголы *duets* (1), *repeats* (2) можно рассматривать как грамматическую метафору [7], экспрессивно насыщенный перенос глагольной формы в необычные для нее условия, или, другими словами, транспозицию по категории времени, в результате которой происходит замещение простого прошедшего времени актуализованным настоящим.

Вместе с тем серия глаголов: *duets* (1), *repeats* (2), *haveheard* (3), – называющая действия, которые связаны со слуховым восприятием, представляет собой глагольный сегмент общего семантического поля «звукостранство», намеченного рассмотренными выше континуальностями.

В глагольной форме *garnishing* также присутствует перенос, на этот раз лексико-семантический: перенос термина из кулинарной области в область музыкальную (прямое логико-предметное значение *garnish* – «if you garnish food you decorate it with small amounts of different food»).

Континуальность участников:

1. ...Japanese pop singer Haco... Sachico...

В континуальности участников тематизируется первичная реальность, т. е. фактуальная информация о реальной действительности, о реальных музыкантах *Haco* (1), *Sachico* (1), представивших на суд слушателей свою новую программу, которая и послужила информационным поводом для появления рецензии. Сообщается некоторая необходимая информация об исполнителе, информация о национальной принадлежности: *Japanese*, музыкальной специализации: *popsinger*, информация о личном имени, имени собственном: *Haco*.

Сопоставление выявляет следующую специфику в синтактике жанра. Макропропозитивная матрица светской хроники формируется континуальностями участников, действия, места, времени. Линия *участников* сообщает однослойную, социально-статусную

информацию о некотором известном лице в масс-медийном, аристократическом, спортивном, кинотеатральном, музыкальном, политическом и т. д. мире, часто на фоне других известных лиц. Линия *действия*, выраженная главным образом акциональными глаголами, сообщает о конкретном событии, участником которого является названная знаменитость. Линия *места* конденсирует географические имена с ореолом престижности, акцентирует внимание на «гламурно-глянцевой» стороне места действия. Линия *времени* включает минимально-необходимые временные маркеры, позволяющие воспринимать сообщаемое как свежую новость.

Макропропозитивная матрица рецензии представлена континуальностями участников, топика, действия, признаков, точки зрения. Континуальности времени, места выражены слабо. Континуальность *участников* связана с первичной реальностью и содержит имена собственные, антропонимы, обозначающие род занятий в художественной сфере. Континуальность *топика* связана с созданием вторичной реальности, с воспроизведением художественного мира рецензируемого произведения. Языковая креативность, в частности, инновативные номинации позволяют активизировать читательское воображение. Континуальность *признаков* представлена конденсацией призначных имен, апеллирующих к чувственным (эстетическим) представлениям и ориентированных на создание образа звукового, зрительного или любого другого. Континуальность *действия* также активизирует читательское воображение через грамматический перенос (транспозицию по категории времени – актуализованное настоящее), лексико-семантический перенос (метафоризация глаголов). Континуальность *точки зрения* (оценочности) преимущественно имплицитна, выводится из континуальностей топика, признаков, действия, мотивируется создаваемыми образами.

Прагматика жанра – отношения между знаками и участниками коммуникации, отношение людей к тем знакам, которые они используют – определяется категорией субъекта жанра. Коммуникативное назначение жанра предписывает его субъекту определенные действия, в связи с чем последний принимает на себя определенную роль, «расслаивается», по выражению Ю. С. Степанова [5, с. 325]. Так, субъект комментария – аналитик, оперативно разъясняющий факты, события, устанавливающий причинно-следственные связи

с другими фактами, событиями, субъект репортажа – очевидец события, протокольно и в то же время эмоционально точно описывающий событие, вызывающий у читателя эффект присутствия. Прагматический статус субъекта жанра находит выражение в выборе предикации, которая, как известно, локализует ситуацию во времени и пространстве: «контрастируя по соответствующим признакам с иными ситуациями, локализованными либо в ином времени и пространстве, либо в том же самом времени и пространстве» [2, с. 14–15]. С локализацией во времени и в пространстве связана оппозиция временной локализованности / временной нелокализованности. Первое понятие предполагает «конкретность, определенность местоположения и ситуации в целом на временной оси, т. е. прикрепленность к какому-то одному моменту или периоду», второе – «неконкретность, неопределенность, обычность (узуальность) или временная обобщенность (гномичность, «вневременность», «всевременность»)» [3, с. 168]. Два приведенных далее фрагмента «высвечивают» прагматическую роль субъектов в жанрах комментария (1) и репортажа (2).

(1) *It is the big money from the millionaires that is most lethally damaging. Asil Nadir, Jeffrey Archer, Michael Ashcroft, the Hinduja, Bernie Ecclestone, Michael Wheeler, Stanley Kalms, Robert Bourne – whether eccentrics or sincere believers, whether paying to steer the party's ideology or paying for naked gain, the mud always sticks. And it sticks both ways. Scrupulously honest men like David Sainsbury or Paul Hamlyn get tarred with the same brush by simple act of giving to a cause they support: in politics generosity is turned to acid spite. There is no free lunch; there is no donation without strings. Even those who want nothing are still using their pockets to promote the party of their choice. But the days of buying elections must be over now. A royal commission should be appointed to devise a generally accepted fair funding formula: there is no perfect system, but anything is better than government by millionaire.*

Доминантная временная форма, используемая в комментарии, – это так называемое настоящее вневременное, настоящее нелокализованное.

Фрагмент начинается с усилительной конструкции *It is (Adj.) N... that is Adj...*, в основе которой лежит предикативная линия *the big money is damaging* с именным предикатом *is damaging*, где смысловой центр приходится на адъективный элемент (*damaging*), а собственно глагольный элемент (*is*) выполняет вспомогательную структурную функцию, в нем параметры «здесь и теперь» сведены практически на

нет. В следующей предикативной линии *the mud always sticks* закрепляется тенденция к генерализации высказывания, во-первых, через метафорическое переосмысливание ситуации, вместо буквального, прямого, представления ситуации: *no matter whether you give bribe or take it you do harm your reputation* дается ее переосмысленное представление: *the mud always sticks*. Во-вторых, обобщенный характер действия подчеркивается временным маркером *always*. Третья предикативная линия развивает метафорическое переосмысление: *S. get tarred with the same brush* (где S – субъект, содержит перечисление имен политиков, вольно или невольно втянутых в незаконные финансовые сделки). Далее в предикативной линии *generosity is turned to spite* идея максимальной обобщенности реализуется тем, что субъект и объект выражены абстрактными существительными (*generosity, spite*). Семантика нелокализованности выявляется и в следующем предложении: *There is no free lunch; there is no donation without strings*. В нем параллельно ритмично повторяются две устойчивые конструкции *There is no + N* с устойчивым значением «отсутствия чего-либо». Как в первой, так и во второй части представлено высказывание о некоторых постоянных закономерностях, «общих истинах», причем во второй части (*there is no donation without strings*) степень генерализации, абстрагированности от конкретной ситуации («здесь и сейчас») возрастает благодаря метафоризации слова *strings* (*string* в прямом значении – «a thin cord made of twisted threads for tying things together»; *string* в составе устойчивого словосочетания *without strings* означает «with no special conditions or restrictions»).

Аргументом в пользу временной нелокализованности служит ряд полупредикатов (*whether paying to steer the party's ideology, paying for naked gain, act of giving to a cause..., the days of buying elections*), выступающие в них процессы номинализации увеличивают степень генерализации ситуации в целом.

(2) *We have been talking, for about ten minutes or 230 miles, to a background of giggling groups of passengers gathered in the cramped aisle. Their excitement would not go amiss among children at Christmas.*

Событие осмысливается как реальный процесс, протекающий в момент речи и воспринимаемый конкретным наблюдателем, очевидцем события, в роли которого выступает субъект репортажа. Основная предикативная линия *We have been talking, for about ten minutes or*

230 miles выражена прогрессивной формой глагола, основная функция которой заключается в выражении одного отдельного действия, наблюдаемого в динамическом процессе его развития. Кроме того, здесь прогрессивный компонент дополняется перфектным компонентом, очерчивающим временные рамки действия. Здесь сама по себе прогрессивная форма глагола указывает на временную локализованность действия. Помимо формальной грамматической выраженности, временная локализованность «цементируется» пространственными локализаторами *to a background of giggling groups of passengers gathered in the cramped aisle*, к которым «привязывается» действие. Итак, в комментарии, предписывающем субъекту разъяснить, установить причинно-следственные связи, дать рекомендации, прогнозы, ситуация представляется в обобщенном настоящем времени, с нейтрализацией форм будущего и прошедшего времени, абстрагированной от определенного конкретного места действия. Фактор личностной характеристики неактуален. В репортаже, предписывающем субъекту сделать читателя участником события, вызвать эффект присутствия, ситуация представляется как транспонированная в реальное время («сейчас»), происходит полное совпадение момента речи с точкой отсчета времени, событие преподносится как происходящее в определенном месте (здесь). Фактор личностной характеристики актуален.

В заключение следует сказать, что осознание жанра как знака напрямую связано с эффективностью коммуникации. Успех коммуникации во многом зависит от семиотического обеспечения – от того, в какой мере удалось выразить нужную информацию в концентрированном знаковом виде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бабенко Н. С.* Textsortenlinguistik vs лингвистическое жанроведение // Русская германистика: Ежегодник Российского союза германистов. Т. 5. – М. : Языки славянской культуры, 2009. – С. 235–244.
2. *Блох М. Я.* Единство пространства и времени в литературно-художественном произведении // Пространство и время в языке : тезисы и материалы Междунар. конф. 6–8 февраля 2001 г. – Самара : Изд-во СамГПУ, 2001. – С. 12–15.
3. *Бондарко А. В.* Основы функциональной грамматики: Языковая интерпретация идеи времени. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. – 260 с.

4. Дейк Т. А. ван. Язык, познание, коммуникация. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Степанов Ю. С. В поисках прагматики. Проблема субъекта // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 325–326.
6. Степанов Ю. С. В мире семиотики // Семиотика: Антология / сост. Ю. С. Степанов. – М. : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 5–42.
7. Шендельс Е. И. Грамматическая метафора // Филологические науки. – 1972. – № 3. – С. 48–57.
8. Шкловский В. Б. Тетива: О несходстве сходного // Собр. соч. : в 3 т. – Т. 2. – М. : Художественная литература, 1974. – 791 с.
9. Givon T. Topic Continuity in Discourse: An Introduction // Topic Continuity in Discourse: A Quantitative Cross-language Study. – Amsterdam ; Philadelphia : J. Benjamins, 1983. – P. 1–42.

УДК: 811.134.3

О. А. Шершукова

канд. филол. наук, преподаватель каф. романских языков Дипломатической академии МИД РФ, докторант в секторе романских языков Института языкознания РАН РФ; e-mail: okshera@yandex.ru

ВЫБОР ЛИЧНОГО МЕСТОИМЕНИЯ В ПОРТУГАЛЬСКОМ ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

На систему португальских личных местоимений оказывает существенное влияние коммуникативно-прагматический фактор, поэтому в особую подгруппу выделяются местоимения-обращения, которые в ряде случаев в своих значениях пересекаются со значениями личных местоимений. Португальские личные местоимения 1-го и 2-го лица множественного числа в различных дискурсивных пространствах могут быть представлены по-разному в зависимости от ситуации общения.

Ключевые слова: личные местоимения; собирательное существительное; собирательное значение; виды дискурса; множество лиц.

Shershukova O. A.

Candidate of Philology (PhD); Lecturer, the Department of Romance Languages, Diplomatic Academy of the Russian Foreign Ministry; Post-doctoral Scholar, the Department of Romance Languages, the Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences; e-mail: okshera@yandex.ru

THE CHOICE OF THE PERSONAL PRONOUN IN PORTUGUESE DISCOURSE SPACE

The system of the Portuguese personal pronouns is considerably influenced by communicative and pragmatic factors. That is why address pronouns which in some cases intersect with personal pronouns in their meanings, are classified as a special subgroup. In various discourse spaces, Portuguese personal pronouns of the 1st and 2nd persons plural can be represented in different ways depending on the communication situation.

Key words: personal pronouns; collective noun; collective meaning; kinds of discourse; set of persons.

Константой любого языка являются изменения, происходящие в нем. Естественно, что языковые изменения в их динамике представляют особый интерес для лингвистов, поскольку «давление грамматической системы данного языка на говорящего» вынуждает «его к выражению тех характеристик, которые, возможно, и не входили в первоначальный коммуникативный замысел» [7, с. 109]. По мнению

В. А. Плунгяна, «примечательной особенностью всех естественных языков является то, что в их грамматических системах информация, связанная с речевым актом и его характеристиками, имеет необычайно высокий удельный вес» [7, с. 254]. С позиций соотношения грамматических и коммуникативных факторов особый интерес представляют личные местоимения 1-го и 2-го лица. Как писал О. Есперсен: «Слово *we* очень неопределенно и не дает указания на то, кого имеет в виду говорящий, кроме самого себя», а «форма 2-го лица множественного числа может, в зависимости от обстоятельств, представлять собой либо обычное множественное число (*вы = ты + ты + ты* и т. д.), либо приблизительное множественное число (*вы = ты + один или большее число лиц, не участвующих в разговоре*)» [4, с. 221].

В современном португальском языке отмечаются определенные сдвиги, связанные с употреблением личных местоимений 1-го и 2-го лица мн. числа. Так, значение 1-го лица мн. числа может выражаться не только личным местоимением *nós* «мы», но и посредством собирательного существительного *a gente* «люди», употребленного в прономинальной функции. Как отмечает Е. М. Вольф, «в романских языках имеется целый ряд местоименных формантов, восходящих к полнозначным словам» [1, с. 82]. Личное местоимение 2-го лица мн. числа *vós* («вы») «употребляется редко, только в Португалии, при обращении к аудитории (в ораторском стиле)», а в бразильском варианте *vós* считается вышедшим из употребления [2, с. 475]. Вместо *vós* в португальском языке употребляются местоимения-обращения *vocês* при обращении к знакомым лицам и *Senhores – Senhoras* при вежливом обращении к незнакомым, а также к лицам, занимающим более высокое положение в социальной иерархии, при этом при употреблении *Senhores – Senhoras* учитывается гендерный фактор. Данные изменения зафиксированы как в грамматиках португальского языка, так и в лингвистических исследованиях. По мнению Г. К. Неустроевой, «рассогласование» между референционной соотнесенностью, т. е. способностью «указывать на участников акта коммуникации», и грамматической соотнесенностью, т. е. способностью «указывать на грамматическое лицо», «может привести к перестройке всей системы личных местоимений» [6, с. 63–64]. Констатация этого факта, тем не менее, не снимает вопрос о природе сохраняющегося «рассогласования» системы личных местоимений. Почему *nós* имеет синонимичный речевой эквивалент *a gente* несмотря

на явную языковую избыточность, а местоимение *vós* по-прежнему сохраняется в ряде дискурсов, а его объектная форма *vos* и притяжательное местоимение *vosso* соотносятся с местоимением *vocês*? К сожалению, работы последнего времени не дают исчерпывающего ответа на эти вопросы [5, с. 41–42; 6, с. 61–76]. Фактически, в значении личных местоимений 1-го и 2-го лица мн. числа присутствует как отсылка к «речевому акту (к его участникам, речевой ситуации)», так и «указание на тип речевой соотнесенности слова с внеязыковой действительностью» [8, с. 294]. В. Г. Гак отмечал, что «человек может быть обозначен в речи» посредством местоименной номинации, однако «всякая номинация в речи» мотивирована, «в ней нет произвольных знаков» [3, с. 221, с. 86]. В статье мы попытаемся проанализировать как семантическую, так и коммуникативную мотивированность выбора конкретной местоименной формы со значением 1-го и 2-го лица мн. числа, при этом особое внимание будет обращено на вид дискурса, в котором эта форма употребляется. Изменения местоименной системы португальского языка аналогичны изменениям, которые происходили в системе испанских местоимений в XVI–XVII вв. Как пишет М. М. Раевская, данные изменения «можно объяснить потребностями коллективного лингвистического сознания», а также развитием «системы социального дейксиса» [8, с. 105].

Значение 1-го лица мн. числа выражается посредством личного местоимения *nós* и прономинального существительного *a gente*, при этом употребление *a gente* характерно только для разговорно-обиходного стиля речи наряду с *nós*:

Hoje não há esse à-vontade com que *nós* andávamos pelas ruas (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – В настоящее время не видно особого желания выходить на улицы, как это делали мы¹.

Ср.:

Nas eleições nacionais, vou votar nos comunistas, são os únicos que se preocupam com *a gente* (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – На выборах я буду голосовать за коммунистов, поскольку они единственные, кто думает о нас.

В официально-деловом дискурсе употребляется только личное местоимение *nós*:

¹ Перевод здесь и далее наш. – Прим. авт.

O euro não é um problema para nós (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – Проблема евро – это не наша проблема (для нас).

На употребление слова *a gente* в прономинальной функции накладываются определенные ограничения, связанные не только с дискурсивно-стилевыми особенностями, но, главным образом, с тем, что *agente* по-прежнему активно употребляется в своем основном предметно-собирательном значении, ср.:

...por que há sempre **gente** que o faz melhor que nós (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – ...поскольку всегда есть люди, которые все делают лучше нас.

Именно поэтому *a gente* в прономинальной функции всегда должно сопровождаться определенным артиклем, что указывает на непосредственное участие лиц в коммуникативном акте:

Mesmo os cinco contos que a avó dera ao Samuel: “Ó pá, empresta aí que **a gente** depois faz contasú” (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – Бабушка дала Самуэлю пять конту: «Ну, давай, потом (мы) сочтемся».

В художественных текстах *a gente* в значении «мы» появляется как в монологической, так в диалогической речи, однако всегда должна быть обозначена либо сама коммуникативная ситуация, либо она должна вытекать из предконтекста:

A gente precisa de voltar a cozer o *nosso* pão [10]. – Нам снова нужно браться за выпечку хлеба («нашего хлеба»).

Следует отметить, что *agente* может употребляться не только в позиции субъекта, но и объекта (прямого и косвенного) с предлогами, ему могут соответствовать формы прямого и косвенного местоимений-дополнений *nos* и притяжательное местоимение *nosso*. Поэтому в высказывании, наряду с *agente*, в одном линейном ряду могут употребляться также *nós*, его объектная форма *nos*, глагольная форма, соответствующая 1-му лицу мн. числа:

...até aposto que *nos* mostrava para *a gente* ir procurar [11]. – ...я даже уверен, что она бы нам его показала, чтобы мы отправились на поиски.

A dúvida era se *nos devíamos juntar* ao PS ou manter a organização autónoma *com a gente* (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – Сомнения были в том, должны ли мы были объединяться с соцпартией, или наша организация должна была сохранять автономию.

Слово *a gente* в современном португальском дискурсе существует в нескольких плоскостях, подчас пересекающихся между собой. В частности, в сочетании с неопределенным местоимением *toda a gente* передается значение всеобщности «все», которое может относиться к разному количеству лиц, при этом *toda a gente* не может передавать значения *все мы*, которое выражается с помощью сочетания неопределенного местоимения-прилагательного *todos* с личным местоимением *nós*:

Todos nós conhecemos a história... (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>) – *Всем нам* известны случаи...

Todos nós estamos agora no mesmo barco (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – Сейчас *все мы* находимся в одной лодке.

Однако в просторечии возможно употребление прономинального существительного *a gente* с различными детерминативами, при этом вместо грамматического согласования будет проходить согласование по референту:

Um padre tem poder pra tirar o demônio dos corpos: era o que o teu Júlio lhe devia fazer, pra bem dela, pra livrar dos dentes do tentador e pra bem *da gente todos* [12]. – Священник имеет полное право изгонять дьявола из человека: вот как раз это и должен был сделать твой Жулиу, он должен был вырвать ее из пасти искушителя, для ее же блага и на благо *всех нас*.

– Veja, senhor Rui, então não acha *a gente jeitosos, mesmo feitos* um pro outro? [12] – Послушайте, сеньор Руй, неужто Вы не считаете *нас* *привлекательными, подходящими* друг другу.

A gente os dois somos da mesma criação, ti'Zefa [12]. – Да *мы же оба* из одного гнезда, тетушка Зефа.

Таким образом, сравнивая употребления *agente* и *nós*, можно говорить о ярко выраженном собирательном компоненте значения прономинального существительного.

Противопоставление 1-го лица 2-му лицу во мн. числе является коммуникативно значимым, оно как бы проводит разграничение между говорящим и адресатом. Данное противопоставление может реализовываться по линии *nós – vós* и *nós – vocês*, что соответствует «*мы – вы*» в русском языке. В данном случае выбор между *vós* и *vocês* свидетельствует не только о выборе из местоименной парадигмы, но и о выборе формы обращения, соответствующей определенному дискурсу:

Estamos no mesmo barco e *nós* e *vós* somos prejudicados pela concorrência... (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – Мы находимся в одной лодке, *мы с вами* страдаем от конкуренции...

Como *vós*, *muçulmanos*, *nós* também, *os cristãos*, afirmamos... (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – И *вы*, *мусульмане*, и *мы*, *христиане*, заявляем...

В контексте высказывания *vós* может референтно соотноситься с разным количеством лиц, однако коллективный адресат, к которому обращается говорящий, воспринимается им как нечто целостное, единое, монолитное, при этом и коллективный адресат точно так же воспринимает слова говорящего. Противопоставление «мы – вы» может быть также выражено за счет местоимений-дополнений и притяжательных местоимений:

“E depois se entre *vós Portugueses de hoje* não houver a coragem dos *nossos* antepassados... (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – А характерна ли *для вас*, *сегодняшних португальцев*, смелость *наших* предков...

Из данного примера видно, что говорящий, обращающийся к португальцам, тоже является португальцем. Однако в ряде случаев выбор местоимения зависит от принятого употребления в соответствующей среде общения, например в просторечии:

‘Isso é *com vocês*, *com a gente* é muito pior’, diz uma angolana que se encontra na bicha (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – «Это *для вас*, а *для нас* все намного хуже», – говорит стоящая в очереди анголанка».

Как видно из приведенных выше примеров, *vós*, у которого совпадают «референционная и грамматическая соотнесенность», сохраняется «в некоторых функциональных стилях (ораторский стиль, обращение к Богу, архаизация)» [6, с. 64]. Однако особенностью употребления *vós* является то, что дискурсивные пространства, в которых оно функционирует, пересекаются между собой. Активное использование местоимения *vós* в религиозном дискурсе во многом обусловлено использованием *vós* в сакральных текстах, цитаты из которых «вплетают» в канву своих проповедей священнослужители:

Quem *entre vós* estiver sem pecado, que atire a primeira pedra! (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – Кто *из вас* без греха, первый брось в нее камень.

Проповедь всегда адресна по своей сути, в ней священнослужитель обращается к верующим, присутствующим на богослужении:

“O Senhor está convosco e perto de vós”, disse-lhes, enquanto os abraçava diante de cinco mil peregrinos vindos do mundo inteiro reunidos para a audiência na Praça de São Pedro (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – «Господь Бог всегда *с вами* и всегда рядом (*с вами*),» – сказал он, обращаясь к пяти тысячам паломников со всего света, которые собрались на проповедь на площади Святого Петра.

В современном мире обращения церковных иерархов к присутствующим на литургии затем транслируется средствами массовой информации ко всей пастве, например:

“E vós católicos que vivestes instantes de transfiguração do tempo da Igreja durante o Vaticano II... (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – И вы, католики, являющиеся свидетелями обновления Церкви в период Второго Ватиканского собора...

Таким образом, в контексте массовой коммуникации обращение на *vós* в религиозном дискурсе становится аналогичным использованию *vós* в официально-деловом и общественно-политическом дискурсах. Местоимение *vós* представлено в посланиях президента и премьер-министра к народу, широко используется в речи депутатов на парламентских дебатах, а также в тех случаях, когда оратор обращается к большой аудитории. Широкая представленность местоимения *vós* в ораторской речи имеет свою специфику. Говорящий обращается к аудитории, реальной или виртуальной, которая может быть представлена различным количеством участников, однако он адресует свои слова всем и каждому:

Homens da Europa, vós desprezais a África e a Ásia e chamais-nos bárbaros (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – *Европейцы, вы ненавидите Африку и Азию и называете нас варварами.*

Recorro a vós, meios de comunicação social e autoridades competentes, detentores de meios para investigar, sensibilizar a opinião pública... (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – *Обращаюсь к вам, представители средств массовой информации, к компетентным властям, к инвесторам, с тем, чтобы вы разъяснили общественности...*

Este livro é feito para vós, rapazes e raparigas, que sentis quão difícil é viver (<http://linguateca.pt/CETEMPublico/>). – *Эта книга написана для вас, юноши и девушки, для тех, кто понимает, как трудно жить.*

É a vós, elementos do júri, que compete responder a esta pergunta... (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – Именно вам, членам суда, необходимо ответить на этот вопрос...

Анализируя употребление местоимения *vós* в общественно-политическом дискурсе, можно сделать логический вывод, что, обращаясь к аудитории, все присутствующие воспринимаются говорящим не как множество конкретных лиц, принимающих участие в коммуникации, а как единое целое, нечто монолитное, поэтому выбирается местоимение *vós*, которое в контексте приобретает собирательное значение. Еще одним важным моментом функционирования *vós* в дискурсивном пространстве португальского языка является то, что данное местоимение фактически занимает лакуны местоимений-обращений *vocês* и *Senhores – Senhoras*. При употреблении *vós* говорящий не акцентирует социальный и гендерный статус адресата, а подчеркивает коллективный характер адресата, причем дважды, поскольку «коллективный характер участника речевого акта обозначается с помощью грамем числа» [7, с. 256].

В то же время для португальского разговорного дискурса характерно использование объектных форм *vos* и притяжательного местоимения *vosso*, референционно соответствующих местоимению *vocês*, так как «соединяет их общая соотносительность со 2-м л. речи» [6, с. 65]. Однако в высказывании *vocês* и *vós* могут встречаться в одном линейном ряду, что равносильно их синонимическому употреблению, например:

Se *vocês* acham que sa bem fazer melhor escrevam à direcção e proponham-se a *vós* mesmos como treinadores (<http://linguateca.pt/CETEMPUBLICO/>). – Если вы считаете, что знаете, как сделать лучше, напишите руководству и предложите *самих себя* в качестве тренеров.

В данном случае речь идет об одних и тех же конкретных лицах, поэтому *vocês* употребляется как обращение к лицам, а *vós* представляет их как совокупное множество. Кроме этого, следует выделить и некоторые другие частности. Так, говорящий может выбирать между объектными формами 2-го и 3-го лица мн. числа при употреблении *vocês*, например:

Meninas, como *vocês* não podem ficar sozinhas, decidimos mandá-las para a quinta da tia Judite [11]. – Девочки, поскольку вы не можете оставаться дома одни, мы решили послать вас к тете Жудите.

– *Vocês não me conhecem, mas eu conheço-as muito bem. – A nós? – Sim, a vocês! Conheço o vosso pai, a vossa mãe...* [11] – *Вы* меня не знаете, но я *вас* знаю очень хорошо. – *Нас?* – Да, *вас!* Знаю *вашего* отца и *вашу* маму.

Então, se não têm sono, venham daí comigo – convidou o jardineiro. – *Vou-lhes* mostrar uma coisa que nunca viram [11]. – Если вы не хотите спать, пойдите со мной, – пригласил садовник. – Я покажу *вам* то, что вы никогда не видели.

Ср.:

E resolveu: – *Vou ajudar-vos! Vocês* parecem-me *malta fixe!* – Vai ajudar-nos? [11] – «И он сказал: – Я буду помогать *вам!* Мне кажется, что *вы* – *единая команда!* – Будете нам помогать?»

Сопоставляя контексты употребления, можно сделать вывод, что в последнем примере употребление *vos* логически вытекает из восприятия участвующих в коммуникации лиц как совокупного множества лиц *maltafixe*. Даже если в тексте нет непосредственного указания на совокупное множество лиц, то выбор говорящим прямо объектной формы *os / as* или косвенно объектной формы *lhes* или *vos* будет свидетельствовать о том, как говорящий воспринимает множество лиц, собирательно или дистрибутивно, например:

Sem se poder conter mais, o Chico atirou com a toalha ao ar e encarou *as gémeas* primeiro, depois *o Pedro*. – Tenho o prazer de *vos* fazer um convite! [11]. – Не в силах больше себя сдерживать, Шики, подбросив вверх полотенце, посмотрел сначала *на девочек-близнецов*, затем *на Педро*, сказал: «Хочу сделать *вам* предложение!».

Если же речь идет о лицах, которые не принимают непосредственного участия в коммуникативном акте, то, естественно, употребляются объектные формы 3-го лица мн. числа, например:

Posso telefonar *aos vossos pais*, a *convidá-los* [11]. – Я могу позвонить *вашим родителям*, чтобы пригласить *их*.

Итак, коммуникативный фактор оказывает существенное влияние на логико-грамматическую и семантическую структуру португальской местоименной системы. Этим, в частности, обусловлено употребление местоимений *nós – a gente* и *vós – vocês, Senhores – Senhoras* в различных дискурсах. При употреблении проминального существительного

a gente и личного местоимения *vós*, помимо указания на множество лиц, которые участвуют в коммуникативном акте, подчеркивается собирательный компонент значения местоименных слов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Вольф Е. М.* Имя // Грамматика и семантика романских языков. (К проблеме универсалий). – М. : Наука, 1978. – С. 52–132.
2. *Вольф Е. М.* Португальский язык // Языки мира: Романские языки. – М. : Academia, 2001. – С. 462–517.
3. *Гак В. Г.* Языковые преобразования: Виды языковых преобразований. Факторы и сферы реализации языковых преобразований. – 2-е изд., испр. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 408 с.
4. *Есперсен О.* Философия грамматики. – М. : Иностранная литература, 1958. – 578 с.
5. *Зененко Н. В.* Диалектика структурных доминант: грамматика и дискурс (на материале иберо-романских языков) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2010. – 48 с.
6. *Неустроева Г. К.* Теоретическая грамматика португальского языка. Морфология : учеб. пособие. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1997. – 200 с.
7. *Плунгян В. А.* Общая морфология: Введение в проблематику : учеб. пособие. – М. : Эдиториал УРСС, 2000. – 384 с.
8. *Раевская М. М.* Испанское языковое сознание Золотого века (XVI – XVII вв.). – М. : КомКнига, 2006. – 304 с.
9. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
10. *Ferreira de Castro.* Eternidade. – Lisboa : Guimarães Editores, 1950. – 338 p.
11. *Magalhães A. M., Alçada I.* Uma Aventura nas Férias do Natal. – Lisboa : Editorial Caminho, 1982. – 189 p.
12. *Santareno B.* O Crime de Aldeia Velha. – 3-a Ed. – Lisboa : Edições Ática, 1970. – 180 p.

УДК 811.222.8 81'373

Сироджиддини Эмомали

канд. филол. наук, доц., директор Издательского центра
Таджикского национального университета, Республика Таджикистан;
тел.: (+992) 907-65-38-38

ЯЗЫК РОМАНА «ВОСЕ» СОТИМА УЛУГЗОДА

Язык является важнейшим феноменом художественного изображения и основным источником литературы. Каждый писатель при создании литературного произведения обращается к лексическому фонду языка, который находится в его распоряжении. Сотим Улугзода умело использовал народные говоры, диалекты и другие языковые элементы, связанные с народной речью, придававшие его произведениям особый колорит. Употребление разговорно-диалектной лексики в романе «Восе», особенно в последующих изданиях, позволило живо и ярко изобразить реальную действительность: состояние бедного таджикского народа, а также придать естественность и сохранить уважение к богатству и изяществу таджикского языка.

Ключевые слова: художественное изображение; язык; лексический фонд языка; Сотим Улугзода; язык романа «Восе»; разговорно-диалектная лексика романа «Восе»; изображение реальной действительности.

Sirodjiddini Emomali

Candidate of Philology (PhD), Associate Professor; Director,
the Publishing Centre, Tajik National University, the Republic of Tajikistan;
tel.: (+992) 907-65-38-38

THE LANGUAGE OF THE NOVEL “ VOSE’ ” BY SOTIM ULUGZADA

Language is an important phenomenon of creating artistic images and the main source of literature. When creating literary works, every writer refers to the lexical fund of the language, which he has at his disposal. Sotim Ulugzada skillfully used folk dialects, dialects, and other language-related elements of folk speech, which gave special colour to his works. Colloquial and dialect words used in the novel 'Vose', particularly in the later reprints, contributed to vitality and brightness of the image of reality – the condition of the poor Tajik people, as well as to the preservation of the naturalness and showing respect for the richness and elegance of the Tajik language.

Key words: artistic image; language; lexical fund of the language; Sotim Ulugzada; the language of the novel 'Vose'; colloquial and dialect words in the novel 'Vose'; the image of reality.

Язык является важнейшим феноменом художественного изображения и основным средством выражения мысли в литературе.

Поэтому без знания языка невозможно создание художественного произведения. Каждый писатель при создании литературного произведения обращается к лексическому фонду языка, который находится в его распоряжении.

Превознося богатство живого языка народа, известный таджикский прозаик, основоположник современной таджикской литературы Садриддин Айни в беседе с Мирсаидом Миршакаром отметил следующее: «К сожалению, мы остались далеко от народной массы, не обращаем внимания на живой язык народа. Я иногда сам иду на базар ... беседую с простыми людьми, слышу слова и выражения и обогащаю свой словарный запас. Обычно для определения значения того или иного слова мы часто обращаемся к словарям, однако мы забываем о самом главном – о живом языке народа» [2, с. 114].

Согласно наблюдениям устода Айни, в языке народа хранятся слова и выразительные средства, правильное употребление которых может упрочить структуру языка произведения и обогатить литературный язык. Однако выбор соответствующих слов и грамматических средств – сложный феномен, и не каждому писателю легко удается сделать его.

При рассмотрении того или иного произведения то, что прежде всего кажется занимательным – это язык, выразительные средства, особенности мастерства писателя. Благополучие и востребованность каждого произведения зависит от его языка. Поэтому в подлинном языке рисуются стиль и видение, мастерство, талант и мировоззрение отдельного писателя. Язык произведения должен быть захватывающим и притягательным. Он должен быть зеркалом, в котором народ может увидеть исторические и культурные события, реальную жизнь и т. д. Для раскрытия социально-исторических и культурных особенностей, традиций и обычаев определенного народа язык произведения играет ключевую роль. Как правило, в употреблении языковых средств из сокровищницы языка, его ресурсов, каждый индивидуален и имеет равные права. Однако только настоящим писателям и поэтам под силу их утонченное применение и создание шедевров.

Кроме того, язык произведений одного писателя может служить полезным источником для изучения языка и способствовать развитию и совершенствованию, нравственному воспитанию будущего поколения. Язык романа «Восе», вне всякого сомнения, обладает этими качествами.

Следует отметить, что вклад народного писателя Республики Таджикистан Сотима Улугзода в развитие таджикского литературного языка не вызывает никакого сомнения. Творчество этого утонченного писателя, особенно его романы и повести, посвященные историческим событиям нашего народа, заслуживают особого внимания. Как утверждает языковед Р. Гаффаров, «в творчестве этого всезнающего писателя (Сотима Улугзода), не встречается ничего второстепенного и незначимого, ни пустословие или случайные слова и выражения, не связанные с общим содержанием текста и способом художественного изложения» [1, с. 132].

Действительно, творения Сотима Улугзода и роман «Восе» относится к числу захватывающих произведений, которые являются общедоступными по простоте изложения. В данном романе практически не встречается ничего лишнего. При сравнении разных печатных текстов данного произведения, прежде всего, бросаются в глаза лексические трансформации. Во всех трех переизданных экземплярах данного романа особым художественным мастерством (в тексте журнала – 1967 г., первое книжное издание – 1969 г., второе – 1979 г.) использовалась как литературно-книжная лексика:

раёсат (управление), парасту (ласточка), вилоят (область), шаффоф (прозрачный), фароз (широта), издивоч (женитьба), дуредгар (жестящик), фочиа (трагедия), шубхаомез (трагедия);

так и архаизмы:

девонбегй (бег-хозяин), закотчй (состоятельный человек, который по законам шариата выплачивает определенную сумму денег), миршаб (ночная стража), (бек, мир, амир, хоким, саис, қозй);

а также бытовая разговорная лексика:

ота (отец), оча (мать), апа (сестра), язна (свояк), янга (свояченица), ака (брат), казир (грязный), тугрй (правильный), таёк (палка), бурут (усы);

диалектная лексика:

ита (этой стороной), ута (той стороной), чум (не знаю), шопа (тростник), иқа (немножко), лахча (тлеющий уголь), қинғолбозй (любвные интриги), сархуй (бродяга) и т. д.

Тем не менее в языке первой журнальной версии текста романа встречаются слова, которые не соответствуют общедоступности его языка:

катрон (гудрон), ҳарир (шелк), нафъ (польза), номашрӯъ (неприемлемый), кайсар (упрямый), аққол (очень), сабук (легко). В связи с этим Сотим Улугзаде во втором издании заменил вышеперечисленные слова такими общеизвестными синонимами, как:

ба як бор бардоштан (поднимать одним толчком), чайқондан (споласкивать), якрав (упрямый), ризоият (согласие), гулобиранг (розовый), хилофи шариат (противоречие с законами шариата), фоида (польза), иваз (замена):

– Хукми ҳоким ба шарте равоҷ, ки аз шариат берун набарояд. Аммо бисёрии ҳукму фармонҳои амир ва амалдоронаш номашрӯъ, ботил аст [6, с. 144].

Указ правителя тогда может быть дозволенным, когда не перешел границы шариата. Однако многие из указов эмира и его чиновников не дозволены шариатом.

– Хукми ҳоким ба шарте равоҷ, ки аз шариат берун набарояд. Аммо бисёрии ҳукму фармонҳои амир ва амалдоронаш хилофи шариат аст, ботил аст [7, с. 145].

Указ правителя тогда может быть дозволенным, когда не перешел границы шариата. Однако многие из указов эмира и его чиновников не дозволены шариатом.

Во втором книжном издании романа писателем вместо слова *номашрӯъ* (*недозволенное*) использовано слово *хилофи шариат* (*противоречие с законами шариата*), что способствовало общей доступности материала.

Каждое слово и выражение, употребленное художником Сотимом Улугзада, уместно и соответствует реальному времени совершения действия, преследуя определенную цель. Р. Мусулмонкулов писал: «До того как создать роман “Восе”, устод Улугзаде написал несколько прозаических произведений, таких как “Ёрони боҳиммат”, “Навобод”, “Субҳи ҷавонии мо”, в создании которых показал свое писательское мастерство и набрался опыта, то есть приступил к созданию романа “Восе” в то время, когда были уже сформированы в совершенстве все элементы его собственного художественного стиля» [3, с. 164].

В рассматриваемом романе Сотим Улугзада в переизданных текстах, с учетом места совершения действия, использовал слова, которые были доступны простому народу и широко применялись в его обыденной жизни. Для сравнения:

Бачагони хӯшачин акнун бандчаҳои хӯшаашонро бардошта, ба деҳаҳои худ равон шуданд [4, с. 33].

Мальчишки, собиравшие колосья пшеницы, поднимали свои пучки и держали путь к своим **селам**.

Бачагони хӯшачин акнун бандчаҳои хӯшаашонро бардошта, ба қишлоқҳои худ равон шуданд [5, с. 47].

Мальчишки, собиравшие колосья пшеницы, поднимали свои пучки и держали путь к своим **қишлакам**.

В таджикском литературном языке до революции слово *қишлок* (кишлак) редко употреблялось, однако в связи с тем, что оно нашло свое место в живом народном языке, в какой-то степени заменило слово *деҳа*. В книжных изданиях романа «Восе» писатель подчеркивал тот факт, что слово *қишлок* (кишлак) употребляли часто жители таких регионов страны, как Балджуван и Ховалинг. В дальнейших изданиях романа также отмечается популярность данного слова среди таджикского населения горных регионов.

Следует отметить, что в романе «Восе», наряду с разговорной общеупотребительной лексикой, Сотимом Улугзода применялись в определенных целях и диалектизмы. Как утверждает литературовед Худои Шарифов, «и в данном случае творчество Сотима Улугзода является образцовым показателем. Из уст персонажей его произведений звучат диалектизмы, однако применение этой лексики вполне соответствует творческим требованиям, достигшее в итоге конечной важной функциональной и содержательной задачи» [8, с. 129].

Необходимо отметить, что для обогащения языка своего произведения и более яркого изображения своего героя Сотим Улугзода совершал поездки в Ховалинг, Сари Хосор и Бальджуван, и в какой-то степени лично ознакомился с диалектом этих селений. Этот факт способствовал тому, что стилистические особенности романа (особенно диалектизмы) интенсивные и яркие.

Сотим Улугзода знакомит нас с социально-политическими условиями Бухарского эмирата и Бальджуванского бекигари, а также с условиями жизни и взаимоотношениями народов этих регионов. Из уст таких героев романа, как Восе, Назир, Косим, Сангали, Риза, Фатима, Гулизор исходят особые элементы диалекта народов Кулябской долины. Однако лексика, свойственная Бухарскому региону,

слышна из уст таких героев романа, как Мирза Кори, Ибодатпошо (жена Мирза Кори), а иногда встречаются в комментариях автора произведения.

Диалектизмы в художественном произведении часто применяются для изображения реальных жизненных ситуаций. Их стилистическая задача заключается в придании произведению яркости, насыщенности и экспрессивности, в живом и естественном изображении местностей, а также в передаче индивидуальности речи персонажей художественного произведения. Поэтому писатель использовал эту лексику в романе «Восе» специально – как в своей образительной речи, так и в речи персонажей, для того чтобы достичь экспрессивности, действенности и образности.

Языковед Э. Шоев в статье «Роман “Восе”» также отмечает, что «Сотим Улугзода в своем романе наряду с разговорной лексикой умело использовал диалектизмы с определенной стилистической целью» [6, с. 146]. В дальнейших переизданных экземплярах романа диалектизмы заменены синонимической лексикой литературного языка.

К лексике, которая свойственна южному говору Таджикистана, относятся следующие слова:

шопа (тростник), чалфас (грязнуля), зика (чистоплотный), чогах (постель), ита (так), ута (этак), сархӯй (бродяга), чум (не знаю) и т. д.

Солдаты вышли **следом за** (из) Восе и потеряли его из виду [5, с. 72].

Солдаты вышли вслед за Восе искать его, однако потеряли его **след** (пай) [6, с. 333].

Во втором издании романа Сотим Улугзода использовал слово *пай* в речи своих персонажей, которое присуще южному говору.

Свойственная южному говору Таджикистана лексика в романе истолковывается различными средствами. Часть из них поясняется им в ссылках, а некоторые другие слова расшифровываются писателем в скобках в самом тексте. Другая группа этой лексики вводится лексическими оборотами: *в горном говоре...*, *как говорится в горных местностях...* и поясняется в самом контексте.

Одним из ярких образов в романе является отрицательный образ Мирзо Кори, представителя Бухарского региона, в уста которого писатель мастерски вкладывает слова, которые употребляются в этом регионе:

тихй (пустой), интихин (такой), чўрй (слуга), гавак (по-пластунски), почо (зять), дада (отец), ойтй (тетя), килиқ (неудобное поведение), ука (младший брат), аккол (очень, кстати).

– Я слышал, что твоя *перепелка (бедона) напугала* всех Гиждуванских, поздравляю.

– Спасибо, дядя Бай.

– Эта она (бедона), или другая перепелка? [5, с. 6].

– Я слышал, что твоя *перепелка (вартиш) напугала* всех Гиждуванских, поздравляю.

– Спасибо, дядя Бай.

– Эта она, или другая перепелка (вартиш)? [6, с. 6].

В журнальном варианте романа и в его первом издании, в своей авторской речи, а также в речи персонажей романа Сотим Улугзода использовал слово *бедона*. В связи с тем, что слово *вартиш* свойственно бухарскому диалекту, писатель во втором издании своего романа использовал именно его в речи своего отрицательного героя. Таким образом, писатель дополняет характер и нравы. Однако в других случаях использовано слово *бедона*, употребляющееся в таджикском литературном языке.

Сотим Улугзода умело использовал народные говоры, диалекты и другие языковые элементы, связанные с народной речью, которые придали произведению особый оттенок.

Таким образом, употребление разговорно-диалектной лексики в романе «Восе», особенно в последующих переизданных текстах, позволило живо и ярко изобразить реальную действительность: жизнь бедного таджикского народа, а также придать естественность и сохранить уважение к богатству и изяществу таджикского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гаффаров Р.* Писатель и язык. – Душанбе : Ирфон, 1977. – 204 с.
2. *Миришкар М.* Слово из слова // Садои Шарк. – 1981. – № 11. – С. 111–118.
3. *Мусулмонкулов Р.* В саду Фирдоуси // Эъҷози хунар. – Душанбе : Адиб, 1992. – С. 140–290.
4. *Улугзода С.* Восе // Садои Шарк. – 1967. – № 5. – С. 3–45.
5. *Улугзода С.* Восе // Садои Шарк. – 1967. – № 12. – С. 30–46.
6. *Улугзода С.* Восе. – Душанбе : Ирфон, 1969. – 365 с.
7. *Улугзода С.* Восе. – Душанбе : Ирфон, 1979. – 369 с.
8. *Шарифов Х.* Эволюция содержания и воли в творчестве С. Улузаде // Услуб ва камолоти суҳан. – Душанбе : Ирфон, 1985. – С. 126–143.